

Q3

QUARTALSBERICHT  
1. JANUAR BIS  
30. SEPTEMBER 2016



# XING AG

## Kennzahlen

	Einheit	9M 2016	9M 2015	Q3 2016	Q3 2015	Q2 2016
Umsatz <sup>1)</sup>	in Mio. €	108,3	89,9	37,8	30,5	36,2
Segment B2C	in Mio. €	57,1	49,9	19,9	17,4	19,0
Segment E-Recruiting	in Mio. €	39,2	29,6	13,9	10,0	13,1
Segment Advertising & Events <sup>2)</sup>	in Mio. €	9,2	8,2	3,1	2,7	3,2
Segment (kununu) International	in Mio. €	0,9	0,0	0,4	0,0	0,4
EBITDA	in Mio. €	35,8	27,1	12,9	9,3	12,4
EBITDA-Marge	in %	33	30	34	31	34
Periodenergebnis	in Mio. €	18,2	13,4	6,4	4,6	6,4
Ergebnis je Aktie (verwässert)	in €	3,23	2,40	1,14	0,83	1,14
Operativer Cashflow	in Mio. €	39,3	26,8	11,5	8,9	14,9
Eigenkapital	in Mio. €	64,5	56,3	64,5	56,3	58,0
Liquide Mittel	in Mio. €	82,3	74,2	82,3	74,2	75,2
XING-Nutzer Gesamt (D-A-CH)	in Mio.	11,6	9,7	11,6	9,7	11,10
davon Plattform-Mitglieder (D-A-CH)	in Mio.	10,9	9,2	10,9	9,2	10,5
davon zahlende Mitglieder (D-A-CH)	in Tsd.	925	869	925	869	914
B2B Kunden (D-A-CH)	in Tsd.					
im Segment E-Recruiting	in Tsd.	17,5	17,6	17,5	17,6	18,1
im Segment Advertising & Events	in Tsd.	6,6	4,9	6,6	4,9	6,2
Mitarbeiter	Anzahl	921	741	921	741	913

1) Gesamtumsatz inkl. sonstiger betrieblicher Erträge

2) Inkl. Intercompany-Umsätze

3) Definition und Ausweis von B2B Advertising & Events Kunden rückwirkend ab 1.1.2015 angepasst

## Inhalt

### AN UNSERE AKTIONÄRE

- 03 Brief des Vorstands
- 06 Die XING-Aktie

### FINANZINFORMATIONEN

- 09 Konzern-Zwischenlagebericht
- 16 Konzern-Zwischenabschluss
- 17 Konzern-Gesamtergebnisrechnung
- 18 Konzern-Bilanz
- 20 Konzern-Kapitalflussrechnung
- 22 Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung
- 23 Erläuterungen zum Konzern-Zwischenabschluss

### SERVICE

- 30 Finanztermine, Impressum und Kontakt

# XING ist das führende Netzwerk für berufliche Kontakte.

Das führende soziale Netzwerk für berufliche Kontakte im deutschsprachigen Raum begleitet seine Mitglieder durch die Umwälzungsprozesse der Arbeitswelt. In einem Umfeld von Fachkräftemangel, Digitalisierung und Wertewandel unterstützt XING seine mehr als 11 Millionen Mitglieder dabei, Arbeiten und Leben möglichst harmonisch miteinander zu vereinen. So können die Mitglieder auf dem XING Stellenmarkt den Job suchen, der ihren individuellen Bedürfnissen entspricht, mit den News-Angeboten von XING auf dem Laufenden bleiben und mitdiskutieren oder sich auf dem Themenportal XING spielraum über die Veränderungen und Trends der neuen Arbeitswelt informieren. Seit Anfang 2015 gehört die größte Jobsuchmaschine im deutschsprachigen Raum, Jobbörse.com, zum Portfolio des Unternehmens. Zuvor hatte XING mit dem Kauf von kununu, der marktführenden Plattform für Arbeitgeberbewertungen im deutschsprachigen Raum, seine Position als Marktführer im Bereich Social Recruiting weiter gestärkt.

2003 gegründet, ist XING seit 2006 börsennotiert und seit September 2011 im TecDAX gelistet. Die Mitglieder tauschen sich auf XING in mehr als 80.000 Gruppen aus oder vernetzen sich persönlich bei einem der mehr als 100.000 beruflich relevanten Events pro Jahr. Plattformübergreifend hat XING mehr als 11,6 Millionen Nutzer im Kernmarkt D-A-CH, knapp 11 Millionen davon sind Mitglieder der XING-Plattform. Das Unternehmen hat über 900 Mitarbeiter an den Standorten Hamburg, München, Aschaffenburg, Barcelona und Wien.

# An unsere Aktionäre

- 03 Brief des Vorstands
- 06 Die XING-Aktie

# Brief des Vorstands

## Sehr geehrte Aktionäre,

auch das dritte Quartal dieses Jahres war für XING ein ausgesprochen starkes. So stieg der Konzernumsatz einschließlich sonstiger betrieblicher Erlöse gegenüber dem Vorjahr um 24 Prozent auf 37,8 Mio. € (Q3 2015: 30,5 Mio. €). Größter Erlösbringer war erneut das B2C-Geschäft, das um 14 Prozent auf 19,9 Mio. € (17,4 Mio. €) zulegte.

Der größte Wachstumstreiber war das Geschäft im Segment B2B E-Recruiting, das die Verkaufserlöse von Produkten und Services ausweist, die XING Unternehmen verkauft, damit diese sich im immer herausfordernderen „War for Talents“ behaupten können. Der Umsatz stieg hier gegenüber dem Vorjahr um 39 Prozent auf 13,9 Mio. € (10 Mio. €). Auch das umsatzmäßig kleinste Segment B2B Advertising & Events konnte ein Wachstum von 13 Prozent ausweisen und erlöste 3,1 Mio. € (2,7 Mio. €). Das Konzern-EBITDA betrug im dritten Quartal 12,9 Mio. € – ein Wachstum von 38 Prozent gegenüber dem Vorjahreswert von 9,3 Mio. €.

Dr. Thomas Vollmoeller,  
Vorstandsvorsitzender der XING AG



Die hohe Wachstumsdynamik des dritten Quartals schlägt sich folglich auch in der 9-Monats-Betrachtung nieder. In den ersten drei Quartalen des Jahres erhöhte sich der Gesamtumsatz einschließlich sonstiger betrieblicher Erlöse von 89,9 Mio. € um 20 Prozent auf 108,3 Mio. €. Ohne Sondereffekt durch die Aufwertung des Schweizer Franken im ersten Quartal 2015 beträgt das operative Umsatzwachstum sogar 22 Prozent. Das operative Ergebnis (EBITDA) des Konzerns stieg in diesem Zeitraum um 32 Prozent auf 35,8 Mio. € (9M 2015: 27,1 Mio. €).

Auch das Mitgliederwachstum befindet sich auf Rekordniveau. So konnten wir im dritten Quartal 441.000 neue Mitglieder in Deutschland, Österreich und der Schweiz willkommen heißen – so viele wie noch nie zuvor in einem dritten Quartal. Per Ende Q3 hatte XING somit 10,9 Millionen Mitglieder, im Oktober haben wir die Marke von 11 Millionen überschritten.

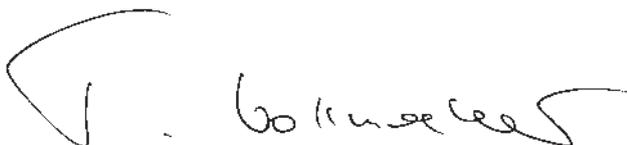
Diese Zahlen sind das Ergebnis unserer strategischen Initiativen sowie der daraus folgenden Produktinnovationen, die sämtlich auf einem Megatrend aufbauen: der fundamentalen Veränderung der Arbeitswelt. In dieser Zeit vieler Paradigmenwechsel ist es unser Anspruch, unsere Mitglieder wie ein Mentor zu begleiten. Ihnen nützliche und inspirierende Kontakte zugänglich zu machen. Ihnen Chancen am Arbeitsmarkt aufzeigen. Und sie bequem und passgenau für ihre Branche und Interessen auf dem Laufenden zu halten. Ein „Flaggschiff“ in diesem Bemühen ist unser Medienformat „Klartext“, das im dritten Quartal den ersten Geburtstag feierte. Mit beeindruckenden Zahlen: Klartext hat in einem Jahr mehr als 5 Mio. Artikel-Views produziert und knapp 600 Autoren gewinnen können, darunter so namhafte wie Post-Chef Frank Appel, Arbeitsministerin Andrea Nahles oder Dieter Hallervorden.

Auch die Lösungen für Firmenkunden haben wir in den vergangenen Wochen um einen weiteren zentralen Baustein erweitert: Den XING-EmpfehlungsManager (XRM). Er bietet Unternehmen einfach und unkompliziert die Möglichkeit, systematisch und digitalisiert über das Kontaktnetz ihrer Mitarbeiter Talente auf offene Stellen anzusprechen – ein hocheffizienter Weg der Personalbeschaffung und gleichsam die Königsdisziplin des Recruitings.

Liebe Aktionäre, Sie sehen: Wir ruhen uns nicht auf den Erfolgen der Vergangenheit aus, sondern verfolgen unsere Mission konsequent und mit höchstem Engagement. Wir sind fest entschlossen, unseren Mitgliedern dabei zu helfen, in ihrer beruflichen Tätigkeit zu wachsen und sich selbst zu verwirklichen – und Ihnen mit der erfolgreichen geschäftlichen Entwicklung von XING weiterhin viel Freude zu machen. Besten Dank für Ihr Engagement, bleiben Sie uns gewogen.

Hamburg, im November 2016

Ihr

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'T. Vollmoeller', written over a large, light-colored, curved scribble.

Dr. Thomas Vollmoeller,  
Vorstandsvorsitzender der XING AG

# Die XING-Aktie

## Stammdaten zur XING-Aktie

Aktien-Anzahl per 30.09.2016	5.620.435
Grundkapital in €	5.620.435
Aktienart	Namensaktien
Börsengang	07.12.2006
ISIN	DE000XNG8888
Bloomberg	O1BC
Reuters	OBCGn.DE
Transparenzlevel	Prime Standard
Index	TecDAX
Sektor	Software

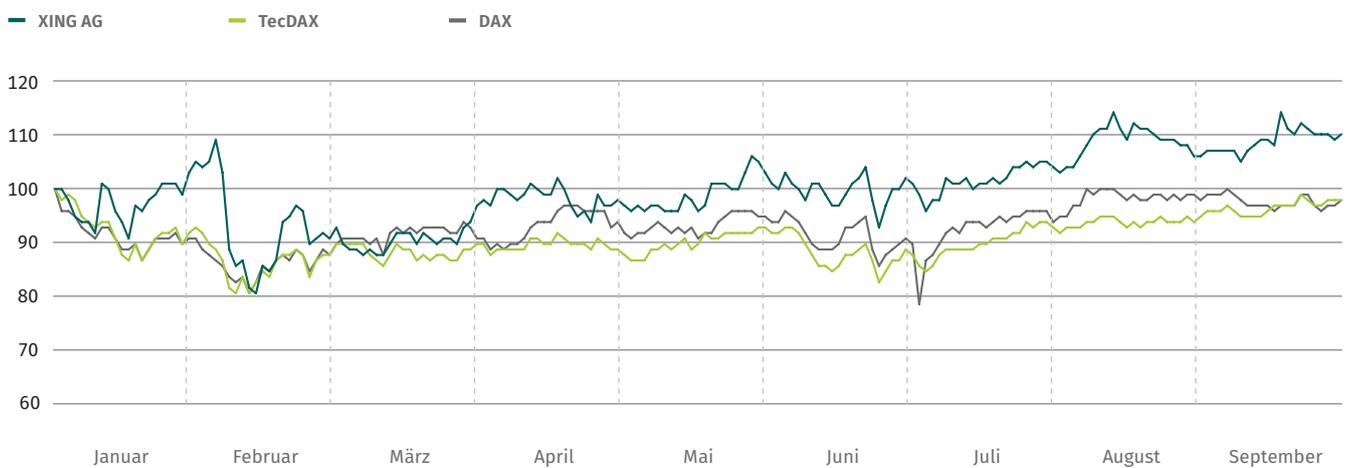
## Kennzahlen zur XING-Aktie auf einen Blick

	9M 2016	9M 2015
XETRA-Schlusskurs am Ende der Periode	187,05 €	192,00 €
Hoch	194,95 €	192,60 €
Tief	138,40 €	92,19 €
Marktkapitalisierung am Periodenende	1.051 Mio. €	1.079 Mio. €
Durchschnittliches Handelsvolumen je Handelstag (XETRA)	9.340 Stck.	15.330 Stck.
Ergebnis je Aktie (verwässert)	3,23 €	2,40 €

## Aktionärsstruktur im September 2016



### Aktienkursentwicklung im Vergleich zu den Indizes in den ersten neun Monaten 2016 (in Prozent)



### Analystenempfehlungen für die XING-Aktie (September 2016)

Bank	Analyst	Empfehlung	Kursziel
Bankhaus Metzler	Nicholas Balz	Kaufen	195 €
Berenberg Bank	Sarah Simon	Kaufen	217 €
Commerzbank	Heike Pauls	Kaufen	240 €
Deutsche Bank	Benjamin Kohnke	Kaufen	200 €
Goldman Sachs	Carl Hazeley	Halten	185 €
Hauck & Aufhäuser	Lars Dannenberg	Halten	205 €
Jefferies	James Lockyer	Kaufen	192 €
Montega	Alexander Braun	Halten	180 €
Oddo Seydler	Marcus Silbe	Halten	183 €
Warburg Research	Jochen Reichert	Kaufen	217 €

# Finanz- informationen

**KONZERN-  
ZWISCHENLAGEBERICHT**  
für den Zeitraum vom 1. Januar bis zum  
30. September 2016

## ERTRAGSLAGE IM KONZERN

### Konzernumsatz steigt in den ersten 9 Monaten 2016 um 20 Prozent

Mit ungebremster Wachstumsdynamik haben wir die ersten drei Quartale des laufenden Geschäftsjahres erfolgreich abgeschlossen und dabei Umsatz und Ergebnis gegenüber dem Vorjahr deutlich gesteigert.

So erhöhte sich der Konzernumsatz einschließlich sonstiger betrieblicher Erträge von 89,9 Mio. € um 20 Prozent auf 108,3 Mio. €. Ohne Sondereffekt durch die Aufwertung des Schweizer Franken im ersten Quartal 2015 beträgt das operative Umsatzwachstum sogar 22 Prozent im Berichtszeitraum 2016.

Zu dieser Entwicklung haben die Segmente B2B E-Recruiting und B2C mit Wachstumsraten von 32 bzw. 15 Prozent beigetragen.

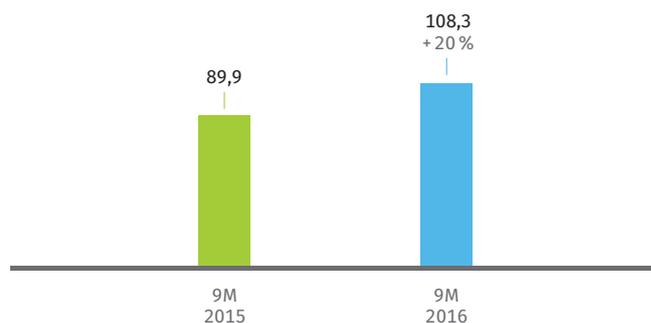
Noch deutlicher konnte das operative Ergebnis (EBITDA) gegenüber dem Vorjahreszeitraum gesteigert werden. Denn die wesentlichen Aufwandsposten sind im Berichtszeitraum unterproportional angestiegen. So erhöhte sich die größte Einzelkostenposition Personalaufwand lediglich um 17 Prozent auf 40,0 Mio. € (9M 2015: 34,2 €).

Auch die Marketingaufwendungen stiegen mit einem Zuwachs von nur 13 Prozent deutlich weniger stark an als der Umsatz. Insgesamt haben wir 9,8 Mio. € in den Aufbau der Marke, unserer Positionierung und die Gewinnung neuer Mitglieder investiert. Zudem haben wir auch unsere B2B-Marketingaktivitäten weiter ausgebaut, insbesondere um unsere innovativen E-Recruiting-Lösungen zu vermarkten.

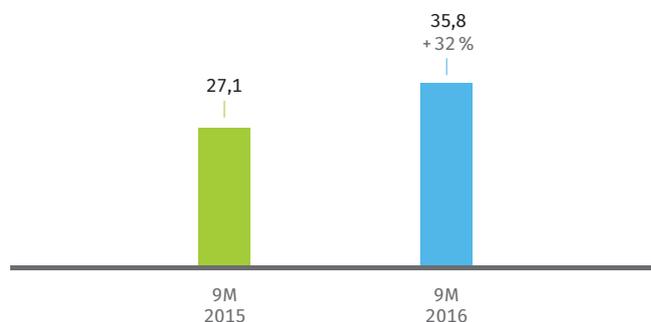
Und auch die sonstigen betrieblichen Aufwendungen entwickelten sich deutlich unterproportional zum Umsatzanstieg. Sie erhöhten sich nur um 13 Prozent auf 22,6 Mio. € in den ersten neun Monaten des laufenden Geschäftsjahres.

In der Folge steigt das operative Ergebnis (EBITDA) des Konzerns im Berichtszeitraum überproportional um 32 Prozent auf 35,8 Mio. € (9M 2015: 27,1 Mio. €) an. Entsprechend liegt die Marge in den ersten neun Monaten bei 33 Prozent gegenüber 30 Prozent in der Vorjahresperiode.

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



### EBITDA (in Mio.€)

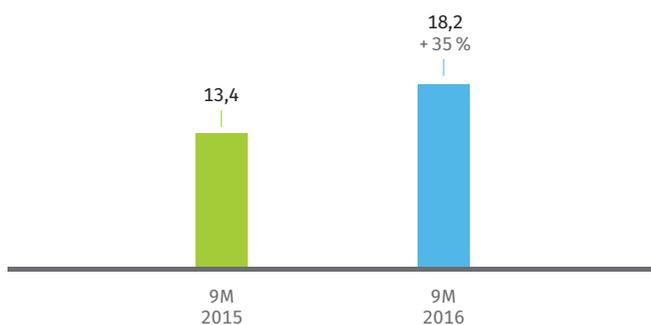


Die Abschreibungen liegen mit 7,2 Mio. € um sechs Prozent über dem Vorjahreswert von 6,8 Mio. € und sind im Wesentlichen auf die gestiegenen Investitionen für neue Produkte zurückzuführen. Der Wert beinhaltet darüber hinaus rund 0,2 Mio. € Abschreibungen für die im Rahmen der Kaufpreisallokation identifizierten Vermögenswerte der akquirierten Gesellschaft Buddybroker.

Somit beträgt das EBIT im Berichtszeitraum 28,6 Mio. € gegenüber einem EBIT in der Vergleichsperiode 2015 von 20,2 Mio. € (+41 Prozent).

Nach Abzug von Steuern in Höhe von 8,7 Mio. € beträgt das Periodenergebnis 18,2 Mio. € und liegt somit 35 Prozent über dem Jahresüberschuss der Vergleichsperiode des Vorjahres (13,4 Mio. €).

#### Periodenergebnis (in Mio. €)



Das Ergebnis je Aktie beträgt somit im Berichtszeitraum 3,23 € gegenüber einem Ergebnis je Aktie in Höhe von 2,40 € in der Vergleichsperiode des Vorjahres.

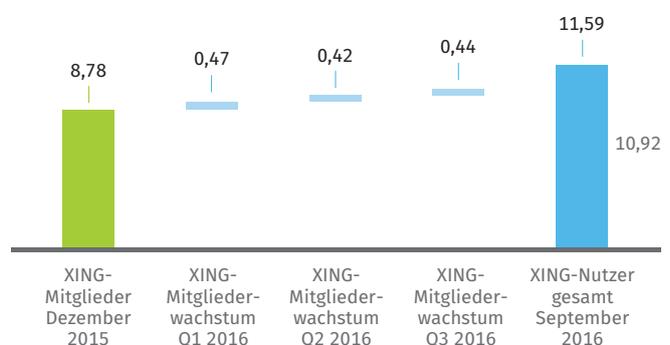
## ENTWICKLUNG IM SEGMENT B2C

### Ungebremstes Mitgliederwachstum

Die XING-Plattform wächst in der D-A-CH-Region ungebremst. Mit mehr als 1,3 Millionen neuen Mitgliedern haben wir in den ersten neun Monaten des laufenden Geschäftsjahres (9M 2015: 1,2 Millionen) damit so viele neue Mitglieder für die XING-Plattform gewinnen können, wie in keiner Neunmonatsperiode zuvor. Entsprechend erhöhte sich die Mitgliederbasis auf 10,9 Millionen per Ende September (September 2015: 9,2 Millionen).

Darüber hinaus erfassen wir seit der Umbenennung unserer Event-Plattform amiando in XING Events und der damit einhergehenden stärkeren Verzahnung mit der XING-Plattform auch das Wachstum der XING-Events-Nutzer. Hier haben wir seit erstmaliger Erfassung rund 670.000 zusätzliche Nutzer in der XING-Gruppe gewinnen können. Zusammen mit den 10,9 Millionen Plattform-Mitgliedern ergibt sich daraus eine XING-Nutzerbasis von 11,6 Millionen Ende September 2016.

### Mitglieder- und Nutzerwachstum in den ersten neun Monaten 2016 in D-A-CH (in Mio.)





### Ein Jahr Klartext

Vor einem Jahr wurde XING Klartext als neuartiges journalistisches Angebot vorgestellt. Experten und bekannte Persönlichkeiten beziehen exklusiv Position und stellen ihre Meinungen zu aktuellen und kontroversen Themen rund um Wirtschaft und Beruf zur Debatte.

Diese Sichtweisen werden flankiert von konträren oder abweichenden Ansichten. Die XING-Mitglieder haben nicht nur die Möglichkeit, die Meinungsbeiträge zu kommentieren, sondern können auch selbst Klartext-Autoren werden und sich interaktiv an der Debatte beteiligen. Die Auswahl trifft unser Redaktionsteam rund um Herausgeber Roland Tichy und Chefredakteurin Jennifer Lachman.

Mit den Angeboten wollen wir unsere Mitglieder dabei unterstützen, beruflich auf dem Laufenden zu bleiben. XING-Mitgliedern bieten wir ein maßgeschneidertes Informationsangebot – lokal, nah und relevant.

Uns geht es dabei aber natürlich auch um die Aktivität unserer Mitglieder. Wir wollen Leben in das Adressbuch bringen.

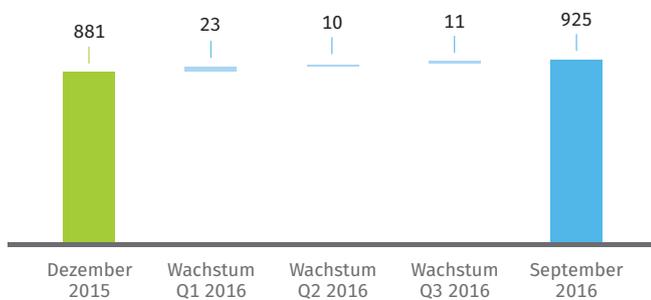
Unser Zwischenfazit nach dem ersten Jahr Klartext:

- Artikel / Beiträge wurden mehr als 5 Millionen Mal gelesen
- Etwa 90.000 Zustimmungen
- Mehr als 40.000 Kommentare
- Rund 600 Autoren, darunter Größen wie Post-Chef Appel, Deutsche Bank-CFO Markus Schenk oder auch Politprominenz wie Andrea Nahles und Olaf Scholz haben ihre Sichtweisen und Meinungen zu aktuellen Themen auf XING Klartext veröffentlicht.

### Zahlende Mitgliedschaften sind Wachstumstreiber im B2C-Segment

Der dynamische Mitgliederzuwachs hat zu einem weiteren Anstieg bei der Konvertierung von Basis- zu zahlenden Mitgliedern geführt. So konnten wir im Berichtszeitraum mehr als 44.000 neue zahlende Mitglieder für die erweiterten bzw. kostenpflichtigen Funktionen (9M 2015: +34.000) gewinnen. Im dritten Quartal 2016 erhöhte sich der Bestand um rund 11.000 zahlende Mitglieder (Q3 2015: 8.000). Ende des dritten Quartals beträgt die Mitgliederbasis der zahlenden B2C-Kunden somit rund 925.000 in der D-A-CH-Region.

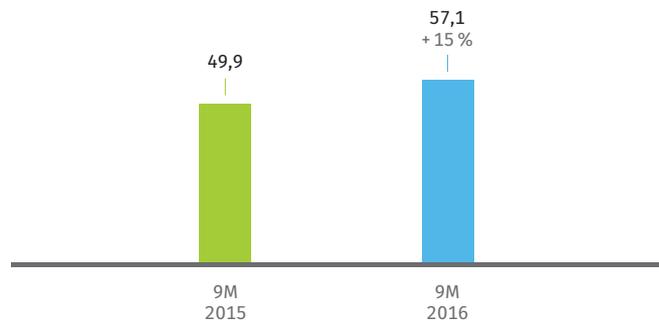
#### Entwicklung zahlende Mitglieder (in Tsd.)



### B2C-Segmentumsatz wächst um 15 Prozent

Die dynamische Entwicklung bei den nicht-finanziellen Leistungsindikatoren im Segment B2C hat sich entsprechend positiv auf die Umsatzentwicklung des Segments ausgewirkt. So stieg der Umsatz von 49,9 auf 57,1 Mio. € an. Damit lag die Wachstumsrate in den ersten neun Monaten bei 15 Prozent. Mit den erreichten Ergebnissen sind wir sehr zufrieden. Der Zuwachs im Segment B2C ist im Wesentlichen auf den Anstieg der zahlenden Mitglieder (Premium, ProJobs) und den weiter ansteigenden durchschnittlichen Umsatz (ARPU) zurückzuführen.

#### Segmentumsatz B2C (in Mio. €)



Das Segment-EBITDA erhöhte sich um sechs Prozent von 29,0 auf 30,7 Mio. € im Berichtszeitraum. Damit beträgt die Segment-Marge 54 Prozent.

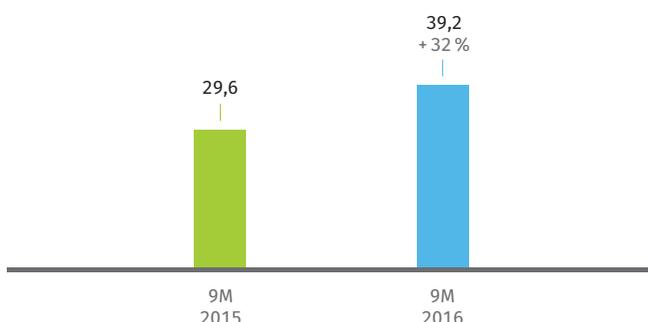
## ENTWICKLUNG IM SEGMENT B2B E-RECRUITING

### Wachstum über 30 Prozent

Die XING Recruiting-Angebote für Unternehmen bieten innovative Lösungen, um sich im sogenannten „War for Talents“ erfolgreich zu behaupten und die richtigen Talente für das eigene Unternehmen zu finden. XING hilft Unternehmenskunden durch Produkte für die Teilbereiche Active- und Passive Sourcing (XING Talentmanager und XING Stellenmarkt) sowie beim Employer Branding (Employer-Branding-Profil), also dem Aufbau und der Pflege der eigenen Arbeitgebermarke. Mit der Übernahme der Eqipia Technologie im 2. Quartal 2016 haben wir zudem das Produktangebot um ein hocheffizientes Recruiting-Tool erweitert – den XING EmpfehlungsManager (XEM). Er bietet Unternehmen einfach und unkompliziert die Möglichkeit, systematisch und digitalisiert über das Kontaktnetz ihrer Mitarbeiter Talente auf offene Stellen anzusprechen – ein hocheffizienter Weg der Personalbeschaffung und gleichsam die Königsdisziplin des Recruitings.

Die Maßnahmen haben sich im Berichtszeitraum positiv auf die Umsatz- und Ergebnisentwicklung des B2B E-Recruiting Segments ausgewirkt. So stieg der Neunmonatsumsatz von 29,6 um 32 Prozent auf 39,2 Mio. €. Im dritten Quartal 2016 konnte der Segmentumsatz sogar um 39 Prozent zulegen. Das Segment-EBITDA stieg deutlich überproportional um 48 Prozent auf 26,1 Mio. € (9M 2015: 17,6 Mio. €). Die Zahl der Corporate Customers (B2B-Kunden) blieb mit etwa 17.500 auf Vorjahresniveau. Dies ist jedoch lediglich der Tatsache geschuldet, dass wir Ende 2015 das alte XING-Unternehmensprofil-Produkt eingestellt haben.

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

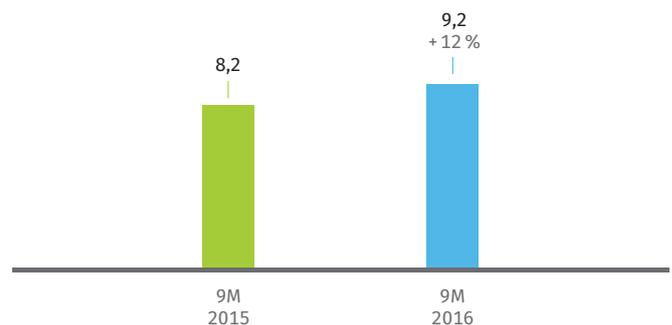


## ENTWICKLUNG IM SEGMENT B2B ADVERTISING & EVENTS

### Segmentergebnis deutlich verbessert

Im Segment B2B Advertising & Events konnten wir mit 12 Prozent ein deutliches Wachstum gegenüber der Vorjahresperiode auf 9,2 Mio. € erreichen. Die Umsatzausweitung ist im Wesentlichen auf den Erfolg des XING AdManagers zurückzuführen, der immer mehr Kunden begeistert: So konnten wir insgesamt die B2B-Kunden von rund 4.900 (Q3 2015) auf mehr als 6.600 per Ende September 2016 steigern. Gegenüber den Vorperioden sowie Vorjahresperioden haben wir den Ausweis der B2B-Kunden rückwirkend angepasst. Mit dem AdManager erhöhen unsere Kunden die Reichweite für ihre Events, Produkte oder Profile, indem sie ihre Angebote und Dienstleistungen zusätzlich auf XING vermarkten bzw. positionieren. Das Kundenwachstum hat sich positiv auf die Segment-Profitabilität ausgewirkt. So erhöhte sich das EBITDA von 1,4 (9M 2015) auf 1,8 Mio. € in den ersten neun Monaten 2016.

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



## ENTWICKLUNG IM SEGMENT (KUNUNU) INTERNATIONAL

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

Das Joint Venture ist mit Sitz in Boston gegründet worden und bereits im US-amerikanischen Markt aktiv. Die ersten Schritte sind durchaus vielversprechend. So hat es seit seiner Gründung im vergangenen Jahr bereits mehr als 200.000 Unternehmensbewertungen auf der amerikanischen kununu-Plattform für US-Unternehmen generiert.

## RISIKOBERICHT

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

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

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

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

Das Risikomanagementsystem erfasst lediglich Risiken, nicht Chancen.

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

# Finanz- informationen

## **KONZERN-ZWISCHENABSCHLUSS**

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

- 17 Konzern-Gesamtergebnisrechnung
- 18 Konzern-Bilanz
- 20 Konzern-Kapitalflussrechnung
- 22 Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung
- 23 Erläuterungen zum Konzern-Zwischenabschluss

# Konzern-Gesamtergebnisrechnung der XING AG

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

## Konzern-Gesamtergebnisrechnung

In Tsd. €	Anhang Nr.	01.01.2016 – 30.09.2016	01.01.2015 – 30.09.2015	01.07.2016 – 30.09.2016	01.07.2015 – 30.09.2015
Umsatzerlöse aus Dienstleistungen		106.054	87.291	37.154	30.001
Sonstige betriebliche Erträge	7	2.224	2.642	599	454
<b>GESAMTE BETRIEBSERTRÄGE</b>		<b>108.278</b>	<b>89.933</b>	<b>37.753</b>	<b>30.455</b>
Personalaufwand		-40.027	-34.179	-14.004	-11.402
Marketingaufwand		-9.817	-8.659	-2.919	-2.979
Sonstige betriebliche Aufwendungen	8	-22.639	-20.028	-7.923	-6.753
<b>EBITDA</b>		<b>35.795</b>	<b>27.067</b>	<b>12.907</b>	<b>9.321</b>
Abschreibungen	9	-7.196	-6.817	-2.502	-2.390
<b>EBIT</b>		<b>28.599</b>	<b>20.250</b>	<b>10.405</b>	<b>6.931</b>
Ergebnis aus den nach der Equity-Methode bewerteten Beteiligungen		-1.674	0	-866	0
Finanzerträge		156	23	22	12
Finanzaufwendungen		-234	-123	-119	-80
<b>EBT</b>		<b>26.847</b>	<b>20.150</b>	<b>9.442</b>	<b>6.863</b>
Ertragsteuern		-8.681	-6.725	-3.017	-2.223
<b>KONZERNERGEBNIS</b>		<b>18.166</b>	<b>13.425</b>	<b>6.425</b>	<b>4.640</b>
Ergebnis je Aktie (unverwässert)		3,23 €	2,40 €	1,14 €	0,83 €
Ergebnis je Aktie (verwässert)		3,23 €	2,40 €	1,14 €	0,83 €
<b>KONZERNERGEBNIS</b>		<b>18.166</b>	<b>13.425</b>	<b>6.425</b>	<b>4.640</b>
Unterschiede aus Währungsumrechnung		0	-8	0	0
Sonstiges Ergebnis		0	-8	0	0
<b>KONZERN-GESAMTERGEBNIS</b>		<b>18.166</b>	<b>13.417</b>	<b>6.425</b>	<b>4.640</b>

# Konzern-Bilanz der XING AG

zum 30. September 2016

## Aktiva

In Tsd. €	Anhang Nr.	30.09.2016	31.12.2015
<b>LANGFRISTIGE VERMÖGENSWERTE</b>			
Immaterielle Vermögenswerte			
Erworbene Software		4.578	3.784
Selbst entwickelte Software	9	28.582	19.855
Geschäfts- oder Firmenwert		13.143	8.228
Sonstige immaterielle Vermögenswerte		1.883	1.930
Sachanlagen			
Mietereinbauten		327	411
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung, geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau		4.928	4.570
Finanzanlagen			
Nach der Equity-Methode bilanzierte Beteiligungen	3	1.033	0
Sonstige Beteiligungen		1	51
Andere finanzielle Vermögenswerte		50	34
Latente Steueransprüche		1.054	378
		<b>55.579</b>	<b>39.241</b>
<b>KURZFRISTIGE VERMÖGENSWERTE</b>			
Forderungen und sonstige Vermögenswerte			
Forderungen aus Dienstleistungen		16.646	15.873
Ertragsteuerforderungen		0	237
Sonstige Vermögenswerte		2.778	3.547
Zahlungsmittel und kurzfristige Einlagen			
Eigenzahlungsmittel		82.346	78.034
Fremdzahlungsmittel		6.321	2.993
		<b>108.091</b>	<b>100.684</b>
		<b>163.670</b>	<b>139.925</b>

## Passiva

In Tsd. €	Anhang Nr.	30.09.2016	31.12.2015
<b>EIGENKAPITAL</b>			
Gezeichnetes Kapital	6	5.620	5.620
Eigene Aktien		0	0
Kapitalrücklagen		22.622	22.622
Sonstige Rücklagen		2.432	2.432
Bilanzgewinn		33.780	29.834
		<b>64.454</b>	<b>60.508</b>
<b>LANGFRISTIGE VERBINDLICHKEITEN</b>			
Latente Steuerverbindlichkeiten		10.196	6.992
Erlösabgrenzung		2.358	3.244
Sonstige Rückstellungen		336	333
Andere finanzielle Verbindlichkeiten		3.129	1.304
Sonstige Verbindlichkeiten		2.229	2.495
		<b>18.248</b>	<b>14.368</b>
<b>KURZFRISTIGE VERBINDLICHKEITEN</b>			
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		1.640	3.797
Erlösabgrenzung		53.284	44.234
Sonstige Rückstellungen		752	588
Andere finanzielle Verbindlichkeiten		2.017	435
Ertragsteuerverbindlichkeiten		1.989	154
Sonstige Verbindlichkeiten		21.286	15.841
		<b>80.968</b>	<b>65.049</b>
		<b>163.670</b>	<b>139.925</b>

# Konzern-Kapitalflussrechnung der XING AG

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

## Konzern-Kapitalflussrechnung

In Tsd. €	Anhang Nr.	01.01.2016 – 30.09.2016	01.01.2015 – 30.09.2015
Ergebnis vor Steuern		26.847	20.150
Abschreibungen auf aktivierte Entwicklungskosten		2.734	2.274
Abschreibungen auf übriges Anlagevermögen		4.462	4.543
Personalkosten Aktienoptionsprogramm		0	15
Zinserträge		-28	-23
Erhaltene Zinsen		30	25
Zinsaufwendungen		233	123
Ergebnis von at equity bilanzierten Beteiligungen		1.674	0
Gezahlte Steuern		-4.294	-4.292
Gewinn aus Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens		-134	0
Veränderung der Forderungen und sonstiger Aktiva		-22	-1.436
Veränderung der Verbindlichkeiten und sonstiger Passiva		3.294	885
Veränderung der Erlösabgrenzung		8.031	7.412
Zahlungsunwirksame Veränderungen des Konsolidierungskreises		-228	-15
Eliminierung amianto Fremdverpflichtung		-3.328	-2.902
<b>CASHFLOW AUS LAUFENDER GESCHÄFTSTÄTIGKEIT</b>		<b>39.271</b>	<b>26.759</b>
Auszahlung für aktivierte Aufwendungen selbstentwickelter Software		-11.461	-7.587
Auszahlung für den Erwerb von Software		-526	-457
Auszahlungen für den Erwerb von sonstigen immateriellen Vermögenswerten		-468	-407
Auszahlungen für den Erwerb von Sachanlagen		-2.525	-1.646
Einzahlungen aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens		178	0
Auszahlung für Akquisition konsolidierter Unternehmen (abzüglich erworbener Finanzmittel)	4	-3.148	-5.820
Auszahlungen für Investitionen in at equity bilanzierte Beteiligungen	3	-2.706	0
Auszahlungen für Investitionen in andere finanzielle Vermögenswerte		0	-6
<b>CASHFLOW AUS INVESTITIONSTÄTIGKEIT</b>		<b>-20.656</b>	<b>-15.923</b>

### Konzern-Kapitalflussrechnung (Fs.)

In Tsd. €	01.01.2016 – 30.09.2016	01.01.2015 – 30.09.2015
Einzahlung aus Optionsausübungen	0	2.942
Einzahlungen aus dem Verkauf eigener Aktien	0	1.635
Auszahlung Regeldividende	-5.789	-5.145
Auszahlung Sonderdividende	-8.431	0
Gezahlte Zinsen	-83	-54
<b>CASHFLOW AUS FINANZIERUNGSTÄTIGKEIT</b>	<b>-14.303</b>	<b>-622</b>
Differenzen aus der Währungsumrechnung	0	-8
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelbestands	4.312	10.206
Eigen-Finanzmittelbestand zu Beginn der Periode	78.034	63.951
<b>EIGEN-FINANZMITTELBESTAND AM ENDE DER PERIODE <sup>1)</sup></b>	<b>82.346</b>	<b>74.157</b>
Fremd-Finanzmittelbestand zu Beginn der Periode	2.993	3.248
Veränderung des Fremdmittelbestands	3.328	2.902
<b>FREMD-FINANZMITTELBESTAND AM ENDE DER PERIODE</b>	<b>6.321</b>	<b>6.150</b>

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

# Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung der XING AG

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

## Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung der XING AG

In Tsd. €	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklagen	Eigene Anteile	Sonstige Rücklagen	Bilanzgewinn	Eigenkapital Summe
<b>STAND 01.01.2015</b>	<b>5.592</b>	<b>18.479</b>	<b>-434</b>	<b>2.429</b>	<b>17.341</b>	<b>43.407</b>
Währungsumrechnung	0	0	0	-8	0	-8
<b>Sonstiges Ergebnis</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>-8</b>	<b>0</b>	<b>-8</b>
Konzernergebnis	0	0	0	0	13.424	13.424
<b>Konzerngesamtergebnis</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>-8</b>	<b>13.424</b>	<b>13.416</b>
Kapitalerhöhung aus anteilsbasierter Vergütung	28	2.942	0	0	0	2.970
Verkauf eigener Aktien	0	1.201	434	0	0	1.635
Dividende für 2014	0	0	0	0	-5.145	-5.145
Personalkosten Aktienoptionsprogramm	0	0	0	15	0	15
<b>STAND 30.09.2015</b>	<b>5.620</b>	<b>22.622</b>	<b>0</b>	<b>2.436</b>	<b>25.620</b>	<b>56.298</b>
<b>STAND 01.01.2016</b>	<b>5.620</b>	<b>22.622</b>	<b>0</b>	<b>2.432</b>	<b>29.834</b>	<b>60.508</b>
Konzernergebnis	0	0	0	0	18.166	18.166
<b>Konzerngesamtergebnis</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>18.166</b>	<b>18.166</b>
Regeldividende für 2015	0	0	0	0	-5.789	-5.789
Sonderdividende	0	0	0	0	-8.431	-8.431
<b>STAND 30.09.2016</b>	<b>5.620</b>	<b>22.622</b>	<b>0</b>	<b>2.432</b>	<b>33.780</b>	<b>64.454</b>

# Erläuterungen zum Konzern-Zwischenabschluss

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

## 1. Informationen zu Gesellschaft und Konzern

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

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

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

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

Der Betrachtungszeitraum umfasst den Zeitraum vom 1. Januar 2016 bis zum 30. September 2016. Als Vergleichsperiode wird der Zeitraum vom 1. Januar 2015 bis zum 30. September 2015 dargestellt. Der Konzern-Zwischenabschluss und der Konzern-Zwischenlagebericht der XING AG zum 30. September 2016 wurden durch den Vorstand am 7. November 2016 zur Veröffentlichung freigegeben.

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

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

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

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

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

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

Ziel ist es, mehr Arbeitgeber-Transparenz auch im US-Arbeitsmarkt zu schaffen. Für das US-Angebot wird die Expertise von kununu in den Bereichen Arbeitgeber-Bewertung und Employer Branding mit dem Markt-Knowhow, der Marketing-Expertise und der Reichweite von Monster verbunden. Sitz des Joint Ventures ist Boston.

XING hat im Berichtszeitraum eine Einlage in Höhe von 3.000 Tsd. USD (2.706 Tsd. €) in das Joint Venture geleistet. Das Finanzergebnis enthält den anteiligen Anlaufverlust des Joint Ventures in Höhe von 1.876 Tsd. USD (1.674 Tsd. €).

## 4. Erwerb der BuddyBroker AG, Zürich/Schweiz im April 2016

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

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

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

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

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

Die BuddyBroker hat seit dem Erwerbszeitpunkt 50 Tsd. € zu den Umsatzerlösen und –323 Tsd. € zum EBITDA beigetragen. Hätte der Unternehmenszusammenschluss zu Jahresbeginn stattgefunden, hätten sich die Umsatzerlöse auf 92 Tsd. € und das EBITDA auf –576 Tsd. € belaufen.

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

## 5. Segmentinformationen

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

### Übersicht Business Units / Berichtssegmente



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

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

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

Weitere Aktivitäten außerhalb der D-A-CH-Region werden im Segment „(Kununu) International“ berichtet. Die Überleitungsrechnung (sonstige betriebliche Erträge/Aufwendungen) beinhaltet Zentralbereiche wie IT, Finanzen und Personal sowie sonstige Geschäftstätigkeiten, die definitionsgemäß keine Segmente darstellen.

Die Segmentierung von Vermögen, Verbindlichkeiten und Investitionen auf Basis der operativen Geschäftsfelder wird nicht vorgenommen, da diese Kennzahlen nicht als Steuerungsgrößen auf Segmentebene verwendet werden. So bezieht sich etwa ein wesentlicher Teil der Investitionen auf die selbsterstellte Plattform, die den Segmenten nicht zugeordnet werden kann. Die Segmentdaten werden auf Grundlage der im Konzernabschluss angewendeten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden ermittelt. Die Kosten werden den Bereichen verursachungsgerecht zugeordnet. Den Geschäftsbeziehungen zwischen den Gesellschaften der Segmente liegen grundsätzlich Preise zugrunde, die auch mit Dritten vereinbart werden. Als Segmentergebnisgröße verwendet XING das Segmentbetriebsergebnis, das als Bruttoergebnis abzüglich der dem Segment direkt zurechenbaren Kosten (Personal-, Marketing-, Mietaufwendungen, bereichsbezogene IT-Aufwendungen (z.B. Entwicklungskosten) etc.) definiert ist.

Einem Segment nicht direkt zuordenbare Aufwendungen (z.B. zentrale IT-Aufwendungen), Wertminderungen und Wertaufholungen werden in der Überleitungsrechnung ausgewiesen, ebenso wie das Betriebsergebnis von zentralen Funktionen, die kein Segment darstellen. Sondereffekte und Effekte aus Kaufpreisallokationen werden herausgerechnet. Bereinigte Sondereffekte sind beispielsweise Re-

strukturierungsaufwendungen, Veräußerungsergebnisse, Wertminderungsaufwendungen sowie andere nicht operative Aufwendungen oder Erträge.

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

In Tsd. €	B2C		B2B E-Recruiting		Advertising & Events		(kununu) International		Konsolidierung segmentinterner Umsätze / Aufwendungen		Summe Segmente	
	01.01. – 30.09. 2016	01.01. – 30.09. 2015	01.01. – 30.09. 2016	01.01. – 30.09. 2015	01.01. – 30.09. 2016	01.01. – 30.09. 2015						
Umsatzerlöse (mit Dritten)	57.123	49.880	39.229	29.642	8.795	7.769	907	0	0	0	106.054	87.291
Konzerninterne Umsatzerlöse	0	0	0	0	414	476	0	0	-414	-476	0	0
Gesamtumsatzerlöse	57.123	49.880	39.229	29.642	9.209	8.245	907	0	-414	-476	106.054	87.291
Konzerninterne Segmentaufwendungen	-414	-476	0	0	0	0	0	0	414	476	0	0
Sonstige Segmentaufwendungen	-26.056	-20.380	-13.163	-12.028	-7.377	-6.891	-890	0	0	0	-47.485	-39.298
Segmentbetriebsergebnis	30.654	29.024	26.066	17.614	1.832	1.355	17	0	0	0	58.569	47.992
Sonstige betriebliche Erträge / Aufwendungen											-22.773	-20.925
EBITDA											35.795	27.067

## Umsatzerlöse nach geografischen Regionen

In Tsd. €	01.01.2016 – 30.09.2016	01.01.2015 – 30.09.2015
D-A-CH	100.886	83.535
International	5.168	3.756
	<b>106.054</b>	<b>87.291</b>

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

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

## 6. Eigenkapital

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

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

## 7. Sonstige betriebliche Erträge

Die sonstigen betrieblichen Erträge enthalten Erträge aus der Währungsumrechnung in Höhe von 92 Tsd. € (Vorjahr: 1.246 Tsd. €). Des Weiteren sind Erträge aus abgedruckten Forderungen in Höhe von 392 Tsd. € (Vorjahr: 36 Tsd. €) sowie aus verjährten Verbindlichkeiten in Höhe von 195 Tsd. € (Vorjahr: 0 Tsd. €) enthalten.

## 8. Sonstige betriebliche Aufwendungen

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

In Tsd. €	01.01.2016 – 30.09.2016	01.01.2015 – 30.09.2015
IT-Dienstleistungen, betriebswirtschaftliche Dienstleistungen	7.241	6.237
Raumkosten	3.827	3.148
Server-Hosting, Verwaltung und Traffic	1.879	1.684
Reise-, Bewirtungs- und sonstige Geschäftskosten	1.812	1.458
Kosten für Zahlungsabwicklung	1.517	1.574
Sonstige Personalkosten	1.338	1.003
Rechtsberatungskosten	890	587
Forderungsverluste	813	990
Fortbildungskosten	669	473
Buchführungskosten	492	342
Telefon/Mobilfunk/Porto/Kurier	416	374
Abschluss- und Prüfungskosten	265	260
Miete/Leasing	257	208
Aufsichtsratsvergütung	241	215
Bürobedarf	195	218
Periodenfremde Aufwendungen	193	128
Kursverluste	139	466
Übrige	455	663
<b>Gesamt</b>	<b>22.639</b>	<b>20.028</b>

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

## 9. Abschreibungen

Im Berichtszeitraum 1. Januar bis 30. September 2016 wurde die Nutzungsdauer der selbst erstellten Software um weitere 12 Monate auf den 31. Dezember 2020 verlängert. Hierdurch sind niedrigere Abschreibungen in Höhe von 745 Tsd. € gegenüber dem ehemaligen Abschreibungsplan erfasst worden.

## 10. Nahestehende Unternehmen und Personen

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

Gegenüber dem in der Berichtsperiode gegründeten Gemeinschaftsunternehmen mit der Monster Inc. „kununu US LLC“ bestehen zum 30. Juni 2016 Forderungen in Höhe von 988 Tsd. €, die unter den Forderungen aus Lieferungen und Leistungen ausgewiesen werden.

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

## 11. Wesentliche Ereignisse nach der Zwischenberichtsperiode

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

Hamburg, 7. November 2016

Dr. Thomas Vollmoeller

Ingo Chu

Timm Richter

Jens Pape

# Finanztermine

---

Zwischenbericht zum dritten Quartal 2016  
Geschäftsbericht 2016  
Zwischenbericht zum ersten Quartal 2017  
Ordentliche Hauptversammlung  
Halbjahresbericht 2017  
Zwischenbericht zum dritten Quartal 2017

7. November 2016  
22. März 2017  
3. Mai 2017  
16. Mai 2017  
7. August 2017  
6. November 2017

*(Vorläufige Termine)*

# Impressum und Kontakt

---

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

## **XING AG**

### Investor Relations

Patrick Möller  
Dammthorstraße 30  
20354 Hamburg  
Telefon +49 40 41 91 31 – 793  
Telefax +49 40 41 91 31 – 44

Presseinformationen und aktuelle Informationen zur XING AG erhalten Sie über:

## **XING AG**

### Corporate Communications

Marc-Sven Kopka  
Telefon +49 40 41 91 31 – 763  
Telefax +49 40 41 91 31 – 44  
presse@xing.com

## **Konzept, Gestaltung und Realisation**

Silvester Group, Hamburg  
www.silvestergroup.com

## **Unsere Social-Media-Kanäle**

### Unternehmensblog der XING AG

<http://blog.xing.com>

### Kapitalmarktbezogene Themen und Neuigkeiten

Twitter: xing\_ir

### Unternehmensübergreifende Themen und Neuigkeiten

Twitter: xing\_de

### Unternehmensbezogene Themen und Neuigkeiten auf Englisch

Twitter: xing\_com

### YouTube-Kanal der XING AG

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

### Facebook-Präsenz der XING AG

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

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

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



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

**XING AG**

Dammtorstraße 30

20354 Hamburg

Telefon +49 40 41 91 31 – 793

Telefax +49 40 41 91 31 – 44

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

**XING** 