
Testatsexemplar

XING AG
Hamburg

Jahresabschluss zum 31. Dezember 2015
und Lagebericht für das Geschäftsjahr 2015

Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers



Anlagenverzeichnis	Seite
I Lagebericht.....	1
II Jahresabschluss.....	1
1. Bilanz zum 31. Dezember 2015.....	3
2. Gewinn- und Verlustrechnung für das Geschäftsjahr 2015.....	5
3. Anhang.....	7
Anlagenspiegel für das Geschäftsjahr 2015.....	23

Lagebericht

für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember 2015

Geschäft und Strategie

Geschäftsmodelle und Steuerungssystem

Der Lagebericht orientiert sich an den folgenden berichtspflichtigen Segmenten:

1. Network/Premium
2. E-Recruiting
3. Events

Ihre Einnahmen erzielt die XING AG über verschiedene kostenpflichtige Produktangebote für Endkunden und Unternehmen. Dabei wird ein Großteil der Dienstleistungen von unseren Kunden auf Basis von Abo-Modellen im Voraus bezahlt. XING bietet seinen Mitgliedern im Wesentlichen drei Services, die in dieser Form und Kombination einzigartig sind: Den Zugang zu anderen Mitgliedern, um sich ein eigenes berufliches Netzwerk aufzubauen, einen direkten Zugang zu den Chancen am Arbeitsmarkt sowie die Versorgung mit branchen- und berufsspezifischen Informationen und News, um im Berufsleben immer auf dem Laufenden zu bleiben.

Segment „Network/Premium“

Der Teilbereich „Network“ umfasst alle Basisfunktionen der XING-Plattform und liefert damit die Grundlage für alle anderen Geschäftsbereiche. Dies beinhaltet einen Großteil der mobilen Anwendungen der XING-Plattform sowie die XING-API (technologische Schnittstelle zwischen der XING-Plattform und externen Entwicklern bzw. Drittanbietern).

Zusätzlich ist dieser Geschäftsbereich für den XING-Content verantwortlich. So erhalten seit 2015 XING-Mitglieder aus rund 30 Berufs- und Interessengruppen zugeschnittene Newsletter, die dafür sorgen, dass sie nichts mehr verpassen, was in ihrer Branche wichtig ist. Mit diesem Service ist XING mittlerweile einer der größten Distributoren von wirtschafts- und berufsbezogenen Nachrichten im deutschsprachigen Raum. Darüber hinaus sind wir in der zweiten Jahreshälfte 2015 ein neuartiges redaktionelles Angebot entwickelt: „XING Klartext“. Dabei handelt es sich um ein Debattenformat, bei dem Experten zu diversen Themen kontrovers Stellung beziehen und XING-Mitglieder sich an der jeweiligen Debatte beteiligen können. Die Debatten werden angestoßen und inszeniert von einer Redaktion, die aus erfahrenen Journalisten besteht.

Der Teilbereich „Premium“ verfügt über drei wesentliche Geschäftsmodelle, die sich in zwei kostenpflichtigen Mitgliedschaften manifestieren: *Die „Premium“, die „ProJob“-Mitgliedschaft“ sowie den Teilbereich „Advertising & Partnerships“.*

Die XING Premium-Mitgliedschaft bietet eine Vielzahl von Services wie zum Beispiel besondere Such- und Kommunikationsmöglichkeiten, exklusive On- und Offline-Angebote sowie eine Übersicht der Besucher des eigenen Profils. Sie richtet sich an ein breites Publikum, das über das beste Produktangebot von XING verfügen möchte. Die Premium-Mitgliedschaft ist in zwei Laufzeitvarianten verfügbar: die Drei-Monats-Mitgliedschaft kostet 9,95 € pro Monat, die Jahresmitgliedschaft 7,95 € pro Monat.

Für Mitglieder, die etwa auf Jobsuche sind und sich für diesen speziellen Zweck optimal präsentieren und schneller von Recruitern gefunden werden möchten, hat XING seit Dezember 2014 zusätzlich die Projobs-Mitgliedschaft entwickelt. Sie ist derzeit in vier Laufzeitvarianten (3, 6, 12 oder 18 Monate) zwischen 24,95 € und 39,95 € pro Monat verfügbar.

Die Vermarktung der kostenpflichtigen Mitgliedschaften erfolgt überwiegend durch Maßnahmen auf der XING-Plattform selbst (sogenannte Upsell-Kampagnen).

Geschäftsmodell „Advertising & Partnerships“:

In diesem Teilbereich werden im Wesentlichen Werbeflächen auf www.xing.com vermarktet. Werbetreibende haben direkt oder über ein Vermarktungsunternehmen die Möglichkeit, die hochkarätige Zielgruppe von XING-Mitgliedern mit ihrer Botschaft und ihrem Angebot zu erreichen. Dabei stehen Werbetreibenden Formate wie beispielsweise Superbanner, Logout-Page-Ad, Activity-Stream Headline, Wallpaper oder auch der wöchentliche Newsletter auf Basis von Klick-Preis- und TKP-Modellen zur Verfügung.

Segment „E-Recruiting“

Der Geschäftsbereich „E-Recruiting“ umfasst die Produkte und Dienstleistungen aus den Bereichen „Passive Recruiting“, „Active Recruiting“ sowie „Employer Branding“. Diese richten sich an Unternehmenskunden. Allerdings profitieren auch Mitglieder von XINGs E-Recruiting-Aktivitäten und -Angeboten, da sie wesentlich dazu beitragen, ihnen die Chancen und Möglichkeiten des Arbeitsmarktes zugänglich zu machen. Denn je mehr Personalrecruiter die Plattform zur Personalsuche nutzen, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, das optimale Jobangebot zu erhalten.

Im Teilbereich „Passive Recruiting“ können Personalsuchende unterschiedliche Formen von Stellenanzeigen auf der XING-Plattform veröffentlichen. Hier werden grundsätzlich zwei Abrechnungsmodelle unterschieden: Inserenten nutzen entweder die Performance-basierte Methode nach dem Pay-per-Click-Modell (85 ct pro Klick auf eine Anzeige) oder das marktübliche Festpreis-Modell (ab 395 € pro Anzeige) mit einer vordefinierten Laufzeit von 30 Tagen.

Im Teilbereich „Active Recruiting“ haben wir den XING-Talentmanager (XTM) als Produkt für die aktive Kandidatensuche und -verwaltung entwickelt. Der XTM richtet sich an Unternehmen und Personalvermittler, die auf der XING-Plattform regelmäßig nach passenden Kandidaten für die Besetzung vakanter Positionen suchen und diese kontaktieren. Die Monetarisierung erfolgt über Laufzeitverträge und wird je Lizenz mit 329 € (pro „Seat“) im Monat berechnet.

Zum Teilbereich „Employer Branding“ gehören die Employer-Branding-Profile. Arbeitgeber können mittels eines Unternehmensprofils ihre Arbeitgebermarke positiv hervorheben und interessierten Kandidaten mehr Angaben über das Arbeitsumfeld sowie weitere wichtige Informationen über sich als Arbeitgeber zur Verfügung stellen. Die Monetarisierung erfolgt in Abhängigkeit zur Anzahl der Mitarbeiter eines Unternehmens: Die monatliche Gebühr für ein Employer-Branding-Profil liegt je nach Unternehmensgröße zwischen 395 € und 1.095 € im Monat.

Die Vermarktung unserer E-Recruiting-Angebote erfolgt im Wesentlichen durch eigene Vertriebsmitarbeiterinnen und -mitarbeiter.

Segment „Events“

Im Geschäftsbereich „Events“ generiert XING Umsatzerlöse mit der Abwicklung von Events. Veranstalter können über die XING-Plattform die Technologie von XING nutzen, um auf alle für das Event-Management erforderlichen Prozesse – einschließlich Registrierung, Ticketausstellung und Abrechnung – zugreifen zu können. XING erhält dafür eine Gebühr von 0,99 € je Teilnehmer sowie eine variable Komponente von 5,9 Prozent des Ticketpreises. Darüber hinaus generiert XING weitere Umsätze durch professionelle Vermark-

tung von Events. Event-Veranstalter können beispielsweise für ein auf XING eingestelltes Event mittels eines Online-Tools die für sie relevanten Zielgruppen auswählen und ihr Event entsprechend vermarkten. Die Monetarisierung erfolgt wie beim Display-Advertising-Produkt auf TKP-Basis, ist also abhängig von der ausgewählten Reichweite für die Anzeige. Die Vermarktung der Event-Angebote erfolgt im Wesentlichen mittels der im Geschäftsbereich „Events“ festangestellten Vertriebsmitarbeiterinnen und -mitarbeiter.

Marktposition

Mit unserem Fokus auf den deutschsprachigen Raum (D-A-CH) agieren wir in der größten und stärksten Wirtschaftsregion Europas. Mit knapp 10 Millionen Mitgliedern sind wir das größte und darüber hinaus das am häufigsten (nach Visits) genutzte soziale Netzwerk für berufliche Kontakte. Diese starke Basis ist eine hervorragende Ausgangssituation, um in den kommenden Jahren durch den weiteren Ausbau der Mitgliederbasis und der Etablierung neuer Produktangebote und Dienstleistungen für Mitglieder und Unternehmen weiter zu wachsen. Derzeit sind nur rund 10 Prozent der Bevölkerung im deutschsprachigen Raum Mitglied eines beruflichen Netzwerks. Das ist im internationalen Vergleich ein geringer Wert – das Potenzial für XING folglich nach wie vor groß. Gleiches gilt für das „E-Recruiting“: Der Markt ist groß und die Penetration im internationalen Vergleich gering. Insbesondere für den Teilbereich des „Active Recruitings“ ist XING Trendsetter und entwickelt einen für den deutschsprachigen Raum völlig neuen Markt. Beim Employer Branding ist XING führender Anbieter von Lösungen, mit denen Unternehmen sich optimal als Arbeitgeber präsentieren können.

Strategie

Unsere Strategie manifestiert sich in unserer Vision „For a better working life“. XING vermittelt seinen Mitgliedern Zugang zu relevanten und interessanten Kontakten zum Aufbau eines eigenen Netzwerks, die Versorgung mit branchen- und berufsspezifischen Informationen und Nachrichten sowie direkten Zugang zu Chancen am Arbeitsmarkt. Alle diese Aspekte setzen auf einem gesellschaftlichen Megatrend auf und sind deshalb von immer größerer Relevanz: den tektonischen Veränderungen, die die Arbeitswelt derzeit erfährt. Diese Veränderungen sind wesentlich durch drei Treiber ausgelöst: durch die Digitalisierung, den Fachkräftemangel und durch einen Wertewandel - gerade der nachwachsenden Generation junger Berufstätiger.

Die Digitalisierung ist nicht nur Motor der Disruption ganzer Branchen, sondern ist darüber hinaus Wegbereiter der technischen Voraussetzungen, die dazu führen, dass ganz neue Arten der Kollaboration möglich sind. So ist es heute kein Problem mehr, an verschiedenen Orten oder zu verschiedenen Zeiten zu arbeiten, im (virtuellen) Team oder auch allein. Der Fachkräftemangel führt in einigen Branchen zu einer Machtverschiebung zwischen Arbeitnehmern und Arbeitgebern. Da Talente knapp sind, können diese entsprechend selbstbewusst bei der Jobsuche agieren und vielfach die Arbeitsbedingungen bestimmen. Schließlich sind in der nachwachsenden Generation Werte wie Flexibilität, Zufriedenheit und Selbstbestimmtheit oft wichtiger als klassische Karriere-Incentives.

Diese Aspekte führen nicht nur zu nachhaltigen Veränderungen, die die Berufstätigen betreffen. Auch die Unternehmen bemerken, dass sie mit traditionellen Führungsmethoden und klassischen Incentivierungen immer schlechter in der Lage sind, im Wettbewerb und gegen den Innovationsdruck zu bestehen. Die richtigen Talente zu finden, an sich zu binden und Strukturen zu schaffen, die die Entwicklung von Innovationen überhaupt erst ermöglicht, ist in der Wissensgesellschaft zentraler Erfolgsfaktor.

XING setzt mit seiner Strategie auf diesem nachhaltigen Megatrend auf.

Über das Segment „*Network/Premium*“ bedienen wir die Bedürfnisse unserer Mitglieder und entwickeln Angebote, die unseren Mitgliedern helfen, von den Veränderungen zu profitieren, ihre Kompetenzen und Fähigkeiten auszubauen und den für sie und ihre individuellen Bedürfnisse besten Arbeitgeber zu identi-

zieren. Darüber hinaus bietet die XING-Plattform den Mitgliedern die Möglichkeit, andere für sie relevante Mitglieder anhand von Kenntnissen und Fertigkeiten zu finden. Durch steigende Mitarbeiterzahlen erhöht sich der Nutzen aus dem Netzwerkeffekt dabei exponentiell.

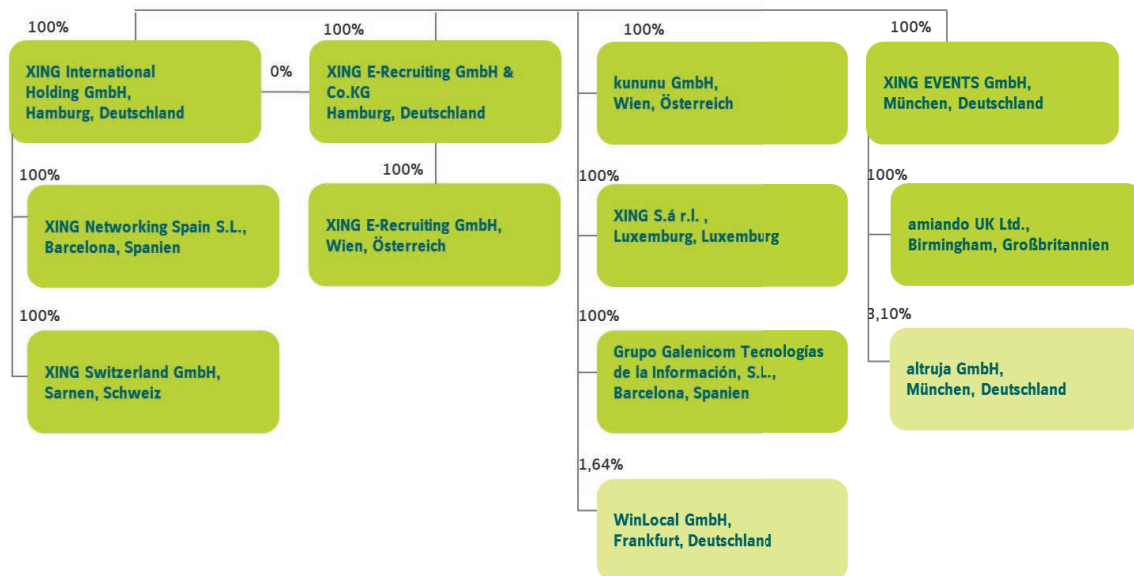
Im Segment „E-Recruiting“ generieren wir die Umsätze ausschließlich mit Unternehmenskunden (B2B). Hier nehmen wir die aktuellen und zukünftigen Herausforderungen für Unternehmen/Arbeitgeber zum Anlass, heute sowie in Zukunft auf ihre Bedürfnisse zugeschnittene Lösungen wie beispielsweise die Employer-Branding-Profile zur stärkeren Positionierung als attraktiver Arbeitgeber oder den XING-Talentmanager für die aktive und gezielte Kandidatendirektansprache zu entwickeln, um in Zeiten des Fachkräftemangels und des Wettbewerbs um geeignete Kandidaten Unternehmen erfolgreicher zu machen. Darüber hinaus sorgen Headhunter und Personaler, die auf der Plattform aktiv sind, dafür, dass den Mitgliedern nach Möglichkeit keine Chance und kein Angebot entgeht, das auf ihren Lebenslauf und ihre Bedürfnissituation passt.

Das Segment „Events“ soll strategisch dazu eingesetzt werden, weitere Mitglieder für die XING-Plattform zu gewinnen und diese über den Lebenszyklus beispielsweise für die erweiterten kostenpflichtigen Funktionen der XING-Plattform zu gewinnen.

Um unsere strategischen Ziele zu erreichen, wollen wir insbesondere organisch wachsen, ziehen jedoch regelmäßig auch Partnerschaften und Akquisitionen in Betracht.

Weitere Angaben zu den sich ableitenden Chancen aus der strategischen Ausrichtung werden im Chancen- und Prognosebericht erläutert.

Konzern- und Organisationsstruktur



Die XING AG hielt im abgelaufenen Geschäftsjahr insgesamt zwölf aktive Beteiligungen an Gesellschaften im In- und Ausland, davon sieben direkt und fünf indirekt über Zwischengesellschaften. Zehn der zwölf Beteiligungsgesellschaften werden von der XING AG kontrolliert und daher im Konzernabschluss der XING AG voll konsolidiert. An zwei weiteren Beteiligungsgesellschaften hält die XING AG bzw. die XING Events GmbH jeweils nur geringfügige Anteile. Diese beiden Gesellschaften werden im Konzernabschluss daher nicht konsolidiert, sondern ihr Beteiligungswert als „Beteiligungen“ dort unter „Finanzanlagen“ geführt. Im Übrigen ist die XING AG noch an einer weiteren inaktiven, in Liquidation befindlichen Gesellschaft mit Sitz in Wilmington, Delaware, USA beteiligt, die im Konzernabschluss nicht mehr ausgewiesen wird.

Mitarbeiter

Die Mitarbeiter sind das wichtigste Gut der XING AG. Sie sorgen dafür, dass der XING-Service den Mitgliedern laufend technische Innovationen bietet, die Kunden umfassend betreut werden und das Wachstum des Unternehmens ungebremst weitergeht.

Deshalb und als ein Unternehmen, dessen Vision „For a better working life“ lautet, unternimmt XING viel, um Mitarbeitern herausragend gute Arbeitsbedingungen und individuelle Arrangements zu bieten. Dabei ist uns wichtig, die Leistung als Arbeitgeber an den tatsächlichen Bedürfnissen der Mitarbeiter auszurichten. So führt XING wöchentlich eine Umfrage zur Mitarbeiterzufriedenheit durch. Dabei können die Mitarbeiter einen Smiley oder Frownie vergeben und Vorschläge anbringen. In 2015 lag die Quote der Smileys durchschnittlich bei 78 Prozent. Die Ergebnisse stellt der Vorstand freitags der Belegschaft vor und nimmt Stellung zu den zentralen Punkten. Auf Basis dieses wöchentlichen Stimmungsbarometers werden regelmäßig Initiativen aufgesetzt, die Ideen und Anregungen der Mitarbeiter aufnehmen und umsetzen. So haben wir im letzten Jahr eine innovative Meetingraumstruktur und Buchungssystematik eingeführt, eine Yogaklasse eingerichtet und regelmäßige Info-Sessions zu unseren Top-Strategieprojekten, wie zum Beispiel im Bereich Passive Recruiting veranstaltet, um die Transparenz intern zu erhöhen und einen bereichsübergreifenden Austausch anzustoßen.

Um die Innovationskraft des Unternehmens weiter zu steigern und der Kreativität der Mitarbeiter zusätzlichen Raum zu bieten, unternimmt XING einmal pro Jahr sogenannte Prototyping Days. Darin entwickeln interdisziplinäre und selbständig gebildete Teams Ideen und Prototypen für neue Produkte und Angebote. Dies war Basis für innovative Produkte wie z.B. „future me“, die auch unseren XING Mitgliedern zu Gute kommen.

Um eine optimale Work-Life-Balance sicherzustellen, gibt es vielfältige und individuelle Arbeitszeitregelungen, die sich an den jeweiligen persönlichen Bedürfnissen orientieren. So haben sowohl Mitarbeiter als auch Führungskräfte die Möglichkeit mit Vorankündigung von zwei Monaten ihre Arbeitszeit zu reduzieren. Und: Wer nach sechs Monaten feststellt, dass Teilzeit doch nicht das richtige Lebensmodell ist, kann unbürokratisch wieder auf Vollzeit wechseln.

Da wir gerne langfristig mit unseren Mitarbeitern zusammen arbeiten und wissen, dass auch eine Auszeit motivierend wirken kann, hat jeder XINGer, der drei Jahre für uns arbeitet, die Möglichkeit bis zu drei Monaten Sabbatical zu nehmen. Dabei spielt es keine Rolle, ob er in der Zeit seine Eltern pflegt, ein Haus bauen will, um die Welt reist oder sich eigenen Projekten widmet. Wir wünschen uns Mitarbeiter, die über den Tellerrand schauen, mit ihren Energien fürsorglich umgehen und sich ihre Neugierde bewahren. Darüber hinaus ermöglichen wir Mitarbeitern nach der Elternzeit wieder einen passenden Einstieg und schaffen Führungspositionen in Teilzeit und experimentieren mit Job Sharingmodellen.

Die individuelle Mitarbeiterentwicklung hat eine große Bedeutung bei XING. Unsere Mission im Bereich Human Resources ist es, für jeden einzelnen Mitarbeiter die Aufgabe zu finden, bei der die Übereinstimmung aus Stärken, Jobprofil und individuellen Lebensbedürfnissen am größten ist. Wir freuen uns, dass es uns auch im Jahr 2015 gelungen ist, viele Mitarbeiter fördern zu können und gemeinsam den Wachstumskurs der XING gehen zu können.

Ein wichtiger Indikator für die Zufriedenheit der Mitarbeiter ist die Einstellungsquote durch Mitarbeiterempfehlungen. Bei XING konnten im Jahr 2015 ca. ein Drittel der externen Einstellungen durch Empfehlungen seitens unser Mitarbeiter realisiert. Insgesamt haben wir am Ende des abgelaufenen Geschäftsjahres 584 Mitarbeiter beschäftigt, d.h. 92 mehr Mitarbeiter als zu Geschäftsjahresbeginn.

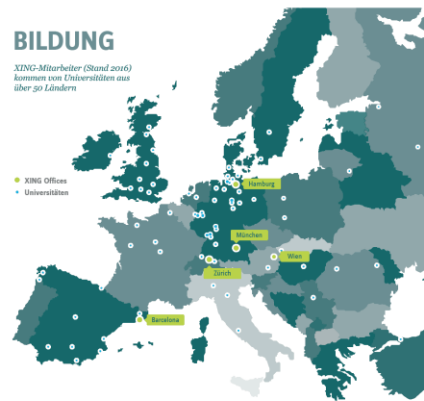
XING

Das XING-Team in Zahlen und Daten
2016

BILDUNG

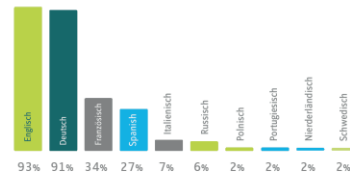
XING-Mitarbeiter (Stand 2016) kommen von Universitäten aus über 20 Ländern

XING Offices
Universitäten



Englisch und Deutsch sprechen fast alle. Außerdem be-
rechneten 25% von uns auch eine Drittsprache und 23%
sogar eine Viertsprache oder mehr.

SPRACHEN



MITARBEITER WACHSTUM

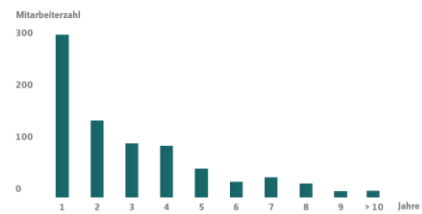


DIE MEIST-BEFÖRDERTEN POSITIONEN



- Meistbeförderte Positionen
- 1 Senior Software Engineer
Software Engineer
 - 2 Senior Account Manager
Account Manager
 - 3 Manager Customer Relations
Junior Manager Customer Relations
- Knapp das Treppchen verpasst
- 4 Senior Software Test Engineer
Software Test Engineer

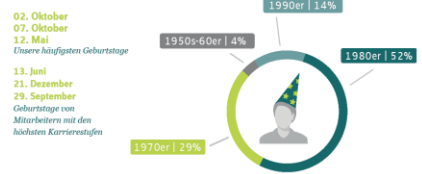
UNTERNEHMENS-ZUGEHÖRIGKEIT



OUR SKILLS



HÄUFIGSTE GEBURTSTAGE



Erstaunlich – unsere Hobbys scheinen sich danach zu richten, wo wir arbeiten: Hamburger mögen Yoga, Münchener wandern gerne, Wiener sind Kunstliebhaber, und Aschaffener sind Fußballfans

Rahmenbedingungen und Geschäftsentwicklung

Gesamtwirtschaftliche und branchenspezifische Rahmenbedingungen

Gesamtwirtschaftliche Rahmenbedingungen

Im Jahr 2015 stieg das deutsche Bruttoinlandsprodukt preisbereinigt um 1,7 Prozent. Die privaten Konsumausgaben waren preisbereinigt um 1,9 %, die Konsumausgaben des Staates sogar um 2,8 % höher als im Jahr zuvor. Die Wirtschaftsleistung in Deutschland wurde im Jahresschnitt 2015 erstmals von mehr als 43 Millionen Erwerbstätigen mit Arbeitsort in Deutschland erbracht, dies sind 412.000 mehr Erwerbstätige als im Vorjahr (+1,0 %). Die österreichische Wirtschaft erwartet 2015 ein schwaches Wachstum von 0,7 Prozent (Österreichische Nationalbank), in der Schweiz wird mit knapp 1 Prozent Wirtschaftswachstum gerechnet (Schweizerische Nationalbank).

Branchenspezifische Rahmenbedingungen

Die Gesamtbevölkerung ab 14 Jahren umfasst derzeit ca. 69 Millionen Personen in Deutschland. Davon haben laut „digital facts 2015-10“ Studie der Arbeitsgemeinschaft Online Forschung (AGOF e.V.) im dreimonatigen Erhebungszeitraum insgesamt 76,3 % das Internet genutzt. Der Anteil der über 50-jährigen, die dabei ausschließlich stationäre Angebote im Internet nutzen, ist mit 50,1 Prozent deutlich größer als in der Altersgruppe der 14-29-jährigen mit 7,8 Prozent. In den Altersgruppen bis 39 Jahre nutzen mehr als 80 Prozent mobile Angebote, bei den 50-59-jährigen immer noch über 50 Prozent. Von besonders hoher inhaltlicher Relevanz sind dabei die Themen „Familie und Kinder“ sowie „Jobbörsen“, die insbesondere in der Gruppe der 30-49-jährigen die erst- bzw. zweithäufigste Internetnutzung darstellen.

Der deutsche Arbeitsmarkt setzte 2015 den Aufwärtstrend der letzten Jahre fort. Zuwächse gab es vor allem bei den sozialversicherungspflichtig Beschäftigten, die die Rückgänge bei der ausschließlich geringfügigen Beschäftigung und der Selbstständigkeit mehr als ausglich. Die deutsche Arbeitslosenquote liegt mit 6,4 % (Bundesagentur für Arbeit) nur noch geringfügig über der österreichischen Arbeitslosenquote von 5,8 Prozent (ILO-Konzept). In der Schweiz stieg die Arbeitslosigkeit leicht an. So lag sie nach vorläufigen Berechnungen für 2015 bei 3,3 Prozent, während sie 2014 noch bei 3,2 Prozent lag (nationale Abgrenzung nach SECO).

Insgesamt ermöglichen die branchenspezifischen Rahmenbedingungen und unsere Unternehmensstrategie weiteres deutliches Wachstumspotenzial in den nächsten Jahren.

Finanzielle und nicht-finanzielle Leistungsindikatoren

Die Erreichung unserer strategischen Ziele und unserer Mission „enable professionals to grow“ wird anhand von zwei finanziellen Steuerungsgrößen sowie mindestens einem nicht-finanziellen Leistungsindikator pro Segment überwacht. Es erfolgt ein regelmäßiger Vergleich mit Budgetzielen sowie einem rollierenden Forecast, der dem Vorstand und Aufsichtsrat berichtet wird.

Finanzbezogene Steuerungsgrößen

Umsatzerlöse pro Segment

Als wesentliche finanzbezogene Steuerungsgröße haben wir die Entwicklung der Umsatzerlöse in den jeweiligen Segmenten definiert. Wachstum beim Umsatz ist eine direkte Folge des Wachstums bei zahlenden Mitgliedern bzw. einer Zunahme von Kunden für unsere Unternehmenslösungen sowie einer Durchsetzungsmöglichkeit höherer Preise.

EBITDA pro Segment

Die zweite wichtige finanzielle Steuerungsgröße ist das um Sondereinflüsse bereinigte operative Segmentergebnis EBITDA. Zur Berechnung werden von den Segmentumsatzerlösen alle segmentbezogenen operativen Kosten subtrahiert.

Nicht-finanzbezogene Steuerungsgrößen

Bei den nicht-finanzbezogenen Leistungsindikatoren verwendeten wir insgesamt drei wichtige Kennzahlen im abgelaufenen Geschäftsjahr:

1. Zahl der XING-Mitglieder
2. Zahl der zahlenden XING-Mitglieder
3. Zahl der Unternehmenskunden (Corporate Customers)

Die beiden ersten Steuerungsgrößen werden im Segment „Network/Premium“ verwendet. Die Zahl der Unternehmenskunden (Corporate Customers) erfassen wir als Steuerungsgröße im Segment „E-Recruiting“ sowie im Segment „Events“, da diese Geschäftsbereiche ihre Umsatzerlöse ausschließlich durch den Verkauf von Dienstleistungen und Services an Unternehmenskunden generieren.

Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage

Abgleich von Ausblick für 2015 und tatsächlicher Entwicklung im Geschäftsjahr 2015

Finanzielle Leistungsindikatoren

Wir sind mit der Entwicklung der finanziellen Leistungsindikatoren sehr zufrieden. In allen Dimensionen konnten wir die Prognose erreichen bzw. übertreffen.

Finanzielle Leistungsindikatoren	Prognose 2015	Ist 2015
Umsatzerlöse Konzern	Wachstum im zweistelligen Prozentbereich	+21%
EBITDA (bereinigt um Sondereffekte) Konzern	Deutliche Steigerung des EBITDA	+16%
Umsatzerlöse Segment „Network/Premium“	Wachstum im zweistelligen Prozentbereich	+19%
EBITDA (bereinigt um Sondereffekte) Segment „Network/Premium“	Deutliche Steigerung des EBITDA	+13%
Umsatzerlöse Segment „E-Recruiting“	Wachstum im zweistelligen Prozentbereich	+26%
EBITDA (bereinigt um Sondereffekte) Segment „E-Recruiting“	Deutliche Steigerung des EBITDA	+15%
Umsatzerlöse Segment „Events“	Leichte Steigerung	+22%
EBITDA (bereinigt um Sondereffekte) Segment „Events“	Leicht verbessertes, negatives Segment-EBITDA im einstelligen Mio.-€-Bereich	-0,6 Mio. €

Dividendenziele, Liquiditäts- und Finanzziele

2012 haben wir eine nachhaltige Dividendenpolitik angekündigt. Entsprechend ist im Jahr 2015 ist die Hauptversammlung dem gemeinsamen Vorschlag von Vorstand und Aufsichtsrat gefolgt und hat eine Dividende je berechtigter Stückaktie von 0,92 € beschlossen. Das cash-generative Geschäftsmodell erlaubt eine nachhaltige Dividendenpolitik zum einen und beeinträchtigt zum anderen nicht die weiter auf Wachstum ausgerichtete Geschäftsstrategie. Wir beabsichtigen, auch in Zukunft regelmäßige Dividendenzahlungen vorzunehmen.

Investitionen

Nach einem Investitionsvolumen (CAPEX) von 5,1 Mio. € in 2014 haben wir 3,9 Mio. € im Geschäftsjahr 2015 (exkl. Erwerb der Intelligence Competence Center (Deutschland) AG) investiert. Schwerpunkte der Investitionen lagen, wie auch in den Vorjahren, bei Serverkapazitäten und Softwarelizenzen.

Nicht-finanzielle Leistungsindikatoren

Bei den nicht-finanziellen Leistungsindikatoren haben wir alle Prognosen im Wesentlichen erreicht. Lediglich bei der Entwicklung der B2B-Unternehmenskunden im Segment „Events“ liegt der Wert leicht unter dem Niveau des Vorjahres. Gleichwohl liegt das Umsatzwachstum in diesem Segment deutlich über der Prognose.

Nicht-finanzielle Leistungsindikatoren	Prognose 2015	Ist 2015
Segment „Network/Premium“: Mitglieder in der D-A-CH-Region	Wachstum über Vorjahr (2014: 1.076.000)	+1.592.000
Segment „Network/Premium“: Zahlende-Mitglieder in der D-A-CH-Region	Stärkeres absolutes Wachstum (2014: 28.000)	+45.520
Segment „E-Recruiting“: Anzahl Unternehmenskunden (B2B)	Starker Anstieg (Anzahl Ende 2014: 17.197)	+733
Segment „Events“: Anzahl Unternehmenskunden (B2B)	Ähnliches Niveau wie 2014 (Anzahl Ende 2014: 2.196)	1.879

Die Prognose aller finanziellen und nicht-finanziellen Leistungsindikatoren für das laufende Geschäftsjahr 2016 wird im Chancen- und Prognosebericht detailliert erläutert.

Ertragslage

Umsatz

Die Umsatzerlöse der XING AG stiegen von 90,1 Mio. € im Geschäftsjahr 2014 auf 111,5 Mio. € 2015 an. Dies entspricht einer relativen Wachstumsrate von 24 Prozent bzw. einem absoluten Zuwachs von 21,4 Mio. € gegenüber dem Vorjahr.

Im Jahr 2015 steuerte das Kerngeschäft mit kostenpflichtigen Mitgliedschaften 11,4 Mio. € zum Umsatzwachstum bei, gefolgt vom Segment „E-Recruiting“ mit einem Zuwachs von 7,0 Mio. €. Die sonstigen betrieblichen Erträge lagen mit 2,8 Mio. € über dem Vorjahreswert von 2,3 Mio. €. Der Anstieg ist insbesondere auf die Kursdifferenzen (+0,6 Mio. € vs. 2014) zurück zu führen.

Personalaufwand

Im abgelaufenen Geschäftsjahr haben wir weitere hoch qualifizierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für XING gewinnen können, um unsere bestehenden Angebote stetig weiterzuentwickeln und neue Angebote am Markt zu etablieren. Ende Dezember 2015 beschäftigten wir 584 (Dez 2014: 492) Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, dies entspricht einem Anstieg von 92 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern (+ 19 Prozent). Der Personalaufwand entwickelte sich unterproportional von 33,4 Mio. € im Jahr 2014 auf 38,7 Mio. € im Berichtszeitraum (+ 16 Prozent). Die Personalaufwandsquote ist leicht von 37 auf 35 Prozent vom Umsatz gesunken.

Marketingaufwand

Im Geschäftsjahr 2015 haben wir die Marketinginvestitionen gegenüber dem Vorjahr um rund 4,0 Mio. € erhöht. Erstmals haben wir mit zwei TV-Kampagnen (Schwerpunkt in Q1 2015 und Q4 2015) in einem Geschäftsjahr unsere Marke gestärkt. Im Segment „Network/Premium“ lagen die Marketingschwerpunkte in den Bereichen SEM, Affiliate, Mailings sowie im klassischen Display-Advertising-Bereich. Entsprechend ist die Marketingquote leicht von 9 (2014) auf 11 Prozent im Geschäftsjahr 2015 angestiegen.

Sonstige betriebliche Aufwendungen

Die *sonstigen betrieblichen Aufwendungen* erhöhten sich insgesamt um 16,8 Mio. € von 37,3 Mio. € auf 54,1 Mio. €. Die wesentlichen Aufwandspositionen in diesem Bereich sind Aufwendungen für IT- und sonstige Dienstleistungen mit 18,2 Mio. € (Vorjahr: 11,9 Mio. €), Marketingaufwendungen von 11,7 Mio. € (Vorjahr: 7,7 Mio. €), Entwicklungskosten mit 5,8 Mio. € (Vorjahr: 3,1 Mio. €), Raumkosten mit 3,8 Mio. € (Vorjahr: 3,5 Mio. €), Server-Hosting, Verwaltung und Traffic mit 2,1 Mio. € (Vorjahr: 2,1 Mio. €), Kosten für Zahlungsabwicklung mit 2,1 Mio. € (Vorjahr: 1,8 Mio. €), Reise-, Bewirtungs- und sonstige Geschäftskosten mit 1,8 Mio. € (Vorjahr: 1,4 Mio. €) sowie Rechtsberatungs-, Buchführungs- und Prüfungskosten mit 1,4 Mio. € (Vorjahr: 1,1 Mio. €). Der Anstieg der Aufwendungen für IT- und sonstige Dienstleistungen resultiert im Wesentlichen aus der Übernahme des Employer-Branding-Geschäfts von der kununu GmbH durch die XING AG, bei dem die kununu GmbH nun als Dienstleister für die XING AG tätig ist.

EBITDA

Nach Abzug der Aufwendungen beträgt das operative Ergebnis (EBITDA) ohne das Beteiligungsergebnis der XING AG im Berichtszeitraum 21,5 Mio. €. Gegenüber dem Vorjahreswert von 21,8 Mio. € bedeutet dies einen Rückgang von 0,3 Mio. € bzw. 1 Prozent.

Abschreibungen

Die *Abschreibungen* sind gegenüber dem Vorjahr um 2,3 Mio. € auf 7,1 Mio. € im Berichtsjahr angestiegen (Vorjahr: 4,8 Mio. €). Sie beinhalten insbesondere Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände in Höhe von 4,7 Mio. € (Vorjahr: 2,1 Mio. €) sowie auf Sachanlagen in Höhe von 2,4 Mio. € (Vor-

jahr: 2,7 Mio. €). In den Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände ist die Abschreibung auf den Geschäfts- oder Firmenwert von 1,2 Mio. € (Vorjahr: 0,0 Mio. €) enthalten. Im Vorjahr wurde zudem aufgrund der geänderten Marktlage eine einmalige Wertberichtigung in Höhe von 8,6 Mio. € für die XING Events GmbH, Hamburg, vorgenommen.

Beteiligungsergebnis

Das Beteiligungsergebnis enthält insbesondere Erträge aus der Gewinnausschüttung der kununu GmbH, Wien/Österreich. Der Aufwand aus der Verlustübernahme resultiert aus der Übernahme des Jahresergebnisses der XING Events GmbH, Hamburg.

Finanzergebnis und Steuern

Die Zinserträge haben sich unter Beibehaltung der konservativen Anlagepolitik der XING aufgrund des niedrigen Zinsniveaus verringert. Der Zinsaufwand ist insbesondere durch die Aufzinsung von langfristigen Verbindlichkeiten und den Bereitstellungskosten für die nicht in Anspruch genommenen Kreditlinien bedingt.

Der Steueraufwand betrug 5,3 Mio. € im Geschäftsjahr 2015 nach 4,3 Mio. € im Vorjahr.

Jahresüberschuss und Ausschüttung

Nach Abzug aller Kosten ergibt sich ein Jahresüberschuss 2015 in Höhe von 11,9 Mio. € nach 5,2 Mio. € im Vorjahr. Auf Basis der im Geschäftsjahr 2015 erzielten Ergebnisse und der Umsetzung einer nachhaltigen Ausschüttungspolitik werden Vorstand und Aufsichtsrat der kommenden Hauptversammlung am 2. Juni 2016 vorschlagen, eine Dividende von 1,03 € je Aktie (Vorjahr: 0,92 €) an die Anteilseigner auszuschütten. Der Betrag orientiert sich einerseits am Konzernergebnis und andererseits an Benchmarks von TecDAX-Unternehmen mit vergleichbaren Wachstumszahlen. Zusätzlich soll eine Sonderdividende von 1,50 € je Aktie (Vorjahr: 0,00 €) gewährt werden. Der Bestand an liquiden Eigenmitteln von 72,8 Mio. EUR zum Jahresende 2015 sowie das cash-generative Geschäftsmodell von XING ermöglichen der Gesellschaft neben der Regeldividende die Auszahlung einer zusätzlichen Sonderdividende, ohne die weiter auf Wachstum ausgerichtete Geschäftsstrategie des Unternehmens zu verändern.

Geschäftsentwicklung der Segmente

Segment „Network/Premium“

Das Segment Network/Premium bildet das Fundament der XING-Plattform. Zum Ende des Geschäftsjahres konnte die XING Plattform 9,6 Millionen Mitglieder verzeichnen. Unsere Mission „For a better working life“ haben wir bei den Produktentwicklungen konsequent verfolgt und konnten somit 1,6 Millionen Menschen mehr als im Vorjahr unterstützen, in ihrem Berufsleben erfolgreich zu sein.

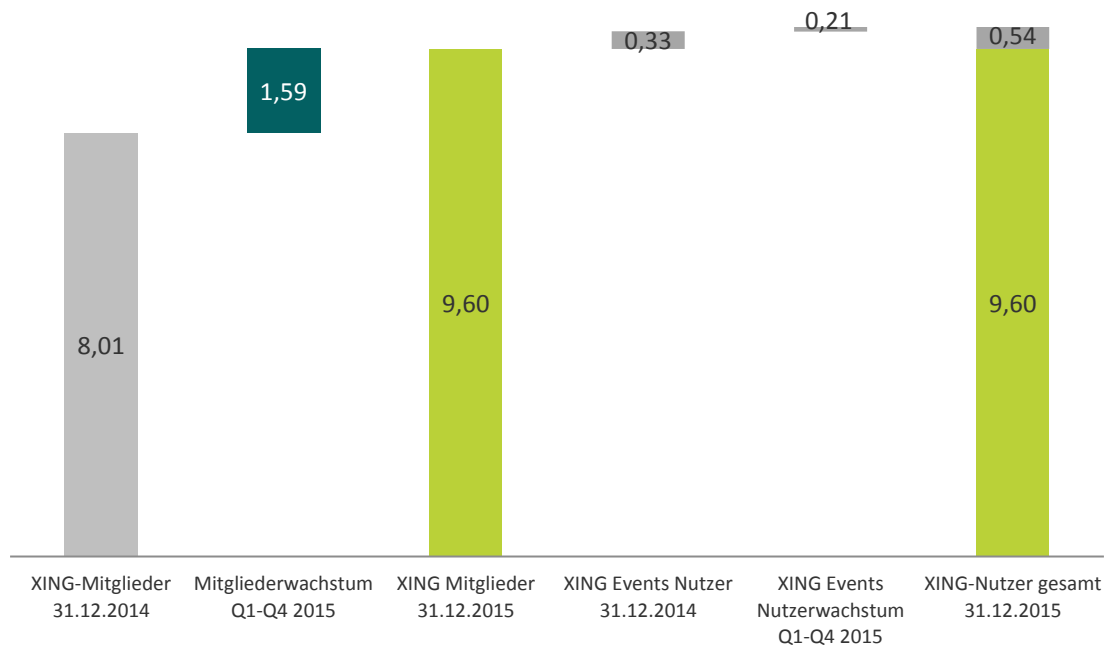
Beschleunigtes Wachstum bei neuen Mitgliedern

Nicht nur bei den Nutzerzahlen konnten wir die Wachstumsdynamik gegenüber dem Vorjahr ausbauen, auch das Gesamt-Mitgliederwachstum der XING-Plattform hat sich gegenüber dem Vorjahr noch einmal signifikant beschleunigt. Zum Ende des Geschäftsjahres 2015 zählte die XING-Plattform 9,6 Millionen Mitglieder. Inklusiv der Teilnehmer aus dem Bereich XING Events liegt die Zahl der Nutzer Ende 2015 sogar bei 10,1 Millionen. So haben sich im abgelaufenen Geschäftsjahr rund 1,6 Millionen gegenüber 1,1 Millionen im Vorjahr neue Business Professionals unter www.xing.com als Mitglieder registriert. Die wiederholt beschleunigte Wachstumsdynamik belegt, dass wir den Wert für unsere Mitglieder und Nutzer konsequent weiter ausgebaut haben, indem auch im abgelaufenen Geschäftsjahr weitere Services und Funktionen etabliert werden konnten. Durch die hohe Mitgliederanzahl ergibt sich für die XING-Plattform ein

exponentiell positiver Netzwerkeffekt. Immer mehr Mitglieder bekommen somit die Möglichkeit, offline geschlossene Kontakte auch auf der XING-Plattform wieder zu finden oder aber neue Bekanntschaften online zu schließen.

Als führendes Onlinenetzwerk für Business Professionals sind wir davon überzeugt, dass aufgrund der über 51 Millionen Erwerbstätigen in der D-A-CH-Region erhebliches weiteres Wachstumspotenzial besteht.

XING-Mitglieder- und Nutzerwachstum 2015 in Millionen



(Rundungsdifferenzen möglich)

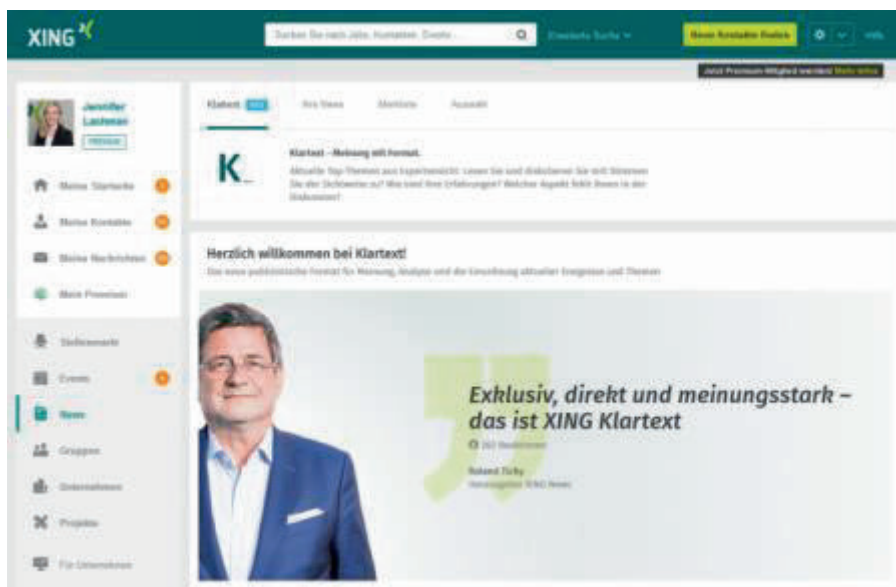
Content Initiative 2015

2015 war das Jahr der Content Initiative von XING. Unsere Nutzer benötigen relevante Informationen zur richtigen Zeit. Auf unserer Plattform haben wir die Gruppierungen von verschiedensten Branchen und Berufsgruppen. Unsere Branchen-News, die bereits mehr als zwei Millionen monatliche Leser haben, waren der erste Schritt, unsere Mitglieder mit Inhalten zu versorgen, die für ihre tägliche Arbeit wichtig sind und so ihr Berufsleben zu verbessern. Die Branchen-News liefern einmal am Tag „das Wichtigste kompakt“ – einen Überblick über die Themen, die von den Nutzern einer Branche als relevant erachtet werden.

Bereits im Februar 2015 haben wir die XING News-Seiten vorgestellt. Die News-Seiten richten sich an alle, die es genauer wissen wollen und sich auf ihrem Fachgebiet einen Wissensvorsprung aufbauen möchten. Zusätzlich zu den täglichen Branchen-News können unsere Mitglieder gezielt den News von ausgewählten Branchen-Medien und Experten folgen und die für sie relevanten beruflichen Themen auf XING lesen.

Den nächsten Schritt sind wir im Oktober 2015 gegangen. Mit XING Klartext haben wir unser eigenes journalistisches Angebot vorgestellt. Unsere Mitglieder können ab sofort auf der Plattform regelmäßige Meinungsbeiträge von Wirtschaftsvertretern lesen. Dabei handelt es sich um ein Format, auf dem fachkundige Experten und bekannte Persönlichkeiten exklusiv Position beziehen und ihre Meinungen zu aktuellen und kontroversen Themen rund um Wirtschaft und Beruf zur Debatte stellen. Mit den Sichtweisen und Erfahrungen der Experten wollen wir unsere Mitglieder dabei unterstützen, beruflich auf dem Laufenden

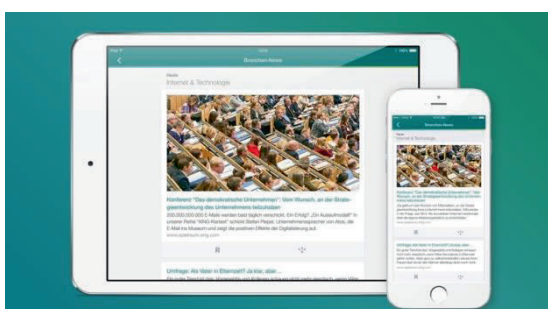
zu bleiben und das Wissen nutzbar für den Beruf und die persönliche Karriere zu machen. Die Auswahl der Themen trifft unsere eigene Redaktion, die wir im Laufe des vergangenen Jahres aufgebaut haben.



Verbesserung der Nutzbarkeit auf allen Endgeräten

Insgesamt hat der mobile Anteil des XING-Gesamt-Traffics im Jahr 2015 erstmals den Anteil des Desktop-Traffics übertroffen und liegt zum Jahresende bei etwa 55 Prozent. XING hat deshalb die Entwicklungskapazitäten für mobile Endgeräte nochmals deutlich verstärkt, um ein bestmögliches Nutzererlebnis zu gewährleisten.

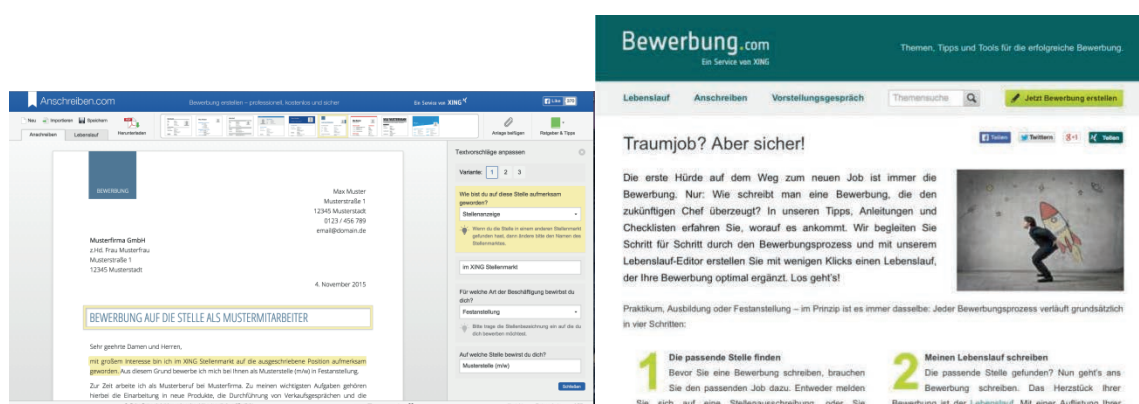
In 2015 haben wir für alle mobilen Apple-Endgeräte die neue XING Universal App vorgestellt. Damit stehen jetzt für jedes Endgerät nahezu die gleichen Funktionen zur Verfügung. So können Nutzer beispielsweise die Branchen-News nun auch auf dem iPad lesen. Das Design ist für iPhone 6 sowie iPad optimiert und dank angepasster Navigation und neuer Typografie ist die App aufgeräumter, dynamischer und interaktiver geworden.



Gegen Ende des abgelaufenen Geschäftsjahres haben wir die Windows-10-App von XING vorgestellt. Die App kann für Tablets und PCs/Notebooks mit Windows 10 sowie Smartphones mit Insider-Preview und mit dem offiziellen Windows 10 Mobile genutzt werden. Dabei zeigt die Sprachassistentin Cortana auf Wunsch auch die neuesten Nachrichten oder Neuigkeiten aus Gruppen an. Auch der Neuigkeiten-Stream, der unter anderem die XING-News-Seiten berücksichtigt, ist deutlich umfangreicher gestaltet worden. Ebenfalls haben Nutzer über alle Windows-10-Geräte hinweg Zugriff auf die von ihnen abonnierten Gruppen, können Beiträge nicht nur lesen und kommentieren, sondern auch Fotos betrachten und hochladen. Die Branchen-News sind selbstverständlich ebenfalls abrufbar.

Launch von www.bewerbung.com und www.anschreiben.com

Nachdem wir im Mai 2014 die Website www.lebenslauf.com erworben und kurze Zeit später erfolgreich mit der XING-Plattform verbunden haben, stellten wir im vergangenen Jahr die Destinationen www.bewerbung.com und www.anschreiben.com live. Die zusätzlichen Websites ergänzen den Service von www.lebenslauf.com. So gibt www.bewerbung.com den Nutzern Tipps, worauf es bei einer Bewerbung ankommt, und hält Anleitungen und Checklisten bereit. Die Seite begleitet Bewerber Schritt für Schritt durch den gesamten Bewerbungsprozess – vom Lebenslauf über das Foto und das Anschreiben bis hin zum Vorstellungsgespräch – alle Tipps und Tricks gebündelt auf einer Plattform. Die dritte Destination www.anschreiben.com ermöglicht den Nutzern, das Anschreiben zu erstellen. Auf Basis von zielgerichteten Fragen, bei denen uns HR-Experten unterstützt haben, erstellt der Editor den Text für das Anschreiben. Dieses kann vom Nutzer dann weiter ergänzt oder verändert werden. Eine direkte Verlinkung zu www.lebenslauf.com macht die Handhabung komfortabel und schließt den Kreis zur vollständigen Bewerbungsmappe.



Erfolgreiche Revitalisierung des Kerngeschäfts „Das neue Premium“

Vor etwa zwei Jahren haben wir begonnen, das Kerngeschäft mit kostenpflichtigen Mitgliedschaften intern neu aufzustellen und unseren Mitgliedern ein neues erweitertes und transparenteres Premium-Angebot anzubieten. Diesen Kurs haben wir auch 2015 erfolgreich fortgesetzt.

Arbeitsrechtsschutz als neuer Service für Premium-Mitglieder

Unsere Mission „For a better working life“ ist konsequent an den Bedürfnissen unserer Nutzer ausgerichtet. Wir möchten unseren Mitgliedern helfen, erfolgreicher im Arbeits- und Berufsleben zu sein und sich sicher zu fühlen. Gerade in Zeiten, in denen Jobwechsel immer häufiger werden und Arbeit zunehmend seltener an feste Zeiten und Orte gebunden ist, sehen sich Berufstätige verstärkt mit arbeitsrechtlichen Fragen konfrontiert. Einer von uns in Auftrag gegebenen forsa-Umfrage zufolge mussten sich nahezu zwei von drei Angestellten und Arbeitern in Deutschland (64 Prozent) in ihrer beruflichen Laufbahn bereits mindestens einmal mit arbeitsrechtlichen Fragen auseinandersetzen.

Im Rahmen eines Gruppenversicherungsvertrags, den XING mit dem Rechtsschutzspezialisten ARAG SE geschlossen hat, erhalten Premium-Mitglieder mit dem Baustein „XING Arbeitsrechtsschutz“ unter anderem Kostenschutz für eine kompetente telefonische Erstberatung bei allen arbeitsrechtlichen Fragen deutschen Rechts von Anwälten. Der XING Arbeitsrechtsschutz beinhaltet den uneingeschränkten Zugriff auf den ARAG Online-Rechts-Service, der über 1.000 Musteranschreiben und Verträge bereithält.

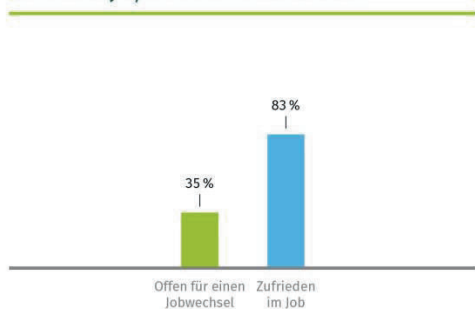
Erfolgreicher Launch der neuen ProJobs-Mitgliedschaft

Die erstmals im vierten Quartal 2014 vorgestellte XING ProJobs-Mitgliedschaft wurde von unseren Mitgliedern positiv angenommen. Die ProJobs-Mitgliedschaft bietet zusätzlich zu der Premium-Mitgliedschaft

deutliche Vorteile für Jobsuchende und kostet in Abhängigkeit von der Laufzeit zwischen 24,95 € und 39,95 € pro Monat. Mit der ProJobs-Mitgliedschaft können unsere Mitglieder besser von Headhuntern gefunden werden und steigern so ihre Chancen auf attraktive Job-Angebote. ProJobs-Mitglieder können beispielsweise in ihrem Profil über Tätigkeitsfeld, Branche und Position hinaus Angaben zu favorisierten Arbeitgebern, Gehaltsvorstellungen, bevorzugten Arbeitsorten sowie bestimmte Wünsche zu Arbeitszeiten hinterlegen. Darüber hinaus erhalten sie exklusiven Zugriff auf Stellen mit einem Jahresgehalt von mindestens 50.000 Euro, die von Headhuntern ausschließlich für Nutzer von XING ProJobs ausgeschrieben werden. Zudem können ProJobs-Mitglieder Bewerbungsprofis prüfen auf Wunsch kostenlos den Lebenslauf und das XING-Profil – inklusive aller ProJobs-Angaben. Außerdem können sie bis ins Detail entscheiden, wer von Ihrer Jobsuche erfährt und wer das erweiterte Profil sehen darf (und wer nicht).

Eine von XING durchgeführte repräsentative Studie aus dem Jahr 2016 unterstützt den eingeschlagenen Weg, die neue Mitgliedschaft zu vermarkten. Denn obwohl 83 Prozent der Erwerbstätigen mit ihrer derzeitigen beruflichen Tätigkeit zufrieden sind, könnte sich jeder Dritte (35 Prozent) in diesem Jahr vorstellen, den Job zu wechseln. Darunter sind sechs Prozent, die einen Wechsel sogar konkret geplant haben. Entsprechend sehen wir weiteres Wachstumspotenzial für die XING-ProJobs-Mitgliedschaft.

Zufrieden im Job, aber bereit für den Wechsel



Quelle: forsa-Umfrage Dezember 2015 / Januar 2016 bei 1.010 Fach- und Führungskräften mit Fach-/Hochschulabschluss in Deutschland

Die strategische Neuausrichtung und Revitalisierung des Kerngeschäfts hat sich im vergangenen Geschäftsjahr sehr positiv auf die Umsatzentwicklung des Segments sowie der XING-Gruppe ausgewirkt. Die Segmentumsätze sind um 19 Prozent (Vorjahr 12 Prozent) auf 72,7 Mio. € angestiegen.

Nach Abzug der direkt zurechenbaren Kosten und Aufwendungen verbleibt ein Segment-EBITDA für das Geschäftsjahr 2015 in Höhe von 44,7 Mio. € bei einer Marge von 62 Prozent (Vorjahr 64 Prozent). Der Rückgang ist insbesondere durch Aufbau zusätzlicher Mitarbeiterkapazitäten, beispielsweise für den Content-Bereich, sowie in erhöhten Marketingaufwendungen begründet.

Die wesentlichen Umsatztreiber dieses Segments in 2015 waren

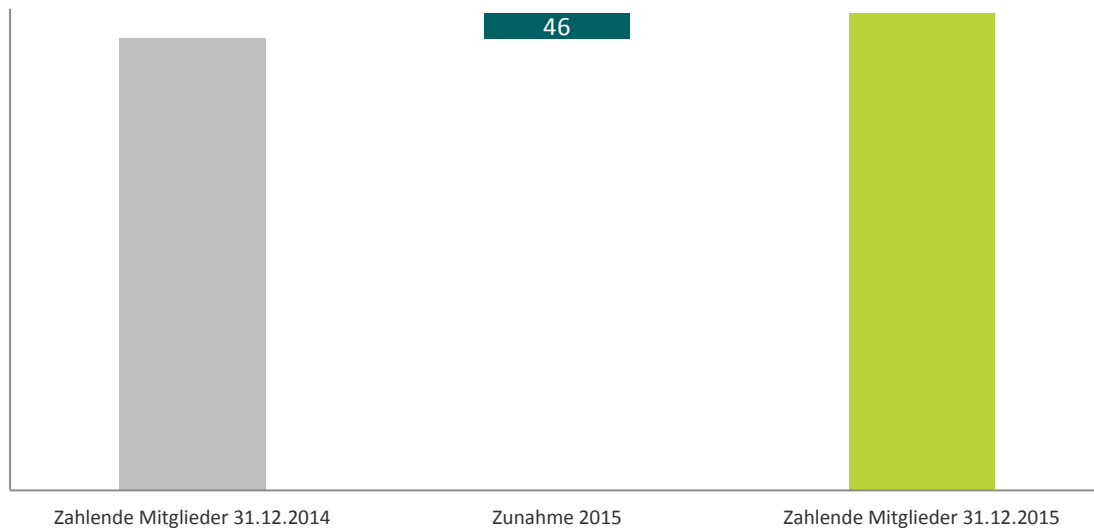
- das deutlich über Vorjahr liegende Wachstum bei zahlenden Mitgliedern,
- die Durchführung von Preisanpassungen bei neuen und bestehenden zahlenden Mitgliedern,
- die erfolgreiche Etablierung der kostenpflichtigen ProJobs-Mitgliedschaft sowie
- der gesteigerten Vermarktung von Advertising-Lösungen.

Stärkeres Wachstum zahlender Mitglieder

Wir konnten deutlich mehr Mitglieder von den Vorteilen der Premium- und ProJobs-Mitgliedschaft überzeugen. So haben sich im Jahr 2015 netto rund 45.520 Business Professionals für eine kostenpflichtige Mitgliedschaft auf www.xing.com entschieden. Bereinigt um den Sondereffekt aufgrund von Preiserhöhungen wäre die XING Plattform um 50.000 kostenpflichtige Mitgliedschaften gewachsen. Im Vorjahr lag dieser Wert bei 28.000 bzw. 38.000 (bereinigt um den Sondereffekt aufgrund von Preiserhöhungen). Zum

Ende des Geschäftsjahres hatte XING insgesamt 881.000 zahlende Mitglieder in der D-A-CH-Region (2014: 835.000).

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



Preisanpassungen im Teilbereich „Premium“

Unser neues und zugleich erweitertes Premium-Angebot haben wir zum Anlass genommen, um zunächst Mitte 2013 den Preis für alle neuen zahlenden Mitglieder um etwa 2 € pro Monat anzuheben. Dieser Effekt hat seit der Anpassung insgesamt positive Auswirkungen auf die Umsatz- und Ergebnisentwicklung des Segments.

Wir haben im Geschäftsjahr 2014 einen größeren Anteil unserer bestehenden Mitglieder darüber informiert, dass wir ihre bestehende Mitgliedschaft aufgrund des deutlich aufgewerteten Premium-Angebots lediglich zu einem höheren monatlichen Beitrag fortsetzen können. Entsprechend haben sich die Preisanpassungen überwiegend im abgelaufenen Geschäftsjahr 2015 positiv auf die Umsatz- und Ergebnisentwicklung des Segments ausgewirkt.

Gestiegene Vermarktung von Marketing-Lösungen

Im Bereich Marketing-Lösungen entwickeln wir Produkte für Unternehmen, um zielgerichtet und effektiv mit ihrer Zielgruppe über die XING-Plattform zu kommunizieren. Die Kernprodukte umfassen dabei klassische Displaywerbung und Partnerschaften.

Segment „E-Recruiting“

Erstmals mehr als 30 Mio. € Segmentumsatz

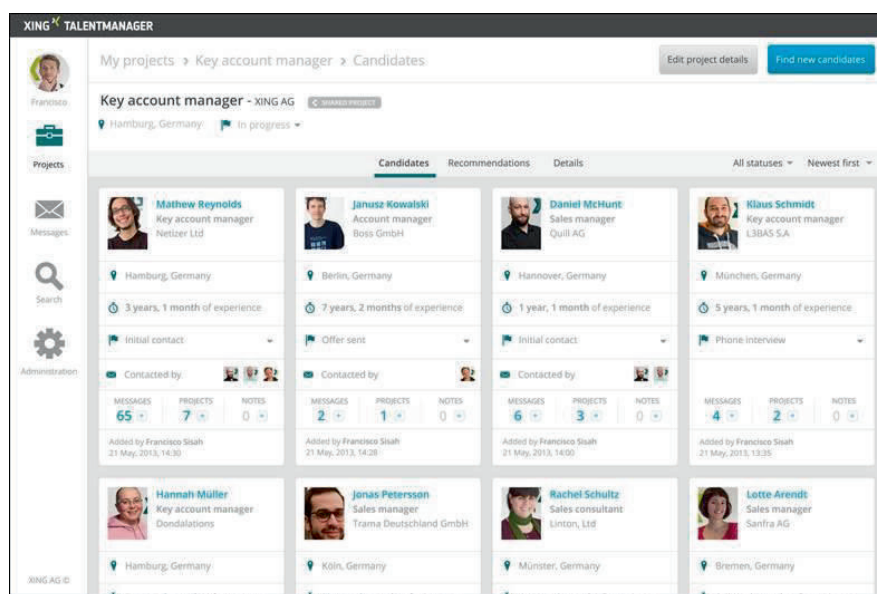
Auch in 2015 konnten wir mit unseren E-Recruiting-Angeboten deutlich wachsen: Mit 32,2 Mio. € (Vorjahr 25,2 Mio. €) stieg der Umsatz um 28 Prozent. Alle Teilbereiche – Active Recruiting, Passive Recruiting und Employer Branding – haben zu diesem Wachstum beigetragen.

Active Recruiting stärkster Wachstumstreiber

Der demografische Wandel, die Digitalisierung der Arbeitswelt und der Wertewandel der neuen Arbeitnehmergenerationen bilden seit einigen Jahren die herausfordernden neuen Rahmenbedingungen, mit denen sich Unternehmen bei der Besetzung offener Stellen auseinandersetzen müssen. Es wird immer schwieriger für Unternehmen, geeignete Talente in ausreichender Anzahl zu rekrutieren. Es genügt heute nicht mehr, Stellenanzeigen zu schalten und auf die Bewerbungen zu warten. Unternehmen müssen deutlich proaktiver bei der Identifizierung geeigneter Kandidaten werden. Mit dem Ende 2012 erstmals vorgestellten XING-Talentmanager für Active-Sourcing haben wir eine HR-Lösung vorgestellt, mit der Unternehmen selbstständig auf der XING-Plattform, dem größten sozialen Netzwerk für berufliche Kontakte im deutschsprachigen Raum, nach geeigneten Kandidaten suchen und diese direkt kontaktieren können. Damit finden Unternehmen die Kandidaten, die ihre Erwartungen erfüllen.

Die direkte Ansprache von dem suchenden Unternehmen ist nach einer Active-Sourcing-Studie von Experter aus dem Jahr 2015 sehr wichtig: 96,4 Prozent der befragten Senior Level Executives möchten vom Unternehmen direkt angesprochen werden (2014 waren es lediglich 37,2 Prozent). Dank der beschriebenen strukturellen Veränderungen am Arbeitsmarkt und dem starken Mitgliederwachstum der XING-Plattform ist die Resonanz der Unternehmen für unseren Talentmanager ungebrochen positiv. Im vergangenen Geschäftsjahr konnten wir den Umsatz dieses Teilbereichs um fast 60 Prozent steigern und die Zahl der verkauften Talentmanager-Lizenzen von 3.900 Ende 2014 auf 5.100 zum Jahresende 2015 erhöhen.

XING ist in diesem Bereich der klare Marktführer in der D-A-CH-Region.



Passive Recruiting durch Akquisition von www.jobbörse.com weiter gestärkt

Im Teilbereich Passive Recruiting erzielt XING seine Umsätze im Wesentlichen mit dem Verkauf von Online-Stellenanzeigen im Bereich <https://www.xing.com/jobs/> an Unternehmenskunden, die auf diesem Wege Bewerbungen für ihre offenen Stellen generieren möchten. Um die Attraktivität des Stellenmarkts für unsere Nutzer zukünftig deutlich zu steigern und somit auch die Nutzungsfrequenz des Stellenmarkts zu erhöhen, haben wir am 22. Januar 2015 die Intelligence Competence Center (Deutschland) AG mit Sitz in Aschaffenburg übernommen. Die Gesellschaft hat die Webseite www.jobbörse.com entwickelt, die mit über 2,5 Millionen Stellenanzeigen größten Jobsuchmaschine im deutschsprachigen Raum. Darüber hinaus haben wir uns die Suchtechnologie von Jobbörse.com, die rund 1,3 Millionen Unternehmensseiten durchsucht, gesichert. Wenige Monate später im September 2015 haben wir dank der erfolgreichen Integration von Jobbörse.com auch den XING Stellenmarkt überarbeitet und die für unsere Nutzer sichtbaren Stellenanzeigen dank der Crawling-Technologie vom kleinen fünfstelligen Bereich auf rund 1 Million

erweitert. Damit haben Nutzer einen umfassenden Zugang zu den für sie relevanten Jobs auf einem einzigen Portal – sie müssen nirgendwo anders mehr suchen. Und auch die Suche ist konsequent am Nutzer orientiert: Ob familienfreundliche Bedingungen, Jobs mit Sinn, gute Weiterbildungsmöglichkeiten, oder sogar die Suche nach Arbeitgebern, die Hunde dulden – jeder findet auf dem XING Stellenmarkt Jobs, die seinen individuellen Ansprüchen und Wünschen gerecht werden.

Neben der schieren Anzahl an Jobs und kandidatenorientierten Suchkriterien profitieren Berufstätige von weiteren speziellen arbeitnehmerfreundlichen Ausrichtung des XING Stellenmarkts – der Jobsuchende sieht anders als üblich 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 erhält er im XING Stellenmarkt darüber hinaus Informationen, die in der heutigen Arbeitswelt hochrelevant, aber nicht auf klassischen Stellenportalen verfügbar sind. So zeigt die integrierte kununu-Bewertung den Nutzern auf einen Blick, ob ein Unternehmen ihren Ansprüchen etwa in Sachen Atmosphäre, Vorgesetztenverhalten oder Sozialleistungen genügt.

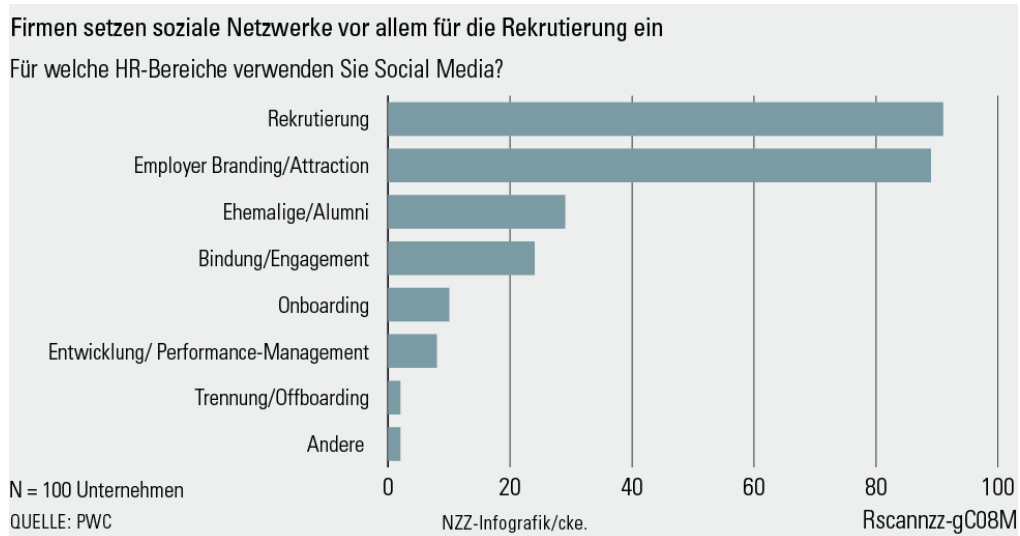
Auf diese Weise macht XING die Arbeitgeberqualität des Unternehmens für seine Nutzer auf einen Blick transparent und das XING-Mitglied kann ausgehend davon einschätzen, ob es sich bewerben möchte.



Employer Branding mit zweistelligem Wachstum

In Zeiten des Fachkräftemangels wird es für Unternehmen immer wichtiger, ihr Profil als Arbeitgeber zu schärfen, eine attraktive Arbeitgebermarke zu entwickeln und diese dort zu präsentieren, wo die Kandidaten sich über das Unternehmen informieren. Dies belegt auch eine aktuelle Umfrage von PricewaterhouseCoopers, wonach Social Media maßgeblich für Recruiting und Employer Branding eingesetzt wird. Mit der Plattform www.kununu.com verfügt XING über das führende Portal für Bewertungen und Rezensionen von Unternehmen im deutschsprachigen Raum. Kandidaten finden dort zahlreiche Angaben und Informationen über potenzielle Arbeitgeber und können so bereits im Vorfeld einen qualifizierten Eindruck der Unternehmen gewinnen, für die sie sich interessieren. Wir bieten Unternehmen kostenpflichtige Employer-Branding-Profilen an, um mehr Kontrolle über die Inhalte und Botschaften zum Aufbau einer attraktiven Arbeitgebermarke zu übernehmen. Ende 2015 lag die Zahl der verkauften Employer-Branding-Profilen bei rund 2.100 (Ende 2014: ca. 1.500). Die Umsatzentwicklung hat sich nach einer starken ersten Jahreshälfte mit 29 Prozent in der zweiten Jahreshälfte 2015 durch einen technischen Effekt aus der Neustrukturierung des Produktangebotes verlangsamt: Das alte XING-Unternehmensprofil (12,49 bis 129 EUR pro Monat) wurde nicht mehr fortgeführt. Nur noch das neue Employer Branding Produkt (395 bis 1.095 EUR pro Monat) wird von uns seitdem angeboten. Kunden, die sich nicht für einen Umstieg auf das Employer Branding Profil entschieden haben, entfielen. In der Folge ist der Umsatz dieses Teilbereichs nur 10 Prozent gegenüber dem Vorjahr gewachsen. Dieser Effekt sollte jedoch die Umsatzentwicklung des Teilbereichs im Geschäftsjahr 2016 nicht mehr im gleichen Ausmaß belasten.

XING ist klarer Marktführer im Segment von Arbeitgeberbewertungsseiten und Employer Branding in der D-A-CH-Region.

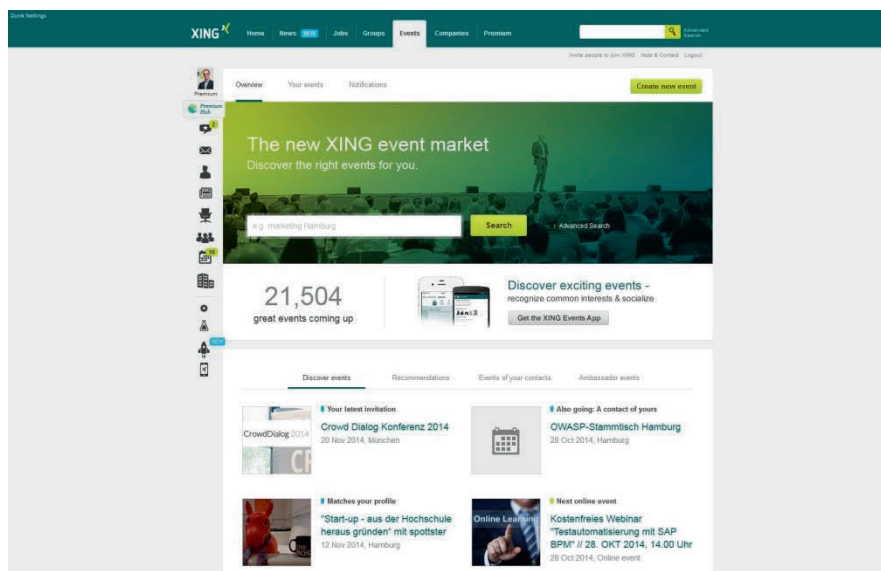


Dank der positiven Entwicklung in den Bereichen Active / Passive Sourcing und Employer Branding konnte das Segment E-Recruiting den Umsatz um 28 Prozent auf 32,2 Mio. € (Vorjahr 25,2 Mio. €) steigern. Die Zahl der Corporate Customers (B2B-Kunden) in der D-A-CH-Region ist im Geschäftsjahr 2015 auf 17.930 (Vorjahr: 17.197) angestiegen. Neben der Steigerung der Unternehmenskundenanzahl konnten wir in 2015 auch einen höheren durchschnittlichen Umsatz (2015: 2.307 EUR; Vorjahr 1.912 EUR) je Corporate Customer erreichen.

Segment „Events“

Produktentwicklung für Event-Veranstalter

Seit Januar 2015 bieten wir mit Event PLUS den Veranstaltern professioneller Events die Möglichkeit, eine noch größere Gruppe potenzieller Teilnehmer auf XING zu erreichen. Veranstalter können mit Event PLUS ihr Event auf den Seiten thematisch ähnlicher Events anzeigen lassen und so eine größere und auf das Thema ihrer Veranstaltung zugeschnittene Zielgruppe erreichen. Durch diese gezielte Form der Ansprache erhöht sich die Reichweite eines Events innerhalb der relevanten Zielgruppe. Auch können sie auf tagesaktuelle Statistiken zur Sichtbarkeit, Besucherzahlen und Nutzeraktivitäten zugreifen, die dabei helfen, Marketingaktivitäten flexibel anzupassen und zu optimieren.



Erweitertes Portfolio für Messe-Veranstalter

In 2015 haben wir auch 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 Softwarelösungen 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



Strategische Neuausrichtung erfolgreich vollzogen – Verluste deutlich verringert

Die im Jahr 2014 begonnene Neuausrichtung unseres Events-Geschäfts haben wir im vergangenen Geschäftsjahr erfolgreich vollzogen. Wir konnten den Segment-Umsatz deutlich von 3,7 auf 6,5 Mio. € steigern. Wir haben im Rahmen der strategischen Neuausrichtung das Events-Geschäft im vergangenen Geschäftsjahr deutlich stärker und fokussierter auch für die Gewinnung neuer Plattform-Mitglieder eingesetzt und so Segment-Umsätze in Höhe von 0,6 Mio. € realisiert. Darüber hinaus haben wir für unsere Event-Organizer mehr Möglichkeiten geschaffen, Reichweite aufzubauen und ihr Event zielgruppengenaue zu vermarkten. Die Maßnahmen haben im vergangenen Jahr Traktion gewonnen und tragen seitdem wesentlich zur Umsatz- und Ergebnisentwicklung bei.

Vermögenslage

Das Anlagevermögen hat sich um 4,5 Mio. € von 17,8 Mio. € im Vorjahr auf 22,3 Mio. € zum 31. Dezember 2015 erhöht. Dies hängt im Wesentlichen mit dem Erwerb der Intelligence Competence Center (Deutschland) AG zusammen. Der Anteil des Anlagevermögens an der Bilanzsumme hat sich gegenüber dem Vorjahr (19,1 Prozent) auf 18,8 Prozent leicht verringert. In der Folge ist der Anteil des Umlaufvermögens und des Rechnungsabgrenzungspostens auf 81,2 Prozent (Vorjahr 80,9 Prozent) leicht gestiegen.

Am 31. Dezember 2015 bestand das bilanzielle Vermögen mit 75,8 Mio. € (Vorjahr: 58,7 Mio. €) bei einer Bilanzsumme von 118,4 Mio. € (Vorjahr: 93,4 Mio. €) zu 64,0 Prozent (Vorjahr: 62,9 Prozent) aus liquiden Mitteln.

In den liquiden Mitteln zum 31. Dezember 2015 waren Fremdzahlungsmittel des Geschäftsbereichs XING Events von 3,0 Mio. € (Vorjahr: 3,2 Mio. €) enthalten. Die Eigenzahlungsmittel betragen mit 72,8 Mio. € 61,5 Prozent der Bilanzsumme (Vorjahr: 55,5 Mio. € bzw. 59,4 Prozent). Die Steigerung der liquiden Mittel ist in Höhe von 4,6 Mio. € durch Einzahlungen bei der Abwicklung des Aktienoptionsprogramms 2010 bedingt.

Der Anstieg der Forderungen aus Dienstleistungen von 8,9 Mio. € im Vorjahr auf 13,1 Mio. € zum 31. Dezember 2015 ist überwiegend im weiteren Anstieg der Umsatzerlöse begründet. Die Forderungen aus Dienstleistungen betreffen hauptsächlich Forderungen aus Mitgliedsbeiträgen gegenüber Premium-Mitgliedern und Forderungen im B2B-Bereich.

Die sonstigen Vermögenswerte sind um 0,4 Mio. € von 1,2 Mio. € im Vorjahr auf 1,6 Mio. € zum 31. Dezember 2015 erhöht. Durch das Umsatzwachstum von XING ergeben sich hier höhere Forderungen gegen Kreditkartenunternehmen.

Finanzlage

Eigenkapital und Schulden

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

Die Eigenkapitalquote lag am Bilanzstichtag bei 43,7 Prozent gegenüber 43,2 Prozent im Jahr 2014. Die Steigerung ergibt sich bei einem positiven Jahresergebnis von 11,9 Mio. € auch aus einer weiteren Zuführung von 4,6 Mio. € aus dem Aktienoptionsprogramm 2010. Damit ist XING auch weiterhin sehr gut für zukünftiges Wachstum positioniert.

Das Anlagevermögen war mit 232,0 Prozent (Vorjahr: 226,4 Prozent) weiterhin deutlich durch Eigenkapital überdeckt. Die Überdeckung des Umlaufvermögens (einschließlich liquider Mittel) über die Schulden (Rückstellungen, Verbindlichkeiten und passiver Rechnungsabgrenzungsposten) betrug 142,8 Prozent (Vorjahr: 140,1 Prozent).

Strategische Finanzierungsmaßnahmen

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

Ausgaben in Forschung und Produktentwicklung

Wie für ein Internetunternehmen typisch, entfällt ein wesentlicher Teil der Ausgaben auf die Bereiche Forschung und Produktentwicklung. Mit 30,4 Mio. € am Gesamtumsatz liegen die Ausgaben für Forschung und Produktentwicklung im Jahr 2015 klar über dem Vorjahreswert und machen deutlich, dass wir im vergangenen Geschäftsjahr an zahlreichen Innovationen und Produktneuentwicklungen gearbeitet haben.

Der größte Einzelposten dieser Ausgaben betrifft die Entwicklung und Programmierung der XING-Plattform.

Zusätzliche Angaben zu den Aufwendungen für die Entwicklung sowie die Veränderungen des Buchwerts der selbst entwickelten Software sind im Anhang bei der Darstellung der immateriellen Vermögenswerte angegeben.

Gesamtaussage zur wirtschaftlichen Lage durch die Unternehmensleitung

Mit den erreichten operativen und finanziellen Ergebnissen im Geschäftsjahr 2015 sind wir äußerst zufrieden. Nach einer Beschleunigung des Umsatzwachstums im Jahr 2014 konnten wir 2015 das Wachstum nochmals steigern und gleichzeitig zielgerichtet in die Zukunft investieren. Das Geschäftsmodell der XING AG mit nachhaltig hohen Margen und niedriger Kapitalintensität durch überwiegend im Voraus bezahlter Umsätze ermöglicht dies ohne wesentliche Finanzschulden.

Diese sehr komfortable Basis ermöglicht es nicht nur, kontinuierlich in den Ausbau des Geschäfts und die Entwicklung neuer Geschäftsmodelle zu investieren, sondern darüber hinaus auch regelmäßige Dividenden an unsere Aktionäre auszuschütten. Der Dividendenvorschlag ist im Kapitel Prognosebericht erörtert.

Vergütungsbericht

Dieser Vergütungsbericht richtet sich nach den Anforderungen des Gesetzes zur Angemessenheit der Vorstandsvergütung (VorstAG), den Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex und den Regelungen des vom Deutschen Rechnungslegungs Standards Committee verabschiedeten DRS 17 (Berichterstattung über die Vergütung der Organmitglieder). Der Vergütungsbericht beinhaltet ebenso Angaben, die nach den Erfordernissen der International Financial Reporting Standards (IFRS) Bestandteil des Anhangs bzw. Lageberichts sind. Erläutert werden Struktur und Höhe der Vorstands- und Aufsichtsratsvergütung im Berichtsjahr sowie die Darstellung des Aktienbesitzes von Vorstands- und Aufsichtsratsmitgliedern. Die Struktur des Vergütungssystems wird vom Aufsichtsrat regelmäßig überprüft.

Vergütung des Vorstands

In diesem Abschnitt werden die Prinzipien der Vorstandsvergütung dargelegt und, den Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex folgend, die gesamte sowie die individualisierte Vorstandsvergütung offengelegt.

Zuständigkeit der Festsetzung der Vorstandsvergütung

Der Aufsichtsrat ist für die Festsetzung der Vergütung der einzelnen Vorstandsmitglieder zuständig.

Vergütungselemente der Vorstandsmitglieder

Die Gesamtvergütung und die einzelnen Vergütungskomponenten des Vorstands stehen in einem angemessenen Verhältnis zu den Aufgaben des jeweiligen Vorstandsmitglieds, der jeweiligen persönlichen Leistung, der Leistung des Gesamtvorstands und der wirtschaftlichen Lage der XING AG. Die Vergütung des Vorstands beinhaltet, entsprechend den Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex, einerseits feste, andererseits variable, erfolgsabhängige Bezüge.

Der feste, erfolgsunabhängige Vergütungsbestandteil besteht aus einem Fixum als Grundvergütung. Die Grundvergütung wird monatlich anteilig als Gehalt ausgezahlt. Sie wurde mit den jeweiligen Vorstandsmitgliedern vertraglich vereinbart, wird regelmäßig überprüft und gegebenenfalls einvernehmlich mit dem betroffenen Vorstandsmitglied angepasst. Zusätzlich zur Grundvergütung werden den Vorständen in angemessenem Umfang geldwerte Vorteile in Form von Sachbezügen und sonstigen freiwilligen Leistungen gewährt. Zudem erhalten die Vorstände Auslagenersatz für Reisekosten, Telefonnutzung und sonstige Aufwendungen. Alle Sachbezüge werden vom Unternehmen ordnungsgemäß versteuert.

Die variablen Vergütungsbestandteile bestehen aus zwei Teilen: Zum einen werden den Mitgliedern des Vorstands erfolgsabhängige Bezüge gewährt, welche sich an der Erreichung (i) bestimmter qualitativer, persönlicher Ziele der einzelnen Vorstandsmitglieder und (ii) quantitativer Unternehmensziele, jeweils betreffend das aktuelle Geschäftsjahr, bemessen und anhand von Kennzahlen des Konzernabschlusses, anderer operativer Kennzahlen bzw. im Hinblick auf die persönlichen Ziele anhand sonstiger Zielerreichungsparameter ermittelt werden. Zum anderen bilden virtuelle Aktien, sog. „Shadow Shares“, die den bezugsberechtigten Vorstandsmitgliedern im Rahmen eines langfristigen Anreizprogramms, des sogenannten Long-Term-Incentive-Programms (LTI), gewährt werden, ein weiteres Element der variablen Vorstandsvergütung.

Für die erfolgsabhängigen Bezüge des Vorstands gilt im Hinblick auf die Vorstandsverträge von Dr. Vollmoeller, Herrn Chu und Herrn Richter: Die qualitativen, persönlichen Ziele werden zu Beginn jedes Geschäftsjahres für jedes Vorstandsmitglied individuell durch den Aufsichtsrat festgelegt. Der Grad der Zielerreichung der qualitativen, persönlichen Ziele reicht von 0 bis 100 % und wird vom Aufsichtsrat zu Beginn eines Geschäftsjahres für das vorangegangene Geschäftsjahr im pflichtgemäßen Ermessen festgestellt. Die quantitativen Unternehmensziele für die erfolgsabhängigen Bezüge des Vorstands basieren einerseits auf zwei für das jeweilige Geschäftsjahr budgetierten Finanzziele der Gesellschaft, derzeit Konzern-EBITDA

und Konzernumsatz, andererseits auf einer bestimmten anderen operativen Unternehmenskennzahl, die nicht finanzieller Natur ist (z.B. Mitgliederwachstum oder Aktivität auf der XING-Plattform). Der Grad der Zielerreichung bezüglich der quantitativen Unternehmensziele reicht von 0 bis 200 %. Die Festlegung der Zielerreichung der quantitativen Unternehmensziele erfolgt nach Billigung des Konzernabschlusses der Gesellschaft durch den Aufsichtsrat anhand der Parameter des gebilligten Konzernabschlusses bzw. anhand von Analysen der operativen Unternehmenskennzahlen auf Basis der in den jeweiligen Vorstandsverträgen bzw. den jeweiligen Zielfestlegungen vorgegebenen Berechnungsparameter.

Die Konditionen der erfolgsabhängigen Bezüge von Herrn Pape werden zwischen Aufsichtsrat und Herrn Pape zu Beginn eines jeden Geschäftsjahres vereinbart. Der Grad der Zielerreichung für die qualitativen, persönlichen Ziele als auch die quantitativen Unternehmensziele reicht bei ihm von 0 bis 180 %. Die konkrete Zielerreichung des Vorjahres wird zwischen Herrn Pape und dem Aufsichtsrat spätestens zwei Wochen vor der jeweiligen ordentlichen Hauptversammlung einvernehmlich festgestellt.

Bei den Shadow Shares aus dem LTI handelt es sich um virtuelle Nachbildungen von Aktien, die den bezugsberechtigten Vorstandsmitgliedern in jährlichen Tranchen zugeteilt werden. Die Anzahl der zuzuteilenden Shadow Shares einer jährlichen Tranche entspricht dabei dem Quotienten aus dem jährlich ermittelten Zuteilungsbetrag und dem durchschnittlichen Schlussauktionspreis der Aktie der Gesellschaft an den letzten 100 Börsentagen vor der Hauptversammlung, in der der Konzernabschluss, der Grundlage für die Festlegung der Zielerreichung ist, gebilligt wird. Der jährliche Zuteilungsbetrag ist abhängig von der Erreichung quantitativer Unternehmensziele, die durch den Aufsichtsrat im Rahmen einer von ihm festzustellenden 3-Jahres-Planung vorab für das jeweilige Geschäftsjahr der 3-Jahres-Planung festgelegt werden, derzeit Konzernumsatz und -EBITDA. Nach Ablauf einer Wartezeit von drei Jahren ab Zuteilung hat das berechnete Vorstandsmitglied einen an den Aktienkurs gekoppelten Anspruch auf eine Barzahlung oder, nach Wahl der Gesellschaft, auf Zuteilung von Aktien der XING AG. Zudem wird dem Bezugsberechtigten die etwaige Dividende für drei Geschäftsjahre („kumulierte Dividende“) ausgezahlt. Erfolgt ein Barausgleich, ist der gesamte Auszahlungsbetrag auf das Dreifache des relevanten Zuteilungsbetrages der jeweiligen Tranche von Shadow Shares begrenzt. Erfolgt ein Aktienausgleich, so entspricht die Anzahl der zu gewährenden Aktien der Anzahl der zugeteilten Shadow Shares. Beträgt die Summe aus dem Kurs der Aktien zu dem Ausübungszeitpunkt und der kumulierten Dividende mehr als das Dreifache des relevanten Zuteilungsbetrages der jeweiligen Tranche von Shadow Shares, so wird eine Anzahl an Aktien gewährt, die dem Dreifachen des Zuteilungsbetrages entspricht. Durch die Gewährung der Shadow Shares wird eine Vergütungskomponente genutzt, die die Wertentwicklung der Aktie der Gesellschaft berücksichtigt und daher für die Vorstände eine nachhaltige, langfristige Anreizwirkung bietet.

Vorstandsvergütung im Geschäftsjahr 2015 nach DRS 17

Die Gesamtvergütung und die individuelle Vergütung des Vorstands für das Geschäftsjahr 2015 sind den unten aufgeführten Tabellen zu entnehmen.

Tabelle 1: Vergütung des Vorstands 2015 (Zuwendungsbetrachtung nach DRS 17)

	Dr. Thomas Vollmoeller		Ingo Chu		Jens Pape		Timm Richter		Summe 2014	Summe 2015
	CEO		CFO		CTO		CPO			
	seit 16.10.2012	2015	seit 01.07.2009	2015	seit 01.03.2011	2015	seit 01.03.2013	2015		
alle Werte in Tsd €	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015		
Festvergütung	386	386	245	252	230	243	230	230	1.091	1.111
Nebenleistungen	1	0	3	4	3	3	3	3	10	10
Summe	387	386	248	256	233	246	233	233	1.101	1.121
Einjährige variable Vergütung Bonus (bar)	186	151	133	104	99	88	112	95	530	438
Mehrfährige variable Vergütung Long-Term-Incentive*	216	221	98	100	98	100	98	100	510	521
Summe	789	758	479	460	430	434	443	428	2.141	2.080

* Der in der Tabelle angegebene Wert der virtuellen Aktien errechnet sich aus dem vertraglich vereinbarten Zuteilungsbetrag, multipliziert mit der Zielerreichung für das Jahr 2015. Die Zuteilung der virtuellen Aktien für das Geschäftsjahr 2015 erfolgt nach der Hauptversammlung, der der festgestellte Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2015 vorgelegt wird.

Vorstandsvergütung im Geschäftsjahr 2015 nach dem Deutschen Corporate Governance Kodex

Der DCGK empfiehlt, einzelne Vergütungskomponenten für jedes Vorstandsmitglied nach bestimmten Kriterien individuell offenzulegen. Er empfiehlt weiter, für deren teils vom DRS 17 abweichende Darstellung die dem DCGK beigefügten Mustertabellen zu verwenden.

In der nachfolgenden Tabelle werden die für die Geschäftsjahre 2014 und 2015 gewährten Zuwendungen einschließlich Nebenleistungen sowie die im Geschäftsjahr 2015 erreichbaren Minimal- und Maximalvergütungen dargestellt. Abweichend vom DRS 17 sind die einjährigen erfolgsabhängigen Vergütungen den Anforderungen des DCGK entsprechend mit dem Zielwert, das heißt dem Wert, der bei einer Zielerreichung von 100 % an den Vorstand gewährt wird, anzugeben.

Tabelle 2: Vergütung des Vorstands 2015 (Zuwendungsbetrachtung nach DCGK)

	Dr. Thomas Vollmoeller				Ingo Chu				Jens Pape				Timm Richter				Summe	Summe
	CEO		CEO		CFO		CFO		CTO		CTO		CPO		CPO			
	seit 16.10.2012		seit 16.10.2012		seit 01.07.2009		seit 01.07.2009		seit 01.03.2011		seit 01.03.2011		seit 01.03.2013		seit 01.03.2013			
	2014	2015	2015	2015	2014	2015	2015	2015	2014	2015	2015	2015	2014	2015	2015	2015	2014	2015
alle Werte in Tsd €	Ausgangswert	Ausgangswert	Minimum	Maximum	Ausgangswert	Ausgangswert	Minimum	Maximum	Ausgangswert	Ausgangswert	Minimum	Maximum	Ausgangswert	Ausgangswert	Minimum	Maximum	Ausgangswert	Ausgangswert
Festvergütung	386	386	386	386	245	252	252	252	230	243	243	243	230	230	230	230	1.091	1.111
Nebenleistungen	1	0	0	0	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	10	9
Summe	387	386	386	386	248	255	255	255	233	246	246	246	233	233	233	233	1.101	1.120
Einjährige variable Vergütung Bonus (bar)	190	190	0	315	125	125	0	215	100	100	0	180	115	115	0	190	530	530
Mehrfürige variable Vergütung Long-Term-Incentive	216	220	0	660	98	100	0	300	98	100	0	300	98	100	0	300	510	520
Summe	793	796	386	1.361	471	480	255	770	431	446	246	726	446	448	233	723	2.141	2.170

Da die den Mitgliedern des Vorstands für das Geschäftsjahr gewährte Vergütung teilweise nicht mit einer Zahlung in dem jeweiligen Geschäftsjahr einhergeht, wird – in Übereinstimmung mit der entsprechenden Empfehlung des DCGK – in einer gesonderten Tabelle dargestellt, in welcher Höhe ihnen für das Geschäftsjahr 2015 Mittel zufließen. Entsprechend den Empfehlungen des DCGK sind die fixe Vergütung sowie die einjährigen erfolgsabhängigen Bezüge als Zufluss für das jeweilige Geschäftsjahr anzugeben. Die den einzelnen Mitgliedern des Vorstands für das Geschäftsjahr 2015 nach dem DCGK zugeflossene Gesamtvergütung ist – aufgliedert in ihre jeweiligen Bestandteile – der nachfolgenden Tabelle zu entnehmen:

Tabelle 3: Vergütung des Vorstands 2015 (Zuflussbetrachtung nach DCGK)

	Dr. Thomas Vollmoeller		Ingo Chu		Jens Pape		Timm Richter		Summe	Summe
	CEO		CFO		CTO		CPO			
	seit 16.10.2012		seit 01.07.2009		seit 01.03.2011		seit 01.03.2013			
	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015
alle Werte in Tsd €	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015
Festvergütung	386	386	245	252	230	243	230	230	1.091	1.111
Nebenleistungen	1	0	3	4	3	3	3	3	10	10
Summe	387	386	248	256	233	246	233	233	1.101	1.121
Einjährige variable Vergütung Bonus (bar)	186	151	133	104	99	88	112	95	530	438
Mehrfürige variable Vergütung AOP 2010	0	0	0	0	0	1.400	0	0	0	1.400
Summe	573	537	381	360	332	1.734	345	328	1.631	2.959

Optionsausübungen unter den AOP

Im abgelaufenen Geschäftsjahr hat Herr Pape als Berechtigter aus einem der historischen Aktienoptionsprogramme der Gesellschaft, dem AOP 2010, 40.000 Aktienoptionen, die ihm bereits im März 2011 von der Gesellschaft zu den auf der Hauptversammlung am 27. Mai 2010 beschlossenen Bedingungen gewährt

wurden, ausgeübt. Diese Aktienoptionen wurden zu einem Ausübungspreis von 41,23 € pro Option ausgegeben. Der Ausübungspreis wurde im August 2011 aufgrund der im Februar 2012 durchgeführten Sonderausschüttung der XING AG auf 37,47 € reduziert. Der beizulegende Zeitwert dieser Aktienoptionen lag zum Zeitpunkt der Zeichnung der Aktienoptionen durch Herrn Pape am 29. März 2011 bei 6,07 €. Als Gesamtzeitwert ergibt sich daraus ein Betrag von rund 243 Tsd. €. Der Ausübungsgewinn der an Herrn Jens Pape gewährten Aktienoptionen war auf 35 € je Option beschränkt (für nähere Informationen zum betreffenden AOP siehe Konzernanhang unter „Sonstige Angaben“). Auf Basis dieser Bedingungen hat Herr Pape 2015 mit der Ausübung der Aktienoptionen 1.400 Tsd. € Erlöst und vereinnahmt (s. Tabelle 3).

Sämtliche Geschäfte im Sinne des § 15a WpHG, die Personen mit Führungsaufgaben vornehmen, werden über DGAP im Bereich Directors' Dealings veröffentlicht, befinden sich darüber hinaus im Konzernanhang und können auch auf der Internetseite der XING AG im Bereich Investor Relations abgerufen werden.

Vorzeitige Beendigung der Tätigkeit als Vorstand

Im Falle des Todes eines Mitglieds des Vorstands während der Laufzeit des jeweiligen Vorstandsvertrags ist die Gesellschaft verpflichtet, das zeitanteilige Jahresgrundgehalt für den Sterbemonat und die drei nächstfolgenden Monate, längstens aber bis zur Beendigung des Vorstandsvertrages, an die Hinterbliebenen zu zahlen. Im Übrigen enthalten zum 31. Dezember 2015 alle Vorstandsverträge Abfindungs-Cap-Klauseln für den Fall der vorzeitigen Beendigung des Anstellungsverhältnisses ohne wichtigen Grund gemäß den Empfehlungen in Ziffer 4.2.3 des Deutschen Corporate Governance Kodex.

Der Vertrag von einem amtierenden Mitglied des Vorstands, Herrn Ingo Chu, enthält zudem für Finanzvorstände übliche Regelungen, die an einen Kontrollwechsel bei der Gesellschaft gekoppelt sind. Im Falle eines Kontrollwechsels hat Herr Chu bei Hinzutreten weiterer Voraussetzungen ein Lösungsrecht vom Vorstandsvertrag. Im Falle der berechtigten Ausübung des Lösungsrechts stehen ihm im Hinblick auf sämtliche Vergütungsbestandteile (fixe Grundvergütung, variable Vergütung, Vergütung aus dem SSP bzw. LTI) Abfindungsansprüche zu, die in ihrer Höhe insgesamt dem Abfindungs-Cap gemäß den Empfehlungen in Ziffer 4.2.3 des Deutschen Corporate Governance Kodex gerecht werden.

Sonstiges

Für die Mitglieder des Vorstands bestehen keine Pensionsverpflichtungen. Keiner der amtierenden Vorstände hielt zum 31. Dezember 2015 Aktien der Gesellschaft. Ebenso wenig wurden Mitgliedern des Vorstands Kredite, Zinsen oder Vorschüsse gewährt. Weiterhin hat auch kein Mitglied des Vorstands Leistungen oder entsprechende Zusagen von einem Dritten im Hinblick auf seine Vorstandstätigkeit erhalten. Es wurden auch keine solchen Leistungen zugesagt.

Die XING AG hat für die Mitglieder des Vorstands eine Vermögensschadenhaftpflichtversicherung (sog. D&O-Versicherung) abgeschlossen. Sie deckt das persönliche Haftungsrisiko der Vorstandsmitglieder für den Fall ab, dass sie im Rahmen oder aufgrund ihrer Tätigkeit als Vorstände für Vermögensschäden in Anspruch genommen werden. In der Versicherungspolice ist für die Mitglieder des Vorstands ein Selbstbehalt vorgesehen, der den Vorgaben des Aktiengesetzes und den Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex entspricht.

Vergütung des Aufsichtsrats

Die Vergütung des Aufsichtsrats ist auf Vorschlag von Vorstand und Aufsichtsrat durch die Hauptversammlung festgelegt worden und entsprechend in der Satzung geregelt.

Die Mitglieder des Aufsichtsrats erhalten für jedes volle Geschäftsjahr ihrer Zugehörigkeit zum Aufsichtsrat eine feste Vergütung von 40.000 €. Der Vorsitzende des Aufsichtsrats erhält das Zweifache der festen Vergütung. Vorsitzende in tatsächlich gebildeten Ausschüssen erhalten zusätzlich zur festen Vergütung für jedes volle Geschäftsjahr ihrer Zugehörigkeit zum Aufsichtsrat weitere 5.000 €. Mitglieder des Aufsichtsrats

rats, die während des Geschäftsjahres in den Aufsichtsrat eintreten oder austreten, erhalten die feste Vergütung zeitanteilig.

Neben der festen Vergütung erhalten die Aufsichtsratsmitglieder keine erfolgsorientierte Vergütung. Dadurch sollen keine an den kurzfristigen Konzernernfolg geknüpften Anreize geschaffen werden, um die erforderliche unabhängige Kontrollfunktion des Aufsichtsrats sicherzustellen. Der stellvertretende Aufsichtsratsvorsitzende sowie Mitglieder von Ausschüssen werden aktuell nicht zusätzlich vergütet.

Eine Übersicht der satzungsgemäßen Aufsichtsratsvergütung für das Geschäftsjahr 2015 ist der folgenden Tabelle zu entnehmen.

Amtierende Aufsichtsratsmitglieder zum 31. Dezember 2015	Gesamtvergütung 2015 in Euro	Gesamtvergütung 2014 Euro
Stefan Winners, Vorsitzender	80.000	80.000
Dr. Johannes Meier, stellv. Aufsichtsratsvorsitzender	40.000	40.000
Anette Weber, Vorsitzende des Prüfungsausschusses	45.000	42.658
Dr. Jörg Lübcke	40.000	40.000
Jean-Paul Schmetz	40.000	40.000
Sabine Bendiek	40.000	24.329
Im Vorjahr ausgeschiedene Aufsichtsratsmitglieder		
Fritz Oidtman, stellv. Aufsichtsratsvorsitzender (bis 23.05.2014)	0	15.671
Gesamt	285.000	282.658

Den Mitgliedern des Aufsichtsrats wurden im Rahmen ihrer Tätigkeit zudem Aufwandsentschädigungen für Reisekosten im angemessenen Umfang erstattet. Weitere Zusagen wurden seitens der Gesellschaft nicht getätigt. Keinem Mitglied des Aufsichtsrats wurden Kredite, Zinsen oder Vorschüsse von der Gesellschaft gewährt. Zum Bilanzstichtag am 31. Dezember 2015 hielt das Aufsichtsratsmitglied Dr. Johannes Meier 1.000 Aktien der Gesellschaft. Weitere Informationen zu Meldungen des vergangenen Geschäftsjahres über Geschäfte von Personen mit Führungsaufgaben gemäß § 15a WpHG werden über DGAP im Bereich Directors' Dealings veröffentlicht und können auch auf der Internetseite der XING AG im Bereich Investor Relations abgerufen werden.

Sonstiges

Die XING AG hat für die Mitglieder des Aufsichtsrats eine Vermögensschadenhaftpflichtversicherung (sog. D&O-Versicherung) ohne Selbstbehalt abgeschlossen. Sie deckt das persönliche Haftungsrisiko der Aufsichtsratsmitglieder für den Fall ab, dass sie im Rahmen oder aufgrund ihrer Tätigkeit als Aufsichtsräte der Gesellschaft für Vermögensschäden in Anspruch genommen werden. Der Abschluss der D&O-Versicherung ohne Selbstbehalt stellt eine Abweichung vom Deutschen Corporate Governance Kodex dar und wurde in der Entsprechenserklärung, zuletzt im Februar 2016, von Vorstand und Aufsichtsrat erklärt und auf der Internetseite <http://corporate.xing.com/deutsch/investor-relations/corporate-governance/hgb-289a/> veröffentlicht.

Risikobericht

Grundsätze des Risikomanagements

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 Risiko-früherkennungssystem implementiert und entwickelt es vor dem Hintergrund aktueller Markt- und Unternehmensgegebenheiten fortlaufend weiter. Wie auch im Vorjahr hat der Abschlussprüfer die Funktionsfähigkeit des Systems bestätigt.

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

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

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

Das Risikomanagementsystem erfasst lediglich Risiken, nicht Chancen.

Internes Kontrollsystem

Als kapitalmarktorientierte Kapitalgesellschaft sind wir gemäß § 289 Abs. 5 HGB verpflichtet, die wesentlichen Merkmale des internen Kontroll- und Risikomanagementsystems im Hinblick auf den Rechnungslegungsprozess zu beschreiben.

Wir verstehen das interne Kontroll- und Risikomanagementsystem als umfassendes System und lehnen uns an die Definitionen des Instituts der Wirtschaftsprüfer in Deutschland e. V., Düsseldorf, zum rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystem und zum Risikomanagementsystem an. Unter einem internen Kontrollsystem werden danach die vom Management im Unternehmen eingeführten Grundsätze, Verfahren, Maßnahmen und Kontrollen verstanden, die gerichtet sind auf die organisatorische Umsetzung der Entscheidungen des Managements

- zur Sicherung der Wirksamkeit und Wirtschaftlichkeit der Geschäftstätigkeit (hierzu gehört auch der Schutz des Vermögens, einschließlich der Verhinderung und Aufdeckung von Vermögensschädigungen),
- zur Ordnungsmäßigkeit und Verlässlichkeit der internen und externen Rechnungslegung sowie
- zur Einhaltung der für das Unternehmen maßgeblichen rechtlichen Vorschriften.

Das Risikomanagementsystem beinhaltet die Gesamtheit aller organisatorischen Regelungen und Maßnahmen zur Risikoeerkennung und zum Umgang mit den Risiken unternehmerischer Betätigung.

Im Hinblick auf die Rechnungslegungsprozesse der einbezogenen Unternehmen und den Konzernrechnungslegungsprozess sind bei der XING AG folgende Strukturen und Prozesse implementiert:

Der Konzernvorstand trägt die Gesamtverantwortung für das interne Kontroll- und Risikomanagementsystem im Hinblick auf die Rechnungslegungsprozesse der einbezogenen Unternehmen und den Konzernrechnungslegungsprozess. Über eine definierte Führungs- bzw. Berichtsorganisation sind grundsätzlich alle in den Konzernabschluss einbezogenen Gesellschaften eingebunden. Im Rahmen dieser Berichtsorganisation werden dem Konzernvorstand (laufend) Informationen über folgende Maßnahmen zur Verfügung gestellt: Festlegung der Risikofelder, die zu bestandsgefährdenden Entwicklungen führen können; Risikerkennung und Risikoanalyse; Risikokommunikation; Zuordnung von Verantwortlichkeiten und Aufgaben; Einrichtung eines Überwachungssystems; Dokumentation der getroffenen Maßnahmen. Des Weiteren wird in dieser Berichtsorganisation festgelegt, dass wesentliche Risiken bei Eintritt unverzüglich an den Konzernvorstand gemeldet werden.

Die Grundsätze, die Aufbau- und Ablauforganisation sowie die Prozesse des rechnungslegungsbezogenen internen Kontroll- und Risikomanagementsystems sind konzernweit in Richtlinien und Organisationsanweisungen zusammengefasst, die in regelmäßigen Abständen an aktuelle externe und interne Entwicklungen angepasst werden. Im Hinblick auf die Rechnungslegungsprozesse der einbezogenen Unternehmen und den Konzernrechnungslegungsprozess erachten wir solche Merkmale des internen Kontroll- und Risikomanagementsystems als wesentlich, die die Konzernbilanzierung und die Gesamtaussage des Konzernabschlusses einschließlich Konzernlagebericht maßgeblich beeinflussen können. Dies sind insbesondere die folgenden Elemente:

- Identifikation der wesentlichen Risikofelder und Kontrollbereiche mit Relevanz für den konzernweiten Rechnungslegungsprozess.
- Kontrollen zur Überwachung des konzernweiten Rechnungslegungsprozesses und deren Ergebnisse auf Ebene des Konzernvorstands und auf Ebene der in den Konzernabschluss einbezogenen Gesellschaften.
- Präventive Kontrollmaßnahmen im Finanz- und Rechnungswesen des Konzerns und der in den Konzernabschluss einbezogenen Gesellschaften sowie in operativen, leistungswirtschaftlichen Unternehmensprozessen, die wesentliche Informationen für die Aufstellung des Konzernabschlusses einschließlich Konzernlagebericht generieren, inklusive einer Funktionstrennung und von vordefinierten Genehmigungsprozessen in relevanten Bereichen.
- Maßnahmen, die die ordnungsmäßige EDV-gestützte Verarbeitung von konzernrechnungslegungsbezogenen Sachverhalten und Daten sicherstellen.
- Die Aufgaben des internen Revisionssystems zur Überwachung des konzernrechnungslegungsbezogenen internen Kontroll- und Risikomanagementsystems werden nicht durch eine Stabsabteilung „Interne Revision“, sondern durch die Abteilungen Controlling und Rechnungswesen durchgeführt. Hierbei wird auch auf die Expertise externer Revisionsspezialisten zurückgegriffen.

Der Konzern hat darüber hinaus ein Risikomanagementsystem implementiert, das Maßnahmen zur Identifizierung und Bewertung von wesentlichen Risiken sowie entsprechende risikobegrenzende Maßnahmen enthält, um die Ordnungsmäßigkeit des Konzernabschlusses sicherzustellen. Vorstand und Aufsichtsrat prüfen außerdem kontinuierlich Möglichkeiten, die Abläufe des Risikomanagementsystems weiterzuentwickeln.

Risikobewertung

Risiken werden gemäß ihrer geschätzten Eintrittswahrscheinlichkeit und dem erwarteten Schaden in Risikoklassen eingestuft. Dabei unterscheiden wir Risikoklassen in hoch bzw. bestandsgefährdend, mittel und gering.

<i>erwarteter Schaden</i>					
hoch					Risikoklasse 1 (hoch bzw. bestandsgefährdend)
mittel					Risikoklasse 2 (mittel)
gering					Risikoklasse 3 (gering)
	gering	mittel	hoch	<i>Eintrittswahrscheinlichkeit</i>	

Ein Risiko, bei dem die Eintrittswahrscheinlichkeit und der erwartete Schaden als hoch eingeschätzt werden, sehen wir als potenziell bestandsgefährdend an.

Die Einschätzung der Eintrittswahrscheinlichkeit und des erwarteten Schadens erfolgt dabei nach folgenden Maßstäben:

Eintrittswahrscheinlichkeit	Quantitativ	Qualitativ
hoch	51 bis 100%	ein bis mehrere Male pro Jahr
mittel	11 bis 50%	einmal innerhalb von 24 Monaten
gering	0 bis 10%	seltener als einmal innerhalb von 24 Monaten
Erwarteter Schaden		
hoch	mehr als 500 Tsd. €	großer Imageschaden, großer Schaden für Kunden
mittel	100 Tsd. bis 500 Tsd. €	Dienstleistung über langen Zeitraum beeinträchtigt
gering	50 Tsd. bis 100 Tsd. €	Dienstleistung in Einzelfällen beeinträchtigt

Wesentliche Einzelrisiken

Die identifizierten Risiken bei XING werden in den nachfolgenden Ausführungen stärker aggregiert, als dies zur internen Steuerung geschieht. Wenn nicht anders angegeben, betreffen alle beschriebenen Risiken in unterschiedlichem Ausmaß sämtliche Unternehmenssegmente.

Strategische Risiken

Wettbewerb

Die XING AG steht bereits im Wettbewerb mit Unternehmen, die ähnliche Leistungen anbieten. In Zukunft können neue Wettbewerber in den Markt eintreten. Verliert die XING AG Kunden an diese aktuellen oder zukünftigen Wettbewerber, wären Umsatzeinbußen zu erwarten. Wettbewerber könnten in der Lage sein, der XING AG Marktanteile abzunehmen, indem sie Leistungen anbieten, die den von der XING AG angebotenen Leistungen überlegen sind, oder indem sie besonders aggressives und erfolgreiches Marketing betreiben. Des Weiteren können durch strategische Kooperationen zwischen ausländischen Wettbewerbern und reichweitenstarken Unternehmen in der D-A-CH-Region Wettbewerber noch schneller in den XING-Heimatmarkt drängen und durch deren Preise und Dienstleistungen zusätzlich Druck auf die XING AG ausüben. Im Segment „Network/Premium“ könnten neben den anderen Social Networks als direkten Wettbewerbern auch branchennahe Unternehmen in der Lage sein, der XING AG Marktanteile abzunehmen. Zu denken ist zum Beispiel an Suchmaschinen, die ihr Portfolio durch Community-Strukturen erweitern, oder auch große Portalanbieter, die beispielsweise durch E-Mail-Dienstleistungen bereits über eine große Zahl an Nutzern verfügen. Außerdem kann durch die zunehmende Verbreitung von internetfähigen mobilen Endgeräten Wettbewerb durch mobile Communitys entstehen. Das im Segment „Net-

work/Premium“ bestehende Wettbewerbsrisiko stufen wir als potenziell bestandsgefährdend ein. Wir begegnen diesem Risiko vor allem durch umfangreiche Produktentwicklungs- und Marketingmaßnahmen. Durch bessere Leistungen, eine stetige Vergrößerung der Nutzerbasis und eine starke Kundenbindung reduzieren wir das Wettbewerbsrisiko so, dass wir es unter Berücksichtigung der ergriffenen Gegenmaßnahmen im Ergebnis derzeit als nicht bestandsgefährdend ansehen.

Zusammenarbeit mit Dienstleistern im Bereich Zahlungs- und Forderungsmanagement

Da Zahlungsausfälle zu Umsatzeinbußen führen würden, sind die effiziente Abrechnung von Entgelten und das gesamte Forderungsmanagement für die Gesellschaft von wesentlicher Bedeutung. Durch die Einbindung externer Dienstleister bestehen in diesem Bereich gewisse Abhängigkeiten. Diesem als mittleres Risiko eingestuften Risiko begegnet das Unternehmen durch professionelle juristische Gestaltung der jeweiligen Partnerschaften mit den externen Dienstleistern. Entsprechende Vertragsgestaltungen stellen insbesondere sicher, dass die Abhängigkeit von Dienstleistern so gering wie möglich ausfällt, die erforderlichen Dienstleistungsstandards eingehalten werden und dass das Risiko technischer Ausfälle minimiert wird.

Markt- und Vertriebsrisiken

Allgemein besteht das Risiko einer durch unvorhergesehene externe oder interne Faktoren hervorgerufenen signifikant erhöhten Abwanderung von Kunden. Im Segment „E-Recruiting“ kann insbesondere ein schwaches Marktumfeld oder das Auftreten von Nachahmerprodukten, die öffentlich verfügbare XING-Daten nutzen, zu einer solchen Abwanderung von Kunden führen. Diese Risiken stufen wir als mittel bis hoch ein. Die XING AG begegnet ihnen insbesondere durch die ständige Verbesserung und Erweiterung der eigenen Dienstleistungen sowie durch strategische Partnerschaften. Darüber hinaus beobachtet die XING AG permanent die Nutzerentwicklung und kann bei Auftreten plötzlicher Abwanderungstendenzen durch vorbereitete Maßnahmen und Krisenpläne rechtzeitig gegensteuern.

Risiken der Kundenbetreuung

Die XING AG räumt der Zufriedenheit ihrer Kunden höchste Priorität ein. Schon aufgrund der hohen eigenen Ansprüche der XING AG hinsichtlich der Qualität ihrer Plattformen erwarten die Nutzer, dass das Unternehmen Qualitätseinbußen ausschließt. Hierzu gehören insbesondere das Identifizieren von falschen Profilen und die Verfolgung von Belästigungen, Beleidigungen oder betrügerischen Aktivitäten. Wir stufen die Risiken der Kundenbetreuung als gering bis mittel ein.

Wegen der starken Identifizierung vieler Nutzer mit XING erhält die Gesellschaft in der Regel eine direkte und schnelle Rückmeldung zu bestimmten Vorgängen auf ihren Plattformen. Dies versetzt die XING AG in die Lage, gegebenenfalls zeitnah zu reagieren und Kündigungen von Nutzern abzuwenden, die Umsatzeinbußen zur Folge hätten.

Finanzrisiken

Die von XING angebotenen Premium-Mitgliedschaften sorgen für regelmäßige Zahlungseingänge und versorgen das Unternehmen mit ausreichender Liquidität. Zusätzlich erstellt XING eine planerische Liquiditätsvorschau. Die XING legt Zahlungsmittelbestände ausschließlich bei Banken mit hoher Bonität und kurzfristiger Verfügbarkeit an. Damit ist die Zahlungsfähigkeit der Gesellschaft zu jedem Zeitpunkt gewährleistet. Der Forderungsausfall in den Segmenten „Network/Premium“ und „E-Recruiting“ lag im abgelaufenen Geschäftsjahr unter einem Prozent vom Gesamtumsatz und ist somit nicht von wesentlicher Bedeutung. Wir stufen das Forderungsausfallrisiko und das Liquiditätsrisiko daher insgesamt als gering ein.

Im Segment „Events“ sehen wir grundsätzlich ein erhöhtes operatives Wechselkurs- und Fremdwährungsrisiko. Begegnet wird diesem Risiko dadurch, dass für alle relevanten Währungen eigene Bankkonten unterhalten werden.

XING hat zur Absicherung des Wechselkursrisikos von Bankbeständen im Schweizer Franken im Berichtsjahr ein Devisentermingeschäft in Höhe von 7.000 Tsd. CHF abgeschlossen. Dabei wurde eine Bewertungseinheit mit den Eigenfinanzmitteln gebildet.

IT-Risiken

Risiken in der Netzwerksicherheit, Hard- und Software

Die XING AG ist für interne Zwecke sowie hinsichtlich der Erbringung ihrer Dienstleistungen auf automatisierte Prozesse angewiesen, deren Effizienz sowie Zuverlässigkeit von der Funktionsfähigkeit, Stabilität und Sicherheit der ihnen zugrunde liegenden technischen Infrastruktur abhängen. Die von XING eingesetzten Server sowie die dazugehörige Hard- und Software sind von entscheidender Bedeutung für den Erfolg der Geschäftstätigkeit.

Die Systeme, die Websites, die internen Prozesse und die Dienstleistungen der Gesellschaft könnten durch Ausfälle oder Unterbrechungen der IT-Systeme, durch physische Beschädigungen, Stromausfälle, Systemabstürze, Softwareprobleme, schädliche Software wie Viren und Würmer, Fehlbedienung, Missbrauch oder böswillige Angriffe (einschließlich sogenannter „Denial of Service“-Angriffe) erheblich beeinträchtigt werden. Angriffe, Fehlbedienung und Missbrauch könnten zum Beispiel eine Vernichtung, eine Veränderung oder den Verlust von gespeicherten Daten nach sich ziehen oder dazu führen, dass Daten für unlautere Zwecke oder ohne Genehmigung verwendet werden. Hierzu zählen unter anderem Identitätsdiebstahl, Kreditkartenbetrug oder sonstige Betrugsfälle, Werbemails und Spam-Mails von Unternehmen, die nicht mit der XING AG verbunden sind.

Die vorstehenden Beeinträchtigungen könnten zu Unterbrechungen der Geschäftstätigkeit führen, die betrieblichen Aufwendungen erhöhen und den Ruf des Unternehmens nachhaltig schädigen. Wir stufen dieses Risiko als potenziell bestandsgefährdend ein.

Die XING AG arbeitet durch technische Weiterentwicklungen und den Einsatz eigener Ressourcen permanent an der Sicherheit ihrer Systeme und ihres Netzwerks. Die getroffenen Maßnahmen haben sich bisher als wirkungsvoll erwiesen. Unter Berücksichtigung der ergriffenen Gegenmaßnahmen schätzen wir das Risiko im Ergebnis derzeit als nicht bestandsgefährdend ein. Gleichwohl kann nicht ausgeschlossen werden, dass zukünftig Störungen eintreten können.

Prozess- und Organisationsrisiken

Risiken der Produktentwicklung

Die XING AG strebt eine ständige und agile Weiterentwicklung ihrer Plattformen an. Die Gesellschaft ist sich dabei bewusst, dass fehlerhafte oder qualitativ minderwertige Produkte und Funktionen erhebliche negative Auswirkungen auf die Gesellschaft haben können. Wir stufen dieses Risiko als hoch ein.

Zur Risikominimierung ist ein spezielles Team von Mitarbeitern mit der Prüfung neuer Produkte und Funktionalitäten und der laufenden Qualitätssicherung betraut. Darüber hinaus werden die Entwicklung neuer Funktionalitäten und Änderungen auf den Plattformen meist von einem Austausch der XING AG mit ihren Kunden flankiert.

Datenschutz und Persönlichkeitsrechte

Die Nutzer stellen der Gesellschaft umfangreiche personenbezogene Daten zur Verfügung. Dabei vertrauen sie darauf, dass die Daten entsprechend den vorgesehenen Zwecken und den anwendbaren rechtlichen Bestimmungen verarbeitet und genutzt werden.

Die Rechenzentren der XING AG für die unmittelbare Datenverarbeitung sind in Deutschland. Darüber hinaus werden Daten im Auftrag der XING AG nur durch ausgewählte Dienstleister verarbeitet. Nutzer innerhalb und außerhalb der Europäischen Union haben Zugriff auf diese Daten. Zudem können Nutzer über XING weltweit personenbezogene Daten übermitteln.

Sollte die XING AG oder deren Auftragnehmer gegen Datenschutzbestimmungen, Bestimmungen zum Schutz des Fernmeldegeheimnisses oder Bestimmungen zum Schutz von Persönlichkeitsrechten verstoßen, könnte dies hoheitliche Ermittlungen, datenschutzrechtliche Verfügungen und Schadenersatzforderungen von Kunden, darunter auch Forderungen auf Ersatz immaterieller Schäden, zur Folge haben. Unter Umständen könnten sogar straf- oder ordnungswidrigkeitenrechtliche Verfahren gegen die XING AG bzw. die Geschäftsleitung eingeleitet werden.

Eine Verletzung von Datenschutzbestimmungen und Gesetzen zum Schutz von Persönlichkeitsrechten oder eine Verarbeitung, Nutzung oder Offenbarung von Daten entgegen den eigentlich vorgesehenen Zwecken könnte sich außerdem nachteilig auf den Ruf der Gesellschaft und ihre Möglichkeiten auswirken, neue Nutzer zu gewinnen und bestehende Nutzer an sich zu binden. Dies könnte sogar dazu führen, dass die Gesellschaft ihre Leistungen zeitweise oder auf Dauer in manchen Ländern ganz oder teilweise nicht mehr anbieten und erbringen kann. Wir stufen dieses Risiko als mittleres Risiko ein.

Mithilfe eigens dafür bestimmter Mitarbeiter überwacht die XING AG die Einhaltung der datenschutzrechtlichen Bestimmungen. Gegenüber Dienstleistern werden entsprechende vertragliche und gegebenenfalls technische Sicherheitsvorkehrungen getroffen, um Verstöße zu verhindern.

Neuerungen in Datenschutzbestimmungen werden laufend identifiziert, Maßnahmen zur Überwachung und Einhaltung der Regelungen werden überprüft und gegebenenfalls neu erarbeitet. Neue Funktionalitäten der Plattform prüft das Unternehmen vor ihrer Einführung auf mögliche datenschutzrechtliche Implikationen. Eine Freigabe erfolgt nur, wenn die Einhaltung aller anwendbaren Datenschutzbestimmungen gewährleistet ist.

Gesamtaussage zur Risikosituation durch die Unternehmensleitung

In der Gesamtbetrachtung der Konzernrisiken haben die IT-Risiken sowie die Risiken, die im Zusammenhang mit der Zufriedenheit der Bestandskunden und der Neukundengewinnung bestehen, die größte Bedeutung. Insgesamt sind die Risiken im Konzern überschaubar. Der Bestand des Unternehmens ist auch künftig gesichert.

Prognose- und Chancenbericht

Konjunkturausblick

Das Wachstum der Weltwirtschaft wird aller Erwartung nach im Jahr 2016 im Verhältnis zu 2015 Fahrt aufnehmen, allerdings nur leicht. Der Internationale Währungsfonds (IWF) hat seine Prognose im Januar nochmals zurückgenommen und rechnet nunmehr mit 3,4 Prozent (WEO, Januar 2016). Der IWF sieht in der weiteren Wachstumsabschwächung Chinas und den steigenden Zinsen in den USA die Hauptgründe für die Abflachung des Wachstums und zugleich die wesentlichen Konjunkturrisiken. Insbesondere eine weitere Aufwertung des US-Dollars kann die Schwellen- und Entwicklungsländer belasten. Zudem stellen die niedrigen Energiepreise die Förderländer vor Probleme. Weitere Risiken sind die Flüchtlingskrise und die Eskalation der geopolitischen Auseinandersetzungen. Allerdings gibt es Grund zu vorsichtigem Optimismus. Der Aufschwung in den Industrieländern, allen voran in den USA, wird als robust und sich im Jahr 2016 verstärkend eingestuft. Zudem verbessert sich die konjunkturelle Lage in Schwellenländern, wie Indien, den ASEAN-Staaten und Teilen Lateinamerikas, die die Wachstumsverlangsamung in China zum Teil kompensieren könnten.

Unter diesen weltwirtschaftlichen Voraussetzungen rechnet das HWWI für Deutschland für 2016 mit einem Wirtschaftswachstum von 1,7 Prozent. Sowohl der private als auch der staatliche Konsum bleiben weiterhin die Wachstumsstützen. Der private Konsum profitiert von einer nach wie vor guten Arbeitsmarktlage sowie von der geringen Inflation. Die geringe Arbeitslosigkeit führt dazu, dass die Unternehmen untereinander um Fachkräfte konkurrieren, was die Löhne steigen lässt. Bedingt durch Sonderfaktoren wird für Österreich 2016 mit einem beschleunigten Wirtschaftswachstum von 1,9 Prozent gerechnet (Österreichische Nationalbank). Die Sonderfaktoren sind das Inkrafttreten einer Steuerreform, höhere Staatsausgaben bedingt durch Flüchtlingshilfe für Asylbewerber sowie eine Wohnungsbauintiative. Auch in der Schweiz liegt die Wachstumserwartung für 2016 mit 1,5 Prozent über dem realisierten Wachstum von 2015 (Schweizer Nationalbank). Die Schweizer Wirtschaft profitiert von dem langsamen konjunkturellen Aufschwung in der Eurozone. Zudem steigt der private Verbrauch auch bedingt durch die momentan sehr geringe Inflation und hohe Kaufkraft. Dies steht der bedingt durch den stark aufgewerteten Schweizer Franken gedämpften Industriekonjunktur entgegen.

Der Aufwärtstrend am deutschen Arbeitsmarkt wird auch 2016 anhalten, allerdings bei einem geringeren Tempo. Die Erwerbstätigkeit wird weiterhin mit einer stabilen Rate wachsen, die Arbeitslosigkeit hingegen dürfte bedingt durch arbeitslos registrierte Flüchtlinge kaum weiter zurückgehen. Das HWWI rechnet für 2016 mit einer Arbeitslosenquote in Höhe von 6,0 Prozent für Deutschland. Die österreichische Arbeitslosenquote dürfte im Jahresdurchschnitt auf 6,1 Prozent ansteigen. Auch in der Schweiz dürfte sich der Arbeitsmarkt 2016 im Vergleich zu 2015 nur wenig erholen. Das Staatssekretariat für Wirtschaft (SECO) rechnet für 2016 mit einer durchschnittlichen Arbeitslosigkeit von 3,6 Prozent.

Erwartete Branchenentwicklung

Vor diesem Hintergrund bleiben die regionalen Disparitäten in der D-A-CH Region nicht nur erhalten, sondern verstärken sich 2016 zunehmend. Laut einer PwC-Umfrage fürchten neun von zehn Unternehmen in Deutschland einen akuten Fachkräftemangel im nächsten Jahrzehnt. Damit ist die Bedeutung von Online-Recruiting-Portalen weiterhin gegeben und könnte sich fortlaufend sogar erhöhen. Zugleich startet die Digitalwirtschaft allgemein optimistisch in das Jahr 2016. Laut dem Bitkom-Branchenbarometer rechnen drei Viertel aller Unternehmen mit steigenden Umsätzen im ersten Halbjahr 2016.

Voraussichtliche Entwicklung der XING

2015 war ein sehr erfolgreiches Jahr für die XING. Für die künftige Entwicklung ist die Ausgangssituation der XING-Gruppe sehr günstig. So sind beispielsweise von den 24 Millionen in Deutschland arbeitenden Fachkräften nach Einschätzung des Instituts der deutschen Wirtschaft (IW) in Köln 6,7 Millionen in einem sogenannten Engpassberuf tätig. Dabei handelt es sich um Berufsfelder, in denen es bundesweit mehr offene Stellen gibt als Arbeitssuchende. Diese Entwicklung stellt immer mehr Unternehmen vor neue Herausforderungen, geeignete Kandidaten für ihre offenen Stellen zu finden. XING ist hier gut aufgestellt und kann davon entsprechend profitieren. Darüber hinaus verschärft sich die Problematik künftig noch dadurch, dass die Generation der Babyboomer in nicht allzu ferner Zukunft dem Arbeitsmarkt nicht mehr zur Verfügung stehen wird. Das heißt, durch den Renteneintritt der in den 1950er- und 1960er-Jahren Geborenen wird sich die Situation nach Einschätzung der IW-Wissenschaftler mittelfristig noch weiter verschärfen, wenn der Nachwuchs ausbleibt. Aufgrund der kontinuierlichen Diversifizierung unserer Erlösquellen agieren wir in mehreren Märkten. Insbesondere unser E-Recruiting- und Employer-Branding-Angebot kann von den beschriebenen strukturellen Veränderungen profitieren, denn wir helfen Arbeitgebern die für sie geeigneten Talente zu identifizieren und zu kontaktieren.

Darüber hinaus haben wir mit der größten Plattform für Business Social Networking in der D-A-CH-Region und einer geringen Penetrationsrate beruflich genutzter sozialer Netzwerke in unseren Kernmärkten eine gute Ausgangsbasis für weiteres Wachstum bei Mitgliedern in den kommenden Jahren. Daraus lässt sich

ebenfalls das Potenzial für unser Kerngeschäft mit kostenpflichtigen Mitgliedschaften ableiten. Hier haben wir aufgrund des starken anhaltenden Wachstums von Basismitgliedern (2015 nochmals deutlich beschleunigt) und der Etablierung weiterer vertikaler kostenpflichtiger Mitgliedschaften auch in der Zukunft großes Wachstumspotenzial.

Im Zuge des anhaltenden Wachstums der XING-Gruppe haben wir uns im Geschäftsjahr 2016 neu organisiert, um die unterschiedlichen Zielgruppen von XING optimal zu bedienen. So unterscheiden wir zukünftig stärker zwischen B2C- und B2B-Angeboten. In der Folge haben wir auch unsere interne Berichtsstruktur angepasst. Aus bisher 4 Business Units (Network, Premium, E-Recruiting, Events) wurden 9 Business Units (Platform/Content, Premium Network, Pro Work, Kununu DACH und International, New Bets, B2B-E-Recruiting, Advertising, Events).

Die bisherige Segmentberichterstattung ist in 3 Berichtsegmente strukturiert, dabei wurden die Business Units Network und Premium zu einen Berichtsegment zusammengefasst. Darüber hinaus berichteten wir über die Segmente E-Recruiting und Events.

Ab Januar 2016 berichten wir 4 Segmente (B2C, B2B E-Recruiting, B2B Advertising & Events, Kununu International).

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

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

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

Weitere Aktivitäten außerhalb der D-A-CH-Region werden in einem Segment „Kununu International“ berichtet.



Umsatz- und Ergebnisziele

Bei den finanziellen Leistungsindikatoren erwarten wir auf Konzernebene weiter steigende Umsätze und Ergebnisse. Entsprechend geben wir aus heutiger Sicht folgenden detaillierten Ausblick für die Umsatz- und Ergebnisziele im Konzern sowie der wesentlichen Segmente:

Finanzielle Leistungsindikatoren	Ist 2015	Prognose 2016
Umsatzerlöse Konzern	119,9 Mio. €	Wachstum im zweistelligen Prozentbereich
EBITDA (bereinigt um Sondereffekte) Konzern	36,6 Mio. €	Deutliche Steigerung des EBITDA
Umsatzerlöse Segment „B2C“	67,9 Mio. €	Wachstum im zweistelligen Prozentbereich
EBITDA (bereinigt um Sondereffekte) Segment „B2C“	38,4 Mio. €	In etwa gleichbleibendes EBITDA
Umsatzerlöse Segment „E-Recruiting“	40,8 Mio. €	Wachstum im zweistelligen Prozentbereich
EBITDA (bereinigt um Sondereffekte) Segment „E-Recruiting“	24,9 Mio. €	Deutliche Steigerung des EBITDA
Umsatzerlöse Segment „Advertising & Events“	11,9 Mio. €	Wachstum im zweistelligen Prozentbereich
EBITDA (bereinigt um Sondereffekte) Segment „Advertising & Events“	2,3 Mio. €	Deutliche Steigerung des EBITDA

Im Segment „B2C“ soll das EBITDA (bereinigt um Sondereffekte) insbesondere deswegen in etwa gleich bleiben, weil sich neue B2C-Aktivitäten noch in der Anlaufphase befinden.

Dividendenziele

Seit 2012 verfolgen wir eine nachhaltige Dividendenpolitik. Auch im laufenden Geschäftsjahr planen wir der kommenden Hauptversammlung am 2. Juni 2016 die Zahlung einer ordentlichen Dividende für das abgelaufene Geschäftsjahr vorzuschlagen. Diese soll 1,03 € je dividendenberechtigter Stückaktie betragen. Der Bestand an liquiden Eigenmitteln von 72,8 Mio. € zum Jahresende 2015 sowie das cash-generative Geschäftsmodell von XING ermöglichen der Gesellschaft die Auszahlung von regelmäßigen Dividenden, ohne die weiter auf Wachstum ausgerichtete Geschäftsstrategie des Unternehmens zu verändern. Wir beabsichtigen auch weiterhin regelmäßige Dividendenzahlungen vorzunehmen. Darüber hinaus schlagen wir die Ausschüttung einer zusätzlichen Sonderdividende für das Jahr 2015 in Höhe von 1,50 € je dividendenberechtigter Stückaktie vor.

Liquiditäts- und Finanzziele

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

Geplante Investitionen

Nach einem gesunkenen Investitionsvolumen um 0,8 Mio. € auf 3,9 Mio. € (ohne die Effekte aus dem Erwerb der Intelligence Competence Center (Deutschland) AG) im Geschäftsjahr 2015 erwarten wir für das Geschäftsjahr 2016 einen Anstieg gegenüber 2015. Schwerpunkt der Investitionen werden wie auch in den Vorjahren Serverkapazitäten und Softwarelizenzen sein.

Prognose der nicht-finanziellen Leistungsindikatoren

Bei den berichteten nicht-finanziellen Leistungsindikatoren handelt es sich um wesentliche Messgrößen für den Erfolg und die Attraktivität unserer Angebote. Entsprechend haben wir für das Segment „B2C“ die Anzahl der Mitglieder in der D-A-CH-Region sowie die der zahlenden Mitglieder in der D-A-CH-Region als zentrale Messgrößen definiert. Dabei ist unser Ziel, im Geschäftsjahr 2016 in der D-A-CH-Region deutlich

zu wachsen (2015: +1,6 Millionen) und die Anzahl der zahlenden Mitgliedern leicht zu steigern (2015: +45.520 neue zahlende Mitglieder).

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

Nicht-finanzielle Leistungsindikatoren Ist 2015 Prognose 2016

Segment „B2C“: Mitglieder in der D-A-CH-Region	9,6 Mio.	Deutliches Wachstum
Segment „B2C“: Zahlende-Mitglieder in der D-A-CH-Region	881 Tsd.	Leichtes Wachstum
Segment „E-Recruiting“: Anzahl Unternehmenskunden B2B	17.930	Leichtes Wachstum
Segment „Advertising & Events“: Anzahl Unternehmenskunden (B2B)	3.378	Leichtes Wachstum

Chancenbericht

Mit unseren zwei größten Geschäftsbereichen „B2C“ und „E-Recruiting“ agieren wir in attraktiven Wachstumsmärkten. Hier haben wir in den vergangenen Jahren bewiesen, dass die Monetarisierungsstrategie über die unterschiedlichen Produktangebote für Mitglieder und Unternehmenskunden bisher erfolgreich umgesetzt wurde und sich im vergangenen Jahr sogar beschleunigte (mehr neue Mitglieder und mehr zahlende Mitglieder als 2014). Insbesondere internetbasierte Geschäftsmodelle zeichnen sich durch schnellen Wandel und die Notwendigkeit der Anpassungsfähigkeit seitens der Unternehmen aus. Insofern gehört das Chancenmanagement als fester Bestandteil zu unserem unternehmerischen Handeln, um den Unternehmenswert nachhaltig zu sichern und unsere Ziele zu erreichen. Daher orientiert sich unser Chancenmanagement stark an den jeweiligen Bereichsstrategien. So werden in regelmäßigen Sitzungen zur Geschäftsentwicklung die Marktentwicklungen bzw. Trends sowie das Wettbewerbsumfeld erörtert und die sich daraus ergebenden Chancen für die jeweiligen Geschäftsbereiche bewertet. Identifizierte Chancen werden über den Planungs- und Controllingprozess mit den jeweiligen Geschäftsbereichen erörtert, um eine qualitative und quantitative Bewertung vorzunehmen. So gehört es zu den Aufgaben der Geschäftsbereiche, strategische Chancen in ihren jeweiligen Teilmärkten zu identifizieren und daraus Maßnahmen für die Produktentwicklung und deren Ausrichtung abzuleiten.

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

Chancen durch gesamtwirtschaftliche Entwicklung

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

Sollte sich die konjunkturelle und gesamtwirtschaftliche Situation in der D-A-CH-Region deutlich verschlechtern, wird dies vermutlich zwar negative Effekte auf das Segment „E-Recruiting“ haben, anderer-

seits könnte dadurch das Segment „B2C“ eine stärker als geplanten Entwicklung erfahren, weil die Positionierung bzw. das aktive Präsentieren des professionellen CVs beispielsweise über die ProJobs-Mitgliedschaft wichtiger wird.

Chancen durch Produktentwicklung und Innovation

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

Chancen durch schnellere Durchdringung wichtiger Wachstumsmärkte

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

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

Rechtliche Angaben

Der nachfolgende Abschnitt enthält im Wesentlichen Angaben und Erläuterungen nach § 315 Abs. 4 HGB. Diese Angaben betreffen gesellschaftsrechtliche Strukturen und sonstige Rechtsverhältnisse.

Erklärung zur Unternehmensführung

Die Erklärung zur Unternehmensführung nach § 289a HGB ist auf unserer Website unter <http://corporate.xing.com/deutsch/investor-relations/corporate-governance/hgb-289a/> wiedergegeben. Sie beinhaltet eine Beschreibung der Arbeitsweise von Vorstand und Aufsichtsrat, die Entsprechenserklärung gemäß § 161 AktG sowie Angaben zu wesentlichen Unternehmensführungspraktiken.

Vergütungsbericht

Der Vergütungsbericht erläutert Höhe und Struktur der Vorstandseinkommen und fasst die Grundsätze der Vergütung des Vorstands der XING AG zusammen. Darüber hinaus enthält er Angaben zu den Grundsätzen und zur Höhe der Vergütung des Aufsichtsrats. Zusätzlich informiert der Vergütungsbericht über den Aktienbesitz von Vorstand und Aufsichtsrat. Der Vergütungsbericht ist Bestandteil des Lageberichts.

Übernahmerechtliche Angaben

Im Folgenden sind die nach § 315 Abs. 4 HGB geforderten übernahmerechtlichen Angaben zum 31. Dezember 2015 dargestellt. Mit der folgenden Erläuterung dieser Angaben wird gleichzeitig den Anforderungen eines erläuternden Berichts gemäß § 176 Abs. 1 Satz 1 AktG entsprochen.

Grundkapital

Das Grundkapital der Gesellschaft beträgt per 31. Dezember 2015 5.620.435 € (Vorjahr: 5.592.137 €) und ist eingeteilt in 5.620.435 nennwertlose, auf den Namen lautende Stückaktien mit einem Nennbetrag von je 1,00 €. Das gesamte Grundkapital ist voll erbracht. Alle Aktien sind mit gleichen Rechten ausgestattet.

Eigene Aktien

Die Gesellschaft hält zum 31. Dezember 2015 selbst keine (Vorjahr: 12.067) Stückaktien der XING AG. Dies entspricht 0 Prozent (Vorjahr: 0,21 Prozent) des Grundkapitals der Gesellschaft. Die eigenen Aktien waren im Wesentlichen zur Erfüllung von Verpflichtungen aus laufenden Aktienoptionsprogrammen vorgesehen.

Beschränkungen hinsichtlich der Stimmrechte oder Übertragung von Aktien

Beschränkungen, die Stimmrechte oder Übertragungen von Aktien betreffen können, sind dem Vorstand nicht bekannt.

Beteiligungen am Kapital der Gesellschaft von mehr als 10 Prozent der Stimmrechte

Der Gesellschaft ist zum 31. Dezember 2015 bekannt, dass die Burda Digital GmbH, München, mit gerundet 50,26 Prozent (Vorjahr: 50,51 Prozent) der Stimmrechte an der XING AG beteiligt ist. Weitere Informationen oder Mitteilungen nach §§ 21 f. WpHG von mittelbar und/oder unmittelbar mit mehr als 10 Prozent des Kapitals und der Stimmrechte beteiligten Aktionären liegen der Gesellschaft nicht vor.

Ernennung und Abberufung von Mitgliedern des Vorstands/Satzungsänderungen

Die Bestellung und Abberufung der Mitglieder des Vorstands richtet sich nach den §§ 84, 85 AktG sowie Ziffer 7 der Satzung in der Fassung vom 23. September 2015. Gemäß Ziffer 7 Abs. 1 der Satzung besteht der Vorstand aus einer oder mehreren Personen. Der Aufsichtsrat bestimmt die Anzahl der Mitglieder des Vorstands. Für die Bestellung und Abberufung einzelner oder sämtlicher Mitglieder des Vorstands sieht die Satzung keine Sonderregelungen vor. Die Bestellung und Abberufung liegt in der Zuständigkeit des Aufsichtsrats.

Satzungsänderungen erfolgen gemäß den Bestimmungen der §§ 133, 179 AktG. Die Satzung der Gesellschaft hat nicht von der Möglichkeit Gebrauch gemacht, darüber hinaus weitere Erfordernisse für Satzungsänderungen aufzustellen. Die Beschlüsse der Hauptversammlung werden, soweit nicht zwingend gesetzliche Vorschriften entgegenstehen, mit einfacher Mehrheit der abgegebenen Stimmen und, sofern das Gesetz außer der Stimmenmehrheit eine Kapitalmehrheit vorschreibt, mit der einfachen Mehrheit des bei der Beschlussfassung vertretenen Grundkapitals gefasst. Der Aufsichtsrat ist gemäß Ziffern 5.3, 5.5 und 18 der Satzung zu Satzungsänderungen ermächtigt, soweit sie nur die Fassung der Satzung betreffen.

Befugnisse des Vorstands zur Ausgabe und zum Rückkauf von Aktien

Die Befugnisse des Vorstands der Gesellschaft, Aktien auszugeben oder zurückzukaufen, beruhen sämtlich auf entsprechenden Ermächtigungsbeschlüssen der Hauptversammlung, deren Inhalt nachfolgend dargestellt wird.

Genehmigte und bedingte Kapitalia

Die genehmigten und bedingten Kapitalia sind im Anhang unter der Textziffer „Eigenkapital“ dargestellt.

Ermächtigung zum Erwerb eigener Aktien

Der Vorstand wurde mit Beschluss der Hauptversammlung vom 23. Mai 2014 unter Aufhebung des Beschlusses vom 27. Mai 2010 zum Erwerb eigener Aktien wie folgt ermächtigt:

a. Ermächtigung zum Erwerb eigener Aktien

Der Vorstand wird ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats bis zum 22. Mai 2019 eigene Aktien der Gesellschaft bis zu insgesamt 10 Prozent des bei der Beschlussfassung bestehenden Grundkapitals in Höhe von 5.592.137,00 € zu erwerben. Auf die erworbenen Aktien dürfen zusammen mit anderen eigenen Aktien, die sich im Besitz der Gesellschaft befinden oder ihr nach §§ 71a ff. AktG zuzurechnen sind, zu keinem Zeitpunkt mehr als 10 Prozent des Grundkapitals entfallen. Darüber hinaus sind die Voraussetzungen des § 71 Abs. 2 Sätze 2 und 3 AktG zu beachten. Die Ermächtigung darf nicht zum Zwecke des Handels in eigenen Aktien ausgeübt werden. Die Ermächtigung kann ganz oder in Teilen, einmal oder mehrmals, in Verfolgung eines oder mehrerer Zwecke ausgeübt werden.

b. Arten des Erwerbs

Der Erwerb darf nach Wahl des Vorstands (1) über die Börse oder (2) mittels eines an alle Aktionäre gerichteten öffentlichen Kaufangebots bzw. einer an alle Aktionäre gerichteten öffentlichen Aufforderung an die Aktionäre zur Abgabe eines Verkaufsangebots erfolgen.

(1) Erfolgt der Erwerb der Aktien über die Börse, darf der von der Gesellschaft gezahlte Gegenwert je Aktie (ohne Erwerbsnebenkosten) den am Börsenhandelstag durch die Eröffnungsauction ermittelten Börsenkurs der Aktien der Gesellschaft im Xetra-Handel (oder einem vergleichbaren Nachfolgesystem) an der Frankfurter Wertpapierbörse um nicht mehr als 10 Prozent über- oder unterschreiten.

(2) Erfolgt der Erwerb der Aktien über ein an alle Aktionäre gerichtetes öffentliches Kaufangebot bzw. eine an alle Aktionäre gerichtete öffentliche Aufforderung zur Abgabe von Verkaufsangeboten, dürfen der gebotene Kaufpreis oder die Grenzwerte der Kaufpreisspanne je Aktie (jeweils ohne Erwerbsnebenkosten) den Durchschnitt der in der Schlussauktion ermittelten Börsenkurse der Aktien der Gesellschaft im Xetra-Handel (oder einem vergleichbaren Nachfolgesystem) an der Frankfurter Wertpapierbörse während der letzten fünf Börsenhandelstage vor dem Tag der öffentlichen Ankündigung des Angebots bzw. der öffentlichen Aufforderung zur Abgabe von Verkaufsangeboten um nicht mehr als 10 Prozent über- oder unterschreiten. Ergeben sich nach der Veröffentlichung eines öffentlichen Angebots bzw. einer öffentlichen Aufforderung zur Abgabe von Verkaufsangeboten erhebliche Abweichungen des maßgeblichen Kurses, so kann das Angebot bzw. die Aufforderung zur Abgabe von Verkaufsangeboten angepasst werden. In diesem Fall

wird auf den Durchschnitt der in der Schlussauktion ermittelten Börsenkurse der Aktien der Gesellschaft im Xetra-Handel (oder einem vergleichbaren Nachfolgesystem) an der Frankfurter Wertpapierbörse der fünf Börsenhandelstage vor der öffentlichen Ankündigung einer etwaigen Anpassung abgestellt. Das Volumen des Angebots bzw. der Aufforderung zur Abgabe von Verkaufsangeboten kann begrenzt werden. Sofern bei einem öffentlichen Kaufangebot oder einer öffentlichen Aufforderung zur Abgabe von Verkaufsangeboten das Volumen der angebotenen Aktien das vorgesehene Rückkaufvolumen überschreitet, kann der Erwerb im Verhältnis der jeweils gezeichneten bzw. angebotenen Aktien erfolgen; das Recht der Aktionäre, ihre Aktien im Verhältnis ihrer Beteiligungsquoten anzudienen, ist insoweit ausgeschlossen. Eine bevorrechtigte Annahme geringer Stückzahlen bis zu 100 Stück angebotener Aktien je Aktionär sowie eine kaufmännische Rundung zur Vermeidung rechnerischer Bruchteile von Aktien können vorgesehen werden. Ein etwaiges weitergehendes Andienungsrecht der Aktionäre ist insoweit ausgeschlossen. Das öffentliche Angebot bzw. die öffentliche Aufforderung zur Abgabe von Verkaufsangeboten kann weitere Bedingungen vorsehen.

c. Verwendung der eigenen Aktien

Der Vorstand wird ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats die aufgrund dieser oder einer früheren Ermächtigung erworbenen eigenen Aktien zu allen gesetzlich zugelassenen Zwecken, insbesondere auch zu den folgenden Zwecken zu verwenden:

- (1) Die eigenen Aktien können gegen Barleistung auch in anderer Weise als über die Börse oder aufgrund eines Angebots an alle Aktionäre veräußert werden, wenn der bar zu zahlende Kaufpreis den Börsenpreis der im Wesentlichen gleich ausgestatteten, bereits börsennotierten Aktien nicht wesentlich unterschreitet. Die Anzahl der in dieser Weise veräußerten Aktien darf 10 Prozent des Grundkapitals nicht überschreiten, und zwar weder im Zeitpunkt des Wirksamwerdens noch im Zeitpunkt der Ausübung dieser Ermächtigung. Auf diese Höchstgrenze sind andere Aktien anzurechnen, die während der Laufzeit dieser Ermächtigung unter Bezugsrechtsausschluss in direkter oder entsprechender Anwendung des § 186 Abs. 3 Satz 4 AktG ausgegeben oder veräußert werden. Ebenfalls anzurechnen sind Aktien, die zur Bedienung von Options- und/oder Wandlungsrechten bzw. Wandlungspflichten aus Wandel- und/oder Optionsschuldverschreibungen oder Aktienoptionen auszugeben sind, sofern diese Schuldverschreibungen oder Aktienoptionen während der Laufzeit dieser Ermächtigung unter Bezugsrechtsausschluss in entsprechender Anwendung des § 186 Abs. 3 Satz 4 AktG ausgegeben wurden.
- (2) Die eigenen Aktien können gegen Sachleistung zum Zwecke des Erwerbs von Unternehmen, Unternehmensteilen, Unternehmensbeteiligungen oder sonstigen mit einem Akquisitionsvorhaben in Zusammenhang stehenden Vermögensgegenständen oder im Rahmen von Unternehmenszusammenschlüssen veräußert werden.
- (3) Die eigenen Aktien können zur Bedienung von Bezugsrechten auf Aktien der Gesellschaft verwendet werden, die Mitgliedern des Vorstands der Gesellschaft, ausgewählten Führungskräften, sonstigen Leistungsträgern und Mitarbeitern der Gesellschaft sowie Geschäftsführungsmitgliedern, ausgewählten Führungskräften, sonstigen Leistungsträgern und Mitarbeitern mit ihr verbundener Unternehmen im Sinne des § 15 AktG
 - im Rahmen des Aktienoptionsplans 2008, zu dessen Auflage die Hauptversammlung vom 21. Mai 2008 durch Beschluss zu Punkt 7 der Tagesordnung, geändert durch Beschluss der Hauptversammlung vom 28. Mai 2009 zu Punkt 10 der Tagesordnung, ermächtigt hat, oder
 - im Rahmen des Aktienoptionsplans 2010, zu dessen Auflage die Hauptversammlung vom 27. Mai 2010 durch Beschluss zu Punkt 8 der Tagesordnung ermächtigt hat, oder
 - im Rahmen des aktienkursbasierten Shadow-Share-Programms der XING AG vom 29. November 2012 und des Long-Term-Incentive-Programms für Vorstandsmitglieder der XING AG vom 27. Januar 2014, soweit die Gesellschaft den Bezugsberechtigten nach diesem Programm Shadow Shares durch Aktien zuteilen will,

zugeteilt bzw. eingeräumt wurden oder werden. Soweit hiernach Mitglieder des Vorstands der Gesellschaft begünstigt sind, entscheidet der Aufsichtsrat über die Verwendung eigener Aktien zur Bedienung von Bezugsrechten.

- (4) Die eigenen Aktien können zur Bedienung von Wandlungs- oder Optionsrechten auf Aktien der Gesellschaft verwendet werden. Soweit eigene Aktien Mitgliedern des Vorstands der Gesellschaft übertragen werden sollen, gilt diese Ermächtigung für den Aufsichtsrat.
- (5) Die eigenen Aktien können Personen, die in einem Arbeitsverhältnis zur Gesellschaft oder einem mit ihr verbundenen Unternehmen im Sinne von § 15 AktG stehen, zum Erwerb angeboten oder auf sie übertragen werden. Sie können auch Mitgliedern des Vorstands der Gesellschaft oder Mitgliedern der Geschäftsführung eines mit der Gesellschaft verbundenen Unternehmens im Sinne von § 15 AktG zum Erwerb angeboten oder auf sie übertragen werden. Soweit Mitglieder des Vorstands der Gesellschaft begünstigt sind, obliegt die Auswahl der Begünstigten und die Bestimmung des Umfangs der ihnen jeweils zu gewährenden Aktien dem Aufsichtsrat.
- (6) Die eigenen Aktien können eingezogen werden, ohne dass die Einziehung oder ihre Durchführung eines weiteren Hauptversammlungsbeschlusses bedarf. Sie können auch im vereinfachten Verfahren ohne Kapitalherabsetzung durch Anpassung des anteiligen rechnerischen Betrags der übrigen Stückaktien am Grundkapital der Gesellschaft eingezogen werden. Erfolgt die Einziehung im vereinfachten Verfahren, ist der Vorstand zur Anpassung der Zahl der Stückaktien in der Satzung ermächtigt.

Das Bezugsrecht der Aktionäre auf die eigenen Aktien der Gesellschaft wird ausgeschlossen, soweit diese Aktien gemäß den Ermächtigungen (1) bis (5) verwendet werden.

Die Ermächtigungen unter a. bis c. können ganz oder in Teilbeträgen, einmal oder mehrmals, in Verfolgung eines oder mehrerer Zwecke durch die Gesellschaft ausgeübt werden. Die Ermächtigungen – mit Ausnahme der Ermächtigung zur Einziehung der eigenen Aktien – können auch durch abhängige oder im Mehrheitsbesitz der Gesellschaft stehende Unternehmen oder für ihre oder deren Rechnung durch Dritte ausgeübt werden.

Entschädigungsvereinbarungen der Gesellschaft mit Mitgliedern des Vorstands oder Arbeitnehmern für den Fall eines Übernahmeangebots

Die XING AG gewährt dem Vorstandsmitglied Ingo Chu für den Fall eines Kontrollwechsels bei Hinzutreten weiterer Voraussetzungen ein Lösungsrecht vom Vorstandsvertrag. Im Falle der berechtigten Ausübung des Lösungsrechts stehen dem betroffenen Vorstandsmitglied im Hinblick auf sämtliche Vergütungsbestandteile (fixe Grundvergütung, variable Vergütung, Vergütung aus dem SSP bzw. LTI) Abfindungsansprüche zu, die in ihrer Höhe insgesamt dem Abfindungs-Cap gemäß den Empfehlungen in Ziffer 4.2.3 des Deutschen Corporate Governance Kodex gerecht werden.

Weitere Angaben

Die übrigen nach § 315 Abs. 4 HGB geforderten Angaben betreffen Verhältnisse, die bei der XING AG nicht vorliegen. Weder gibt es Inhaber von Aktien mit Sonderrechten, die Kontrollbefugnisse verleihen, noch Stimmrechtskontrollen durch am Kapital der Gesellschaft beteiligte Arbeitnehmer noch wesentliche Vereinbarungen, die unter der Bedingung eines Kontrollwechsels infolge eines Übernahmeangebots stehen.

Rechtliche Einflussfaktoren

Mit der Internetplattform www.xing.com agiert die Gesellschaft als überwiegend beruflich genutztes soziales Netzwerk. Dort hinterlegen mehrere Millionen Menschen persönliche Daten und Informationen zu Lebensläufen und beruflichen Werdegängen. Daher ist es von elementarer Bedeutung, dass die XING AG ihren registrierten Nutzern eine seriöse und vertrauensvolle Umgebung zur Verfügung stellt. Die in Deutschland geltenden rechtlichen Rahmenbedingungen insbesondere zum Datenschutz definieren den Rahmen für den Umgang mit sensiblen Nutzerdaten.

Abschlussprüfer

Die XING AG wird seit der Konzern- und Jahresabschlussprüfung 2013 durch die PricewaterhouseCoopers AG, Niederlassung Hamburg, geprüft. Verantwortlicher Engagement Leader der Konzern- und Jahresabschlussprüfung 2015 ist Niklas Wilke.

Bericht des Vorstands über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen

Der Vorstand der XING AG hat gemäß § 312 AktG einen Bericht über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen erstellt, der folgende Schlussklärung enthält: „Die XING AG hat auch nach den Umständen, die uns in dem Zeitpunkt bekannt waren, in dem Rechtsgeschäfte vorgenommen oder Maßnahmen getroffen oder unterlassen wurden, bei jedem Rechtsgeschäft eine angemessene Gegenleistung erhalten und ist dadurch, dass Maßnahmen getroffen oder unterlassen wurden, nicht benachteiligt worden.“

Nachtragsbericht

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

Hamburg, 23. März 2016

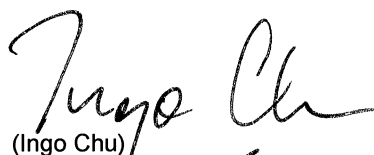
Der Vorstand



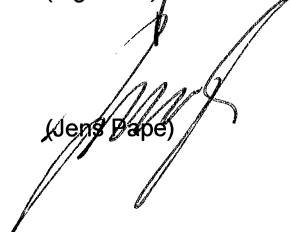
(Dr. Thomas Vollmoeller)



(Timm Richter)



(Ingo Chu)



(Jens Pape)

**Jahresabschluss für das Geschäftsjahr
vom 1. Januar bis 31. Dezember 2015**

**XING AG
Hamburg**

Bilanz
zum 31. Dezember 2015

AKTIVA

	31.12.2015	31.12.2014
	Euro	Euro
A. ANLAGEVERMÖGEN		
I. Immaterielle Vermögensgegenstände		
1. Entgeltlich erworbene gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	4.745.150,55	4.697.547,22
2. Geschäfts- oder Firmenwert	4.962.923,67	0,00
3. Geleistete Anzahlungen	0,00	55.000,00
II. Sachanlagen		
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	3.883.386,97	4.350.187,82
III. Finanzanlagen		
1. Anteile an verbundenen Unternehmen	8.659.198,54	8.659.198,54
2. Beteiligungen	50.000,96	50.000,96
	<u>22.300.660,69</u>	<u>17.811.934,54</u>

B. UMLAUFVERMÖGEN

I. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände		
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	13.070.760,98	8.939.140,37
2. Forderungen gegen verbundene Unternehmen	4.444.546,49	5.399.727,62
3. Sonstige Vermögensgegenstände	1.556.578,60	1.202.402,21
	<u>19.071.886,07</u>	<u>15.541.108,20</u>
II. Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten	75.797.581,21	58.745.094,97
	<u>94.869.467,28</u>	<u>74.286.203,17</u>
C. RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN		
	1.237.692,64	1.257.053,44
	<u>118.407.820,61</u>	<u>93.355.191,15</u>

PASSIVA

	31.12.2015	31.12.2014
	Euro	Euro
5.620.435,00	5.620.435,00	5.592.137,00
31.415.426,42	31.415.426,42	27.144.107,24
14.691.176,27	14.691.176,27	7.512.000,00
51.727.037,69	51.727.037,69	40.328.258,44

A. EIGENKAPITAL

I. Gezeichnetes Kapital		
- Bedingtes Kapital EUR 1.213.857,00 (Vorjahr: EUR 1.242.155,00);		
- Nennbetrag eigene Aktien	0,00	-12.067,00
	<u>5.620.435,00</u>	<u>5.580.070,00</u>
II. Kapitalrücklage	31.415.426,42	27.144.107,24
III. Gewinnrücklagen		
Andere Gewinnrücklagen	0,00	92.081,20
IV. Bilanzgewinn	14.691.176,27	7.512.000,00
	<u>51.727.037,69</u>	<u>40.328.258,44</u>

B. RÜCKSTELLUNGEN

1. Steuerrückstellungen	141.120,52	0,00
2. Sonstige Rückstellungen	10.378.214,96	6.477.485,59
	<u>10.519.335,48</u>	<u>6.477.485,59</u>

C. VERBINDLICHKEITEN

1. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	3.671.187,83	2.301.457,12
2. Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	438.622,20	262.938,47
3. Sonstige Verbindlichkeiten		
davon aus Steuern EUR 2.696.360,15 (Vorjahr: EUR 1.974.553,12);	7.397.943,95	9.997.136,74
	<u>11.507.753,98</u>	<u>12.561.522,33</u>

D. RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN

	44.394.581,78	33.987.924,79
--	---------------	---------------

E. PASSIVE LATENTE STEUERN

	259.111,68	0,00
	<u>118.407.820,61</u>	<u>93.355.191,15</u>

XING AG
Hamburg

Gewinn- und Verlustrechnung
für das Geschäftsjahr 2015

	01.01.2015 - 31.12.2015	01.01.2014 - 31.12.2014
	<u>Euro</u>	<u>Euro</u>
1. Umsatzerlöse	111.486.157,61	90.140.556,27
2. Sonstige betriebliche Erträge		
- davon aus Währungsumrechnung: EUR 938.793,85 (Vorjahr: EUR 327.016,09)	2.819.851,82	2.323.316,12
3. Gesamtleistung	<u>114.306.009,43</u>	<u>92.463.872,39</u>
4. Personalaufwand		
a) Gehälter	-33.301.966,91	-28.663.938,83
b) Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung	-5.418.312,74	-4.771.757,03
- davon für Altersversorgung: EUR 443.362,40 (Vorjahr: EUR 421.396,02)	<u>-38.720.279,65</u>	<u>-33.435.695,86</u>
5. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	-7.146.623,35	-4.823.164,20
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen	-54.109.918,71	-37.275.408,87
- davon aus Währungsumrechnung: EUR 148.265,67 (Vorjahr: EUR 188.347,33)		
7. Erträge aus Beteiligungen	3.630.000,00	3.400.000,00
- davon aus verbundenen Unternehmen: EUR 0,00 (Vorjahr: EUR 3.400.000,00)		
8. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	105.117,93	152.332,46
- davon aus verbundenen Unternehmen: EUR 80.000,00 (Vorjahr: EUR 73.333,33)		
9. Abschreibungen auf Finanzanlagen	0,00	-8.570.013,28
10. Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-181.916,79	-161.854,78
- davon aus Abzinsung: EUR 68.658,41 (Vorjahr: EUR 152.718,50)		
11. Aufwendungen aus Verlustübernahme	<u>-691.045,76</u>	<u>-2.251.296,38</u>
12. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	<u>17.191.343,10</u>	<u>9.498.771,48</u>
13. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	<u>-5.284.808,31</u>	<u>-4.316.463,51</u>
14. Jahresüberschuss	11.906.534,79	5.182.307,97
15. Gewinnvortrag aus dem Vorjahr	2.367.233,96	629.692,03
16. Entnahme aus anderen Gewinnrücklagen	<u>417.407,52</u>	<u>1.700.000,00</u>
17. Bilanzgewinn	<u>14.691.176,27</u>	<u>7.512.000,00</u>

XING AG
Hamburg

Anhang
für das Geschäftsjahr 2015

Allgemeine Angaben

Der Jahresabschluss der XING AG, Hamburg, (im Folgenden kurz: "XING AG") wurde gemäß §§ 242 ff. und 264 ff. HGB sowie nach den einschlägigen Vorschriften des Aktiengesetzes (AktG) aufgestellt. Es gelten die Vorschriften für große Kapitalgesellschaften. Die für den Jahresabschluss relevanten Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex wurden berücksichtigt.

Die Gewinn- und Verlustrechnung wurde nach dem Gesamtkostenverfahren aufgestellt. Das Geschäftsjahr entspricht dem Kalenderjahr.

Die Gesellschaft ist öffentlich notiert im Prime Standard an der Frankfurter Börse (WKN: XNG 888). Die XING AG stellt als Muttergesellschaft einen eigenen Konzernabschluss gemäß § 315a HGB nach den Rechnungslegungsvorschriften der International Financial Reporting Standards (IFRS) auf. Zusätzlich wird der XING Konzernabschluss in den Konzernabschluss der Hubert Burda Media Holding Kommanditgesellschaft, Offenburg, die den Konzernabschluss für den größten Kreis von Unternehmen aufstellt, mit einbezogen. Die beiden Konzernabschlüsse werden im elektronischen Bundesanzeiger veröffentlicht.

Verschmelzung und deren Ergebnisauswirkung

Am 22. Januar 2015 wurde die Intelligence Competence Center (Deutschland) AG, Aschaffenburg (im Folgenden kurz: "ICC AG"), erworben und rückwirkend zum 1. Januar 2015 auf die XING AG verschmolzen. Die Verschmelzung erfolgte zu Zeitwerten. Die Eintragung der Verschmelzung in das Handelsregister der XING AG erfolgte am 1. April 2015. Der Kaufpreis für 100% der Anteile an der ICC AG beträgt abgezinst 7.586 Tsd. €, davon wurden 1.707 Tsd. € noch nicht geleistet. Dem Erwerb wurden Kosten von 144 Tsd. € direkt zugeordnet.

Im Rahmen der Verschmelzung wurden folgende Vermögensgegenstände und Schulden von der ICC AG übernommen:

	01.01.2015
	<u>in Tsd. €</u>
Vermögensgegenstände	
Immaterielle Vermögensgegenstände	122
Sachanlagen	13
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	83
Sonstige Aktiva	18
Zahlungsmittel	59
	<hr style="border-top: 1px solid black;"/>
	295
Schulden	
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	53
Sonstige Verbindlichkeiten und Rückstellungen	63
	<hr style="border-top: 1px solid black;"/>
	116
	<hr style="border-top: 3px double black;"/>

Die Differenz zwischen Vermögensgegenständen und Schulden in Höhe von 179 Tsd. € entspricht dem Eigenkapital der ICC AG zum 31. Dezember 2014.

Bei der Verschmelzung der ICC AG auf die XING AG wurden stille Reserven bei der selbst erstellten Software in Höhe von 1.006 Tsd. €, bei den Kundenbeziehungen in Höhe von 335 Tsd. € sowie den Markenrechten von 326 Tsd. € aktiviert. Diese werden über eine betriebsgewöhnliche Nutzungsdauer von 3 bis 4 Jahren abgeschrieben. Die Abschreibungen im Berichtsjahr betragen 436 Tsd. €. Steuerlich wurden die Vermögensgegenstände zu Teilwerten in Höhe von insgesamt 644 Tsd. € aktiviert. Dies führt zu passiven latente Steuern in Höhe von 320 Tsd. €.

Der Kaufpreis zuzüglich der direkt zurechenbaren Kosten abzüglich der erworbenen Vermögensgegenstände und Schulden und der aufgedeckten stillen Reserven sowie der latenten Steuern ergibt ein Geschäfts- oder Firmenwert von 6.204 Tsd. €, der über eine Nutzungsdauer von 5 Jahren abgeschrieben wird.

In der Gewinn- und Verlustrechnung des Vorjahres der XING AG stellen sich die erfolgswirksamen Geschäftsvorfälle der verschmolzenen ICC AG fiktiv wie folgt dar:

	01.01.2014 –
	31.12.2014
	<u>in Tsd. €</u>
Umsatzerlöse	770
Sonstige betriebliche Erträge	11
Personalaufwand	-413
Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände	
des Anlagevermögens und Sachanlagen	-26
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-322

Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Die im Vorjahr angewandten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden wurden im Berichtsjahr unverändert fortgeführt.

Die immateriellen Vermögensgegenstände enthalten Anschaffungskosten für entgeltlich erworbene Software und Softwarelizenzen sowie für Softwareentwicklungs-Know-how und für Marken- und Domainrechte. Die Abschreibung auf die Software und Softwarelizenzen erfolgt linear über eine betriebsgewöhnliche Nutzungsdauer von drei Jahren. Das Entwicklungs-Know-how wird linear über vier Jahre abgeschrieben. Außerplanmäßige Abschreibungen werden, soweit erforderlich, vorgenommen. Erworbene derivative Geschäfts- oder Firmenwerte werden aktiviert und über die planmäßige Nutzungsdauer abgeschrieben.

Für selbst geschaffene immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens wird das Aktivierungswahlrecht nicht in Anspruch genommen. Forschungs- und Entwicklungskosten werden daher sofort in voller Höhe als Aufwand erfasst.

Das Sachanlagevermögen wurde zu Anschaffungskosten bewertet, abzüglich planmäßiger Abschreibungen und etwaiger außerplanmäßiger Abschreibungen. Die Abschreibungen wurden nach der voraussichtlichen wirtschaftlichen Nutzungsdauer zwischen drei und dreizehn Jahren nach der linearen Methode vorgenommen. Geringwertige Anlagegüter bis zu einem Netto-Einzelwert von 410,00 € sind im Jahr des Zugangs voll abgeschrieben bzw. als Aufwand erfasst worden; ihr sofortiger Abgang wurde unterstellt.

Das Finanzanlagevermögen wird zu Anschaffungskosten angesetzt, vermindert um außerplanmäßige Abschreibungen, soweit den Finanzanlagen ein niedrigerer Wert beizulegen ist.

Die Forderungen und sonstigen Vermögensgegenstände sind zum Nennwert angesetzt. Erkennbaren Risiken wurde durch angemessene Wertberichtigungen Rechnung getragen.

Die flüssigen Mittel sind mit dem Nennwert bilanziert.

Die ökonomisch eingegangenen Sicherungsbeziehungen werden auch im Rahmen der Bilanzierung durch handelsrechtliche Bewertungseinheiten (sog. Mikro-Hedges) abgebildet. Zur Abbildung der sich im Rahmen einer Bewertungseinheit ergebenden gegenläufigen Wertänderungen (wirksame Teile der gebildeten Bewertungseinheiten) wird die Einfrierungsmethode angewendet.

Als Rechnungsabgrenzungsposten werden Ausgaben bzw. Einnahmen vor dem Abschlussstichtag ausgewiesen, soweit sie Aufwand bzw. Ertrag für eine bestimmte Zeit nach diesem Tag darstellen.

Die Steuerrückstellungen und sonstigen Rückstellungen berücksichtigen alle erkennbaren Risiken aus ungewissen Verbindlichkeiten und für drohende Verluste aus schwebenden Geschäften. Sie sind in Höhe des nach vernünftiger kaufmännischer Beurteilung notwendigen Erfüllungsbetrages (d.h. einschließlich erwarteter zukünftiger Kosten- und Preissteigerungen) angesetzt. Rückstellungen mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr werden mit dem ihrer Laufzeit entsprechenden durchschnittlichen Marktzinssatz der vergangenen sieben Jahre, der von der Deutschen Bundesbank ermittelt und bekannt gegeben wird, abgezinst.

Die Verbindlichkeiten sind mit ihrem Erfüllungsbetrag am Bilanzstichtag angesetzt.

Auf fremde Währung lautende Vermögensgegenstände und Verbindlichkeiten wurden grundsätzlich mit dem Devisenkassamittelkurs zum Abschlussstichtag umgerechnet. Bei einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr werden dabei das Realisationsprinzip (§ 252 Abs. 1 Nr. 4 Halbsatz 2 HGB) und das Anschaffungskostenprinzip (§ 253 Abs. 1 Satz 1 HGB) beachtet.

Sofern aufgrund von Differenzen zwischen handelsrechtlichen und steuerlichen Wertansätzen in der Bilanz insgesamt eine künftige Steuerentlastung erwartet wird, erfolgt der Ansatz von aktiven latenten Steuern. Umgekehrt erfolgt bei erwarteten künftigen Steuerbelastungen der Ansatz von passiven latenten Steuern. Soweit die aktiven latenten Steuern den vorhandenen passiven latenten Steuern entsprechen, werden diese verrechnet dargestellt.

Erläuterungen zur Bilanz

Anlagevermögen

Die Entwicklung der einzelnen Posten des Anlagevermögens ist unter Angabe der Abschreibungen des Geschäftsjahres im Anlagenspiegel dargestellt.

Wesentliche Zugänge zu den immateriellen Vermögensgegenständen bezogen sich auf Lizenzen und den aus der Verschmelzung der ICC AG auf die XING AG resultierenden Geschäfts- oder Firmenwert. Die Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände enthalten außerplanmäßige Abschreibungen von 521 Tsd. €.

Die Zugänge im Sachanlagevermögen resultieren überwiegend aus der Modernisierung des Rechenzentrums. Die Abschreibungen auf Sachanlagevermögen enthalten wie im Vorjahr keine außerplanmäßigen Abschreibungen.

Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände

Die Forderungen gegen verbundene Unternehmen bestehen im Wesentlichen gegen die kununu GmbH, Wien, Österreich, die XING Events GmbH, Hamburg, und die TOMORROW FOCUS Media GmbH, Hamburg, und betreffen von der XING AG vereinnahmte Gewinne, verauslagte Kosten sowie Lieferungen und Leistungen in Höhe von 4.445 Tsd. € (Vorjahr: 5.400 Tsd. €).

Die sonstigen Vermögensgegenstände in Höhe von 1.557 Tsd. € (Vorjahr: 1.202 Tsd. €) enthalten im Wesentlichen Forderungen gegen Kreditkartengesellschaften (1.071 Tsd. €; Vorjahr 763 Tsd. €) sowie debitorische Kreditoren (256 Tsd. €; Vorjahr: 74 Tsd. €). Im Vorjahr waren darüber hinaus noch Erstattungsansprüche aus Ertragsteuern (0 Tsd. €; Vorjahr: 101 Tsd. €), geleistete Anzahlungen (0 Tsd. €; Vorjahr 45 Tsd. €) sowie Forderungen gegen Mitarbeiter (3 Tsd. €; Vorjahr 25 Tsd. €) wesentliche Positionen in den sonstigen Vermögensgegenständen.

Sämtliche Forderungen haben eine Restlaufzeit von unter einem Jahr.

Die XING AG sichert das Wertänderungsrisiko der bestehenden flüssigen Mittel in Höhe von 7.000 Tsd. CHF durch ein Devisentermingeschäft in gleicher Höhe (Bewertungseinheit) ab. Dabei wird sichergestellt, dass die wertbestimmenden Faktoren (Währung, Nominalwert, Laufzeit) bei Grundgeschäft und Sicherungsinstrument übereinstimmen. Es ist ein positiver Marktwert in Höhe von 220 Tsd. € erfasst worden.

Die Sicherungsbeziehung wird über die gesamte Sicherungsperiode als hocheffektiv eingestuft. Es wird erwartet, dass sich die Wertänderungen der Grundgeschäfte und Sicherungsinstrumente somit über die nächsten 3 Monate vollständig ausgleichen. Eine retrospektive rechnerische Ermittlung des ineffektiven Teils der Bewertungseinheit wurde nicht durchgeführt, weil unten den genannten Voraussetzungen keine bilanziell relevante Ineffektivität in Bezug auf die Bewertungseinheit entstehen kann.

Angaben zum Grundkapital, zu eigenen Aktien, zum genehmigten Kapital und zum bedingten Kapital

Gezeichnetes Kapital

Das Gezeichnete Kapital der Gesellschaft wurde in 2015 durch die Ausgabe von 28.298 neuen Aktien im Rahmen des Aktienoptionsprogramms 2010 erhöht. Des Weiteren wurden Aktienoptionsprogramme für Mitarbeiter aus dem Bestand an eigenen Aktien bedient. Per 31. Dezember 2015 beträgt das Grundkapital damit 5.620.435,00 € (Vorjahr: 5.592.137,00 €) und ist eingeteilt in 5.620.435 nennwertlose auf den Namen lautende Stückaktien zu einem kalkulatorischen Wert von je 1,00 € am Gezeichneten Kapital. Das gesamte Gezeichnete Kapital ist voll erbracht. Alle Aktien sind mit gleichen Rechten ausgestattet.

Eigene Aktien

Das Unternehmen hat im abgelaufenen Geschäftsjahr aus dem Vorjahresbestand (12.067 eigene Aktien) zur Bedienung von Aktienoptionsprogrammen 365 eigene Aktien für 30,41 € je Aktie und 11.702 eigene Aktien für je 38,39 € verkauft. Der Erlös wurde im Gegenwert der durchschnittlichen Anschaffungskosten je Aktie (26,96 €) in Höhe von 325 Tsd. € in den anderen Gewinnrücklagen erfasst. Der überschießende Betrag wurde in Höhe von 123 Tsd. € in der Kapitalrücklage erfasst.

Damit befinden sich zum Bilanzstichtag keine eigenen Aktien (Vorjahr 12.067 Aktien) im Besitz der Gesellschaft. Dies entsprach im Vorjahr 0,22 Prozent des Gezeichneten Kapitals. Die Aktien waren im Wesentlichen zur Erfüllung von Verpflichtungen aus laufenden Aktienoptionsprogrammen vorgesehen.

Genehmigtes Kapital 2011

Das von der Hauptversammlung 26. Mai 2011 beschlossene Genehmigte Kapital 2011 ist durch die Hauptversammlung am 3. Juni 2015 aufgehoben worden.

Genehmigtes Kapital 2015

Der Vorstand ist durch Beschluss der Hauptversammlung vom 3. Juni 2015 ermächtigt worden, bis zum 2. Juni 2020 das Grundkapital der Gesellschaft mit Zustimmung des Aufsichtsrats durch einmalige oder mehrmalige

Ausgabe von neuen, auf den Namen lautenden Stückaktien gegen Bar- und/oder Sacheinlagen um bis zu 2.796.068,00 € zu erhöhen (Genehmigtes Kapital 2015). Dabei muss sich die Zahl der Aktien in demselben Verhältnis erhöhen wie das Grundkapital. Den Aktionären ist dabei ein Bezugsrecht einzuräumen. Die neuen Aktien können auch von einem oder mehreren durch den Vorstand bestimmten Kreditinstituten mit der Verpflichtung übernommen werden, sie den Aktionären anzubieten (mittelbares Bezugsrecht). Der Vorstand ist jedoch ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Bezugsrecht der Aktionäre auszuschließen:

- (1) um Spitzenbeträge auszugleichen;
- (2) wenn die Aktien gegen Sacheinlage, insbesondere zum Zwecke des Erwerbs von Unternehmen, Unternehmensteilen, Unternehmensbeteiligungen, sonstigen Vermögensgegenständen oder im Rahmen von Unternehmenszusammenschlüssen oder zum Zwecke des Erwerbs von Forderungen, rechten oder gewerblichen Schutzrechten einschließlich Urheberrechten und Know-how, ausgegeben werden;
- (3) wenn die Aktien der Gesellschaft gegen Bareinlage ausgegeben werden und der Ausgabepreis je Aktie den Börsenpreis der im Wesentlichen gleich ausgestatteten, bereits börsennotierten Aktien zum Zeitpunkt der endgültigen Festlegung des Ausgabepreises nicht wesentlich unterschreitet. Die Anzahl der in dieser Weise unter Ausschluss des Bezugsrechts ausgegebenen Aktien darf 10 % des Grundkapitals nicht überschreiten, und zwar weder im Zeitpunkt des Wirksamwerdens noch im Zeitpunkt der Ausübung dieser Ermächtigung. Auf diese Höchstgrenze sind andere Aktien anzurechnen, die während der Laufzeit dieser Ermächtigung unter Bezugsrechtsausschluss in direkter oder entsprechender Anwendung des § 186 Abs. 3 Satz 4 AktG ausgegeben oder veräußert werden. Ebenfalls anzurechnen sind Aktien, die zur Bedienung von Options- und/oder Wandlungsrechten bzw. Wandlungspflichten aus Wandel- und/oder Optionsschuldverschreibungen oder Aktienoptionen auszugeben sind, sofern diese Schuldverschreibungen oder Aktienoptionen während der Laufzeit dieser Ermächtigung unter Ausschluss des Bezugsrechts in entsprechender Anwendung des § 186 Abs. 3 Satz 4 AktG ausgegeben wurden;
- (4) wenn die Aktien Arbeitnehmern der Gesellschaft und/oder Arbeitnehmern und/oder Mitgliedern der Geschäftsführung eines im Sinne von § 15 AktG mit der Gesellschaft verbundenen Unternehmens zum Erwerb angeboten oder auf sie übertragen werden. Die neuen Aktien können dabei auch an ein Kreditinstitut oder ein gleichgestelltes Unternehmen ausgegeben werden, welches die Aktien mit der Verpflichtung übernimmt, sie ausschließlich an die hiernach begünstigten Personen weiterzugeben. Die Anzahl der so unter Ausschluss des Bezugsrechts ausgegebenen Aktien darf 2 % des Grundkapitals nicht überschreiten, und zwar weder im Zeitpunkt des Wirksamwerdens noch im Zeitpunkt der Ausübung dieser Ermächtigung.

Der anteilige Betrag am Grundkapital, der auf Aktien entfällt, die auf der Grundlage dieser Ermächtigung unter Ausschluss des Bezugsrechts der Aktionäre gegen Bar- oder Sacheinlagen ausgegeben werden, darf insgesamt 20 % des im Zeitpunkt des Wirksamwerdens der Ermächtigung bestehenden Grundkapitals der Gesellschaft nicht übersteigen.

Der Vorstand ist mit Zustimmung des Aufsichtsrats ermächtigt, den Inhalt der Aktienrechte, die Einzelheiten der Kapitalerhöhung sowie die Bedingungen der Aktienaussgabe, insbesondere den Ausgabebetrag, festzulegen.

Der Aufsichtsrat ist ermächtigt, die Fassung der Satzung entsprechend der Ausnutzung des genehmigten Kapitals oder nach Ablauf der Ermächtigungsfrist anzupassen.

Der Vorstand hat von dieser ihm eingeräumten Ermächtigung bisher keinen Gebrauch gemacht.

Bedingtes Kapital I 2006, Bedingtes Kapital 2009 und Bedingtes Kapital 2012

Das von der Hauptversammlung am 3. November 2006 beschlossene Bedingte Kapital I 2006, das am 28. Mai 2009 beschlossene Bedingte Kapital 2009 sowie das am 14. Juni 2012 beschlossene Bedingte Kapital 2012 sind durch die Hauptversammlung am 23. Mai 2014 aufgehoben worden.

Bedingtes Kapital 2008

Das Grundkapital der Gesellschaft ist durch Ausgabe von bis zu 231.348 Stück neuen auf den Namen lautenden Stückaktien um insgesamt 231.348,00 € bedingt erhöht (Bedingtes Kapital 2008). Das Bedingte Kapital 2008 dient ausschließlich der Gewährung neuer Aktien an die Inhaber von Wandlungs- oder Optionsrechten, die gemäß Ermächtigungsbeschluss der Hauptversammlung vom 21. Mai 2008 durch die Gesellschaft oder durch Gesellschaften, an denen die Gesellschaft unmittelbar oder mittelbar mehrheitlich beteiligt ist, ausgegeben werden. Die bedingte Kapitalerhöhung wird nur durchgeführt, soweit die Inhaber der Schuldverschreibungen ihre Wandlungs- oder Optionsrechte ausüben. Die neuen Aktien nehmen vom Beginn des Geschäftsjahres an, in dem sie entstehen, am Gewinn teil.

Das Bedingte Kapital 2008 wurde durch Beschluss der Hauptversammlung vom 28. Mai 2009 teilweise aufgehoben und betrug zum 31. Dezember 2015 noch 29.410,00 €. In 2015 sind aus dem Bedingten Kapital 2008 keine Aktien ausgegeben worden.

Bedingtes Kapital 2010

Das Grundkapital der Gesellschaft ist durch Ausgabe von bis zu 94.318 Stück neuen auf den Namen lautenden Stückaktien um bis zu 94.318,00 € bedingt erhöht (Bedingtes Kapital 2010). Das Bedingte Kapital 2010 dient der Sicherung von Bezugsrechten aus Aktienoptionen, die aufgrund der Ermächtigung der Hauptversammlung der Gesellschaft vom 27. Mai 2010 von der Gesellschaft im Rahmen des Aktienoptionsplans 2010 ausgegeben werden. Die bedingte Kapitalerhöhung wird nur insoweit durchgeführt, wie Aktienoptionen ausgegeben werden und die Inhaber dieser Aktienoptionen von ihrem Bezugsrecht auf Aktien der Gesellschaft Gebrauch machen und die Gesellschaft nicht in Erfüllung der Bezugsrechte eigene Aktien oder einen Barausgleich gewährt. Die Ausgabe der Aktien aus dem Bedingten Kapital 2010 erfolgt zu dem gemäß Beschluss der Hauptversammlung vom 27. Mai 2010 zu Punkt 8 Buchstabe d) Ziffer (5) festgelegten Ausübungspreis. Die neuen Aktien nehmen vom Beginn des Geschäftsjahres an, in dem sie entstehen, am Gewinn teil. Durch Ausgabe von 28.298 Stück Bezugsaktien 2010 im Nennwert von 28.298,00 € hat sich das Grundkapital um 28.298,00 € erhöht. Das Bedingte Kapital 2010 beträgt damit zum 31. Dezember 2015 noch 66.020,00 €.

Bedingtes Kapital 2014

Das Grundkapital ist um bis zu 1.118.427,00 € durch Ausgabe von bis zu 1.118.427 Stück auf den Namen lautenden Stückaktien bedingt erhöht (Bedingtes Kapital 2014). Die bedingte Kapitalerhöhung dient der Gewährung von Aktien an die Inhaber von Wandelschuld- und/oder Optionsschuldverschreibungen, die aufgrund des Ermächtigungsbeschlusses der Hauptversammlung vom 23. Mai 2014 begeben werden. Die neuen Aktien nehmen – sofern sie bis zum Beginn der ordentlichen Hauptversammlung der Gesellschaft entstehen – vom Beginn des vorhergehenden Geschäftsjahres, ansonsten vom Beginn des Geschäftsjahres an, in dem sie entstehen, am Gewinn teil. Die Ausgabe der neuen Aktien erfolgt zu dem nach Maßgabe vorstehender Ermächtigung festzulegenden Wandlungs- und Optionspreis. Die bedingte Kapitalerhöhung ist nur insoweit durchzuführen, wie von Wandlungs- oder Optionsrechten aus Schuldverschreibungen Gebrauch gemacht wird oder Wandlungs- oder Optionspflichten aus Schuldverschreibungen erfüllt werden und soweit nicht andere Erfüllungsformen zur Bedienung eingesetzt werden. Der Vorstand ist ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats die weiteren Einzelheiten der Durchführung der bedingten Kapitalerhöhung festzusetzen. Zum 31. Dezember 2015 sind aus dem Bedingten Kapital 2015 keine Aktien ausgegeben.

Zum 31. Dezember 2015 waren keine gültigen (Vorjahr 40.365 Stück) Aktienoptionen an Mitarbeiter, Führungskräfte und den Vorstand selbst ausgegeben.

Kapitalrücklage

Die Kapitalrücklage beinhaltet im Wesentlichen das Agio aus Barkapitalerhöhungen.

Die Kapitalrücklage erhöhte sich durch Ausübung von Aktienoptionen in 2015 um 4.256 Tsd. € (Vorjahr 2 Tsd. €). Des Weiteren wurden im Geschäftsjahr 2015 15 Tsd. € (Vorjahr: 61 Tsd. €) aus dem Aktienoptionsprogramm 2010 der Kapitalrücklage zugeführt (§ 272 Abs. 2 Nr. 2 HGB). Somit ergibt sich aus dem Aktienoptionsprogramm per 31. Dezember 2015 eine Kapitalrücklage von 4.325 Tsd. € (Vorjahr: 4.310 Tsd. €). Die Gesellschaft schließt sich insoweit der Auffassung des Instituts der Wirtschaftsprüfer (IDW) an und erfasst die Verpflichtungen aus dem Aktienoptionsprogramm im Personalaufwand. In Summe ergibt sich somit

zum 31. Dezember 2015 eine Kapitalrücklage von 31.415 Tsd. € (Vorjahr: 27.144 Tsd. €), davon sind 48 Tsd. € gemäß § 272 Abs. 2 Nr. 4 HGB frei verfügbar und resultieren aus der in 2011 beschlossenen Kapitalherabsetzung.

Gewinnrücklagen

Aufgrund des Verkaufs von 12.067 Stück eigenen Aktien im Nennwert von 12.067,00 € (vgl. Erläuterungen unter „eigene Aktien“) ergab sich ein Erlös von 325 Tsd. €, der unter den anderen Gewinnrücklagen auszuweisen ist.

Sonstige Rückstellungen

Die sonstigen Rückstellungen setzen sich wie folgt zusammen:

	31.12.2015	31.12.2014
	in Tsd.€	in Tsd.€
Rückstellung für Personalaufwendungen	4.717	3.278
Rückstellung für bedingte Kaufpreisverpflichtungen	1.304	0
Rückstellung für Marketingaufwendungen	1.290	324
Rückstellung für Aufsichtsratsvergütungen	285	285
Rückstellung für Abschluss- und Prüfungskosten	243	215
Rückstellung für Rückbauverpflichtung	194	131
Rückstellung für Rechts- und Beratungskosten	134	178
Übrige	2.211	2.066
	10.378	6.477

Die Rückstellung für Personalaufwendungen beinhalten vor allem Rückstellungen für Boni, Urlaubsgelder und Abfindungen. Die Rückstellung für bedingte Kaufpreisverpflichtungen betrifft den Erwerb der ICC AG im Berichtsjahr. Die übrigen Rückstellungen enthalten Rückstellungen für sonstige Fremdleistungen.

Verbindlichkeiten

Die Aufteilung der einzelnen Posten der Verbindlichkeiten ergibt sich aus der Bilanz. Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen haben eine Restlaufzeit von unter einem Jahr. Eine Besicherung der Verbindlichkeiten durch Pfandrechte oder ähnliche Rechte besteht nicht.

Die Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen beinhalten Weiterbelastungen der Tochtergesellschaften für Lieferungen und Leistungen in Höhe von 439 Tsd. € (Vorjahr: 263 Tsd. €) und haben eine Restlaufzeit von unter einem Jahr.

Rechnungsabgrenzungsposten

Der wesentliche Teil der passiven Rechnungsabgrenzung betrifft in Höhe von 44.285 Tsd. € (Vorjahr: 33.828 Tsd. €) vor dem Stichtag des Jahresabschlusses entstandene Leistungsverpflichtungen, die der Gesellschaft aus vorausbezahlten Mitgliedsbeiträgen ihrer Kunden erwachsen sind und dem Teil der Leistung entspricht, der nach dem Bilanzstichtag auszuführen ist.

Passive latente Steuern

Zum Bilanzstichtag ergibt sich nach Saldierung der aktiven und passiven latenten Steuern ein Passivüberhang der latenten Steuern von 259 Tsd. € (Vorjahr: 0 Tsd. €). Die ermittelten aktiven und passiven latenten Steuern resultieren im Wesentlichen aus temporären Differenzen aus den bei der Verschmelzung der ICC AG auf die XING AG aufgedeckten stillen Reserven im Bereich der immateriellen Vermögenswerte. Bei der Bewertung der latenten Steuern wurde ein Steuersatz von 32,28% zugrunde gelegt.

Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung

Umsatzerlöse

Die erzielten Umsatzerlöse aus Dienstleistungen werden nach geographischen Regionen wie folgt unterschieden:

	31.12.2015	31.12.2014
	in Tsd.€	in Tsd.€
D-A-CH	106.016	83.613
International	5.470	6.528
	<u>111.486</u>	<u>90.141</u>

Die geographische Segmentierung in D-A-CH (Deutschland, Österreich, Schweiz) und International entspricht der organisatorischen Ausrichtung.

Die erzielten Umsatzerlöse nach Tätigkeitsbereichen lassen sich wie folgt aufgliedern:

	2015	2014
	in Tsd. €	in Tsd. €
Network / Premium	72.745	61.281
e-Recruiting	32.195	25.181
Events	6.546	3.679
	<u>111.486</u>	<u>90.141</u>

Abschreibungen auf Finanzanlagen

Die Abschreibungen auf Finanzanlagen in Höhe von 8.570 Tsd. € im Vorjahr entfielen vollständig auf die Wertberichtigung der Beteiligung an der XING Events GmbH, Hamburg, und waren in vollem Umfang außerplanmäßig.

Periodenfremde Erträge und Aufwendungen

Die sonstigen betrieblichen Erträge enthalten periodenfremde Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen (349 Tsd. €; Vorjahr: 552 Tsd. €), aus Zahlungseingängen auf abgeschriebene Forderungen (44 Tsd. €; Vorjahr: 40 Tsd. €) sowie sonstige periodenfremde Erträge (330 Tsd. €; Vorjahr: 389 Tsd. €).

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen beinhalten periodenfremde Aufwendungen von 111 Tsd. € (Vorjahr: 228 Tsd. €).

Steuern vom Einkommen und vom Ertrag

	2015	2014
	in Tsd. €	in Tsd. €
Ertragsteueraufwendungen	5.345	4.316
Latente Ertragsteuern	-60	0
Ertragsteuern	<u>5.285</u>	<u>4.316</u>

Als Ertragsteueraufwendungen werden wie im Vorjahr die Körperschaftsteuer zuzüglich Solidaritätszuschlag, die Gewerbeertragsteuer und die gezahlte ausländische Quellensteuer ausgewiesen. Die Ertragsteueraufwendungen betreffen fast ausschließlich das Berichtsjahr. Außerdem waren in diesem Posten latente Steueraufwendungen beziehungsweise –erträge erfasst, die aus der Entstehung und Umkehrung von temporären Differenzen zwischen handelsrechtlichen und steuerlichen Wertansätzen resultierten.

Sonstige Angaben

Haftungsverhältnisse

Die Gesellschaft hat gegenüber ihren Töchtern sowie gegenüber Dritten zum Bilanzstichtag keine Haftungsverhältnisse entsprechend § 251 HGB auszuweisen.

Sonstige finanzielle Verpflichtungen

Es bestehen aus Mietverträgen für Wohn- und Geschäftsräume sowie aus Leasingverträgen Zahlungsverpflichtungen innerhalb der nächsten sechs Jahre von insgesamt 8.018 Tsd. € (Vorjahr: innerhalb der nächsten fünf Jahre von insgesamt 6.957 Tsd. €).

Anteilsbesitz

	Kapitalanteil	Eigenkapital	Ergebnis
	31.12.2015	Stand 31.12.2015	2015
	%	in Tsd. €	in Tsd. €
amiando UK Ltd., Birmingham, Großbritannien ¹⁾	100	21	4
Grupo Galenicom Tecnologias de la Informacion (eConozco), S.L., Barcelona, Spanien	100	-14	0
kununu GmbH, Wien, Österreich	100	4.303	3.468
XING E-Recruiting GmbH & Co. KG, Hamburg ²⁾	100	0	0
XING Events GmbH, Hamburg ³⁾	100	-377	0
XING International Holding GmbH, Hamburg, Deutschland	100	-38	-2
XING Networking Spain, S.L., Barcelona, Spanien ⁴⁾	100	335	207
XING S.á r.l., Luxemburg, Luxemburg	100	74	40
XING Switzerland GmbH, Sarnen, Schweiz ⁴⁾	100	136	23

¹⁾ 100% werden mittelbar über Anteile in Höhe von 100% an der XING Events GmbH, Hamburg, Deutschland, gehalten.

²⁾ Kommanditistin der Gesellschaft ist die XING AG, die XING International Holding GmbH, Hamburg, Deutschland, ist persönlich haftende Gesellschafterin. Einlagen wurden bis zum 31. Dezember 2015 noch nicht geleistet.

³⁾ Nach Ergebnisübernahme durch die XING AG.

⁴⁾ 100% werden mittelbar über Anteile in Höhe von 100% an der XING International Holding GmbH, Hamburg, Deutschland, gehalten.

Mit der XING Events GmbH besteht mit Wirkung seit dem 1. Januar 2011 ein Ergebnisabführungsvertrag. Der Vertrag wurde am 10. Oktober 2011 im Handelsregister der XING Events GmbH eingetragen.

Anzahl der Arbeitnehmer

Während des Geschäftsjahres 2015 waren bei der XING AG durchschnittlich 526 Mitarbeiter (Vorjahr: 447) und 4 Vorstandsmitglieder (Vorjahr: 4) beschäftigt. Zum 31. Dezember 2015 waren in der Gesellschaft 580 Mitarbeiter (Vorjahr: 488) und 4 Vorstandsmitglieder (Vorjahr: 4) tätig.

Mitglieder des Aufsichtsrats

Folgende Personen gehörten im Berichtsjahr dem Aufsichtsrat der Gesellschaft an:

Stefan Winners, Vorstand Digital der Hubert Burda Media Gruppe, München, Deutschland (Vorsitzender des Aufsichtsrates)

weitere Aufsichtsratsmandate/Mitgliedschaften in Kontrollgremien:

- Vorsitzender des Aufsichtsrats der Tomorrow Focus AG, München, Deutschland
- Vorsitzender des Beirats der BurdaForward GmbH, München, Deutschland (seit Juli 2015)
- Mitglied des Aufsichtsrats der zooplus AG, München, Deutschland
- Mitglied des Beirats der Cyberport GmbH, Dresden, Deutschland
- Mitglied des Aufsichtsrats und des Beirats der Giesecke & Devrient GmbH, München, Deutschland

Dr. Johannes Meier, Geschäftsführer der European Climate Foundation, Den Haag, Niederlande (Stellvertretender Vorsitzender)

Weitere Aufsichtsratsmandate/Mitgliedschaften in Kontrollgremien: keine

Dr. Jörg Lübcke, Geschäftsführer, Barcare GmbH, München, Deutschland

Weitere Aufsichtsratsmandate/Mitgliedschaften in Kontrollgremien: keine

Jean-Paul Schmetz, Chief Scientist, Hubert Burda Media Holding KG, München, Deutschland

Weitere Aufsichtsratsmandate/Mitgliedschaften in Kontrollgremien:

- Mitglied des Aufsichtsrats der OPMS Limited, Seoul, Südkorea
- Mitglied des Aufsichtsrats der Coc Coc Pte. Limited, Singapur (seit Februar 2015)

Anette Weber, Global Head Finance Pharma Development der Novartis Pharma AG, Basel, Schweiz

Weitere Aufsichtsratsmandate/Mitgliedschaften in Kontrollgremien: keine

Sabine Bendiek, Vorsitzende der Geschäftsführung der Microsoft Deutschland GmbH, Frankfurt am Main, Deutschland

Weitere Aufsichtsratsmandate/Mitgliedschaften in Kontrollgremien: keine

Die Mitglieder des Aufsichtsrats haben für jedes volle Geschäftsjahr ihrer Zugehörigkeit zum Aufsichtsrat eine feste Vergütung von 40 Tsd. € erhalten. Der Vorsitzende des Aufsichtsrats erhielt das Zweifache der festen Vergütung. Vorsitzende in tatsächlich gebildeten Ausschüssen erhalten zusätzlich zur festen Vergütung für jedes volle Geschäftsjahr ihrer Zugehörigkeit zum Aufsichtsrat weitere 5 Tsd. €.

Im Geschäftsjahr 2015 betrug die Aufsichtsratsvergütung insgesamt 285 Tsd. € (Vorjahr: 285 Tsd. €).

Weitere Informationen sind im Vergütungsbericht enthalten, der Bestandteil des Lageberichts ist.

Mitglieder des Vorstands

Zu Mitgliedern des Vorstandes waren bestellt:

Dr. Thomas Vollmoeller, CEO, Hamburg, Deutschland (Vorsitzender)
Aufsichtsratsmandate/Mitgliedschaften in Kontrollgremien:

- Mitglied des Aufsichtsrats der Ravensburger AG, Ravensburg, Deutschland (seit August 2015)
- Mitglied des Verwaltungsrats der Conrad Electronic SE, Hirschau, Deutschland

Ingo Chu, CFO, Hamburg, Deutschland
Aufsichtsratsmandate/Mitgliedschaften in Kontrollgremien: keine

Jens Pape, CTO, Hamburg, Deutschland
Aufsichtsratsmandate/Mitgliedschaften in Kontrollgremien: keine

Timm Richter, CPO, Hamburg, Deutschland
Aufsichtsratsmandate/Mitgliedschaften in Kontrollgremien: keine

Weitere Informationen sind im Vergütungsbericht enthalten, der Bestandteil des Lageberichts ist.

Honoreare und Dienstleistungen des Abschlussprüfers

Das von den Abschlussprüfern PricewaterhouseCoopers AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft für das Geschäftsjahr 2015 Gesamthonorar ist in der entsprechenden Anhangsangabe im XING-Konzernabschluss enthalten.

Angabe zu Geschäften mit nahestehenden Unternehmen und Personen

Die Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats der XING AG sind als nahestehende Personen anzusehen. Im Berichtsjahr lagen keine wesentlichen Geschäftsbeziehungen zwischen dem Vorstand und dem Aufsichtsrat und den in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen vor.

Die Hubert Burda Media Holding Kommanditgesellschaft, Offenburg, hält seit dem 18. Dezember 2012 mehr als 50% des Grundkapitals der XING AG. Die XING AG ist demnach eine abhängige Gesellschaft i.S.v. § 312 Abs. 1 Satz 1 i.V.m. § 17 Abs. 2 AktG. Da kein Beherrschungsvertrag zwischen der XING AG und der Hubert Burda Media Holding Kommanditgesellschaft, Offenburg, besteht, stellt der Vorstand der XING AG einen Bericht über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen gemäß § 312 Abs. 1 Satz 1 AktG auf. Im Geschäftsjahr 2015 haben die XING AG bzw. ihre verbundenen Unternehmen und die Hubert Burda Media Holding Kommanditgesellschaft, Offenburg, bzw. deren verbundenen Unternehmen wie im Vorjahr gegenseitig Produkte zu marktüblichen Bedingungen bezogen.

Angaben gemäß § 160 Abs. 1 Nr. 8 AktG

Die Gesellschaft hat von folgenden Aktionären Mitteilungen über meldepflichtige Beteiligungen nach § 20 Abs. 1 oder 4 AktG sowie nach § 21 Abs. 1 oder 1a WpHG erhalten:

Aktionär	Melde- pflichtige Beteiligung in % gemäß Mitteilung	Melde- pflichtige Beteiligung in % vor Mitteilung	Mitteilung vom	Veränderung am
Schroders PLC, London, Großbritannien, ebenfalls: - Schroder Administration Limited, London, Großbritannien, zuzurechnen nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 6 i.V.m. Abs. 1 Satz 2 WpHG - Schroder Investment Management Limited, London, Großbritannien, zuzurechnen nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 6 i.V.m. Abs. 1 Satz 2 WpHG	4,97 %	5,16 %	27.02.2015	25.02.2015
Schroder Investment Management North America Ltd, London, Vereinigtes Königreich, zuzurechnen gem. § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 6 WpHG	2,97 %	3,77 %	04.03.2015	02.03.2015
Deutsche Asset & Wealth Management Investment GmbH, Frankfurt am Main	4,97 %	5,87 %	30.03.2015	30.03.2015
Schroders PLC, London, Großbritannien, ebenfalls: - Schroder Administration Limited, London, Großbritannien, zuzurechnen nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 6 i.V.m. Abs. 1 Satz 2 WpHG - Schroder Investment Management Limited, London, Großbritannien, zuzurechnen nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 6 i.V.m. Abs. 1 Satz 2 WpHG	2,99 %	4,97 %	15.06.2015	12.06.2015
Oppenheimer Acquisition Corp., New York, Vereinigte Staaten von Amerika; ebenfalls: - MM Asset Management Holding LLC, Springfield, Massachusetts, Vereinigte Staaten von Amerika, zuzurechnen nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 6 i.V.m. Abs. 1 Satz 2 WpHG - MassMutual Holding LLC, Springfield, Massachusetts, Vereinigte Staaten von Amerika, zuzurechnen nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 6 i.V.m. Abs. 1 Satz 2 WpHG - Massachusetts Mutual Life Insurance Company, Springfield, Massachusetts, Vereinigte Staaten von Amerika, zuzurechnen nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 6 i.V.m. Abs. 1 Satz 2 WpHG	0,00 %	3,12 %	22.07.2015	21.07.2015
WA Holdings Inc., Salt Lake City, Utah, Vereinigte Staaten von Amerika, ebenfalls: - Wasatch Advisors Inv., Salt Lake City, Utah, Vereinigte Staaten von Amerika, zuzurechnen nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 6 WpHG	3,02 %	0,00 %	02.02.2016	28.01.2016

Directors' Dealings

Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats sind nach § 15a Wertpapierhandelsgesetz (WpHG) gesetzlich verpflichtet, den Erwerb oder die Veräußerung von Aktien der XING AG oder sich darauf beziehender Finanzinstrumente offenzulegen, soweit der Wert der von dem Mitglied und ihm nahestehenden Personen innerhalb eines Kalenderjahrs getätigten Geschäfte die Summe von 5.000 € erreicht oder übersteigt. Die der XING AG im abgelaufenen Geschäftsjahr gemeldeten Geschäfte wurden ordnungsgemäß veröffentlicht und sind auf der Website des Unternehmens (<http://corporate.xing.com/deutsch/investor-relations/corporate-governance/directors-dealings>) abrufbar.

Erklärung zum Corporate Governance Kodex

Vorstand und Aufsichtsrat der XING AG haben im Februar 2016 die nach § 161 AktG vorgeschriebene Erklärung abgegeben und durch Veröffentlichung auf der Website des Unternehmens (<http://corporate.xing.com/deutsch/investor-relations/corporate-governance>) öffentlich zugänglich gemacht.

Vorschlag für die Verwendung des Bilanzgewinns der XING AG

	2015
	in €
Jahresüberschuss der XING AG	11.906.534,79
Gewinnvortrag aus dem Vorjahr	2.367.233,96
Entnahme aus anderen Gewinnrücklagen	<u>417.407,52</u>
Bilanzgewinn	<u><u>14.691.176,27</u></u>

Der Vorstand und der Aufsichtsrat schlagen die Ausschüttung einer Dividende von 1,03 € je Aktie aus dem Bilanzgewinn der XING AG des Geschäftsjahres 2015 vor. Dies entspricht einer erwarteten Gesamtzahlung von 5.789.048,05 €. Zusätzlich soll eine Sonderdividende von 1,50 € je Aktie gewährt werden. Hierfür sind weitere 8.430.652,50 € zu zahlen, sodass sich eine voraussichtliche Gesamtdividende von 14.219.700,55 € (2,53 € je Aktie) ergibt. Der Bestand an liquiden Eigenmitteln von 72,8 Mio. € zum Jahresende 2015 sowie das cash-generative Geschäftsmodell von XING ermöglichen der Gesellschaft die Auszahlung von regelmäßigen Dividenden, ohne die weiter auf Wachstum ausgerichtete Geschäftsstrategie des Unternehmens zu verändern. Die Zahlung dieser Dividende ist abhängig von der Zustimmung der Hauptversammlung am 2. Juni 2016. Der verbleibende Bilanzgewinn in Höhe von 471.475,72 € soll auf neue Rechnung vorgetragen werden.

Wesentliche Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

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

Erklärung des Vorstands

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

Hamburg, 23. März 2016

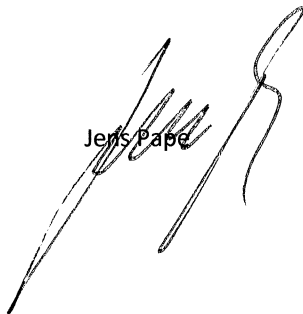
Der Vorstand



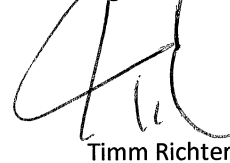
Dr. Thomas Vollmoeller



Ingo Chu



Jens Pape



Timm Richter

XING AG, Hamburg
Anlagenpiegel für das Geschäftsjahr 2015

	01.01.2015		Zugänge		Anschaffungskosten		31.12.2015		Abgänge		Kumulierte Abschreibungen		31.12.2015		Buchwerte	
	Euro	Euro	Euro	Euro	Euro	Euro	Euro	Euro	Euro	Euro	Euro	Euro	Euro	Euro	Euro	Euro
I. Immaterielle Vermögensgegenstände																
1. Entgeltlich erworbene gewerbliche Schutzrechte und äh Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werter	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2. Geschäfts- oder Firmenwert	19.471.361,87	1.914.488,63	1.846.539,03	55.000,00	514.009,74	22.772.959,79										
3. Geleistete Anzahlungen	55.000,00	0,00	0,00	-55.000,00	0,00	6.203.654,59										
	19.526.361,87	8.118.123,22	1.846.539,03	0,00	514.009,74	28.976.614,38										
II. Sachanlagen																
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	15.819.481,68	1.948.628,55	68.131,54	0,00	676.854,16	17.159.787,61										
	15.819.481,68	1.948.628,55	68.131,54	0,00	676.854,16	17.159.787,61										
III. Finanzanlagen																
1. Anteile an verbundenen Unternehmen	37.505.226,92	0,00	0,00	0,00	0,00	37.505.226,92										
2. Ausleihungen an verbundene Unternehmen	478.192,57	0,00	0,00	0,00	0,00	478.192,57										
3. Beteiligungen	249.999,96	0,00	0,00	0,00	0,00	249.999,96										
	38.233.419,45	0,00	0,00	0,00	0,00	38.233.419,45										
	73.579.263,00	10.066.751,77	1.915.070,57	0,00	1.191.263,90	84.369.821,44										
	11.469.293,86	2.409.311,37	55.218,34	0,00	657.422,93	13.276.400,64										
	14.773.814,65	4.737.311,98	57.485,85	0,00	300.072,32	19.268.540,16										
	14.773.814,65	4.737.311,98	57.485,85	0,00	300.072,32	19.268.540,16										
	14.773.814,65	3.496.581,06	57.485,85	0,00	300,07 2,32	18.027.809,24										
	0,00	1.240.730,32	0,00	0,00	0,00	1.240.730,32										
	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00										
	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00										
	11.469.293,86	2.409.311,37	55.218,34	0,00	657.422,93	13.276.400,64										
	11.469.293,86	2.409.311,37	55.218,34	0,00	657.422,93	13.276.400,64										
	28.846.028,38	0,00	0,00	0,00	0,00	28.846.028,38										
	478.192,57	0,00	0,00	0,00	0,00	478.192,57										
	199.999,00	0,00	0,00	0,00	0,00	199.999,00										
	29.524.219,95	0,00	0,00	0,00	0,00	29.524.219,95										
	55.767.328,46	7.146.623,35	112.704,19	0,00	957.495,25	62.069.160,75										
	55.767.328,46	7.146.623,35	112.704,19	0,00	957.495,25	62.069.160,75										
	4.350.187,82	4.350.187,82	4.350.187,82	0,00	4.350.187,82	4.350.187,82										
	4.350.187,82	4.350.187,82	4.350.187,82	0,00	4.350.187,82	4.350.187,82										
	8.659.198,54	8.659.198,54	8.659.198,54	0,00	8.659.198,54	8.659.198,54										
	50.000,96	50.000,96	50.000,96	0,00	50.000,96	50.000,96										
	8.709.199,50	8.709.199,50	8.709.199,50	0,00	8.709.199,50	8.709.199,50										
	17.811.934,54	22.300.860,69	17.811.934,54	0,00	22.300.860,69	17.811.934,54										

Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers

Wir haben den Jahresabschluss - bestehend aus Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung sowie Anhang - unter Einbeziehung der Buchführung und den Lagebericht der XING AG, Hamburg, für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember 2015 geprüft. Die Buchführung und die Aufstellung von Jahresabschluss und Lagebericht nach den deutschen handelsrechtlichen Vorschriften liegen in der Verantwortung des Vorstands der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über den Jahresabschluss unter Einbeziehung der Buchführung und über den Lagebericht abzugeben.

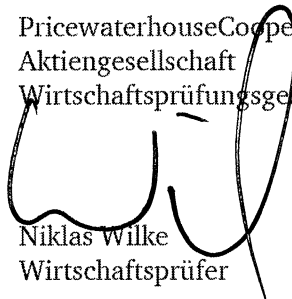
Wir haben unsere Jahresabschlussprüfung nach § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung vorgenommen. Danach ist die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass Unrichtigkeiten und Verstöße, die sich auf die Darstellung des durch den Jahresabschluss unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung und durch den Lagebericht vermittelten Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage wesentlich auswirken, mit hinreichender Sicherheit erkannt werden. Bei der Festlegung der Prüfungshandlungen werden die Kenntnisse über die Geschäftstätigkeit und über das wirtschaftliche und rechtliche Umfeld der Gesellschaft sowie die Erwartungen über mögliche Fehler berücksichtigt. Im Rahmen der Prüfung werden die Wirksamkeit des rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystems sowie Nachweise für die Angaben in Buchführung, Jahresabschluss und Lagebericht überwiegend auf der Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung umfasst die Beurteilung der angewandten Bilanzierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen des Vorstands sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Jahresabschlusses und des Lageberichts. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Unsere Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt.

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse entspricht der Jahresabschluss den gesetzlichen Vorschriften und vermittelt unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft. Der Lagebericht steht in Einklang mit dem Jahresabschluss, vermittelt insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage der Gesellschaft und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar.

Hamburg, den 23. März 2016

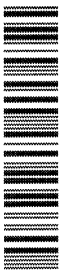
PricewaterhouseCoopers
Aktiengesellschaft
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft



Niklas Wilke
Wirtschaftsprüfer



ppa. Jana Zemmrich
Wirtschaftsprüferin





20000002103100