



Für den Zeitraum vom 1. Januar bis zum 31. März 2015

## **Q1 – ZWISCHENBERICHT 2015**

# XING AG

## Kennzahlen

	Einheit	Q1 2015	Q1 2014	Q4 2014
Umsatz <sup>1</sup>	in Mio. €	29,3	22,8	28,3
Segment Network und Premium	in Mio. €	16,6	13,9	16,7
Segment E-Recruiting	in Mio. €	9,8	7,0	9,6
Segment Events	in Mio. €	1,3	1,4	1,0
EBITDA reported	in Mio. €	8,2	4,0	9,6
EBITDA exkl. kununu-Earn-out <sup>2</sup>	in Mio. €	8,2	4,5	10,2
EBITDA Marge reported	in %	28	18	34
EBITDA Marge exkl. kununu-Earn-out <sup>2</sup>	in %	28	20	36
Periodenergebnis reported	in Mio. €	4,1	1,0	-2,3
Periodenergebnis exkl. kununu-Earn-out und Wertberichtigung Events <sup>2</sup>	in Mio. €	4,1	1,5	5,5
Ergebnis je Aktie (verwässert) reported	in €	0,74	0,19	-0,41
Ergebnis je Aktie (verwässert) exkl. kununu-Earn-out und Wertberichtigung Events <sup>2</sup>	in €	0,74	0,28	0,97
Operativer Cashflow	in Mio. €	14,1	7,6	9,8
Eigenkapital	in Mio. €	47,5	61,6	43,4
Liquide Mittel	in Mio. €	70,3	71,5	64,0
XING-Nutzer Gesamt (D-A-CH)	in Mio.	8,8	7,3	8,3
davon Plattform-Mitglieder	in Mio.	8,4	7,2	8,0
davon zahlende Mitglieder (D-A-CH)	in Tsd.	855	823	835
B2B-Kunden (D-A-CH)				
im Segment E-Recruiting	in Tsd.	16,1	16,2	17,2
im Segment Events	in Tsd.	2,2	2,4	2,2
Mitarbeiter		675	595	647

<sup>1</sup> Gesamtumsatz inkl. sonstiger betrieblicher Erträge.

<sup>2</sup> Durch Änderungen der IFRS-Richtlinien zur Bilanzierung von Kaufpreisverpflichtungen aus Earn-outs bei Unternehmenskäufen sind diese seit 2013 nicht mehr als Bestandteil des Unternehmenskaufpreises, sondern als Personalaufwand zu erfassen. Bei XING betrifft diese Änderung die Earn-out-Verpflichtung für die kununu-Transaktion. Rund 0,5 Mio. € sind in Q1 2014 im Personalaufwand erfasst worden. Dieser Personalaufwand ist nicht-operativ und hat keine Auswirkungen auf den operativen Cash-flow. Er belastet entsprechend der vertraglich vereinbarten Earn-out-Periode ausschließlich die Ergebnisse der Geschäftsjahre 2013 sowie 2014 (Q1 – Q4). Die XING AG weist in ihren Berichten auch die um diesen Effekt eliminierten Kennzahlen aus, um eine sachgerechte Interpretation der operativen Geschäftsentwicklung anhand von EBITDA, Periodenergebnis und anderen Ergebniskennzahlen zu ermöglichen.

## Inhalt

### 01. AN UNSERE AKTIONÄRE

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

### 02. KONZERN-ZWISCHEN- LAGEBERICHT

- 09 Geschäftsverlauf
- 17 Risikobericht

### 03. KONZERN-ZWISCHEN- ABSCHLUSS

- 19 Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung
- 20 Konzern-Gesamtergebnisrechnung
- 21 Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung
- 22 Konzern-Bilanz
- 24 Konzern-Kapitalflussrechnung
- 26 Erläuterungen zum Konzern-Zwischenabschluss
- U3 Finanztermine, Impressum und Kontakt

# XING ist das soziale Netzwerk für berufliche Kontakte.

XING ist das soziale Netzwerk für berufliche Kontakte. Plattformübergreifend hat XING rund 8,8 Millionen Nutzer im Kernmarkt D-A-CH. Mehr als 8,4 Millionen davon sind Mitglieder der XING-Plattform. Auf XING vernetzen sich Berufstätige aller Branchen, suchen und finden Jobs, Mitarbeiter, Aufträge, Kooperationspartner, fachlichen Rat oder Geschäftsideen. Mitglieder tauschen sich online in über 66.000 Fachgruppen aus und treffen sich persönlich auf XING Events. Betreiber der Plattform ist die XING AG. Das Unternehmen wurde 2003 in Hamburg gegründet, ist seit 2006 börsennotiert und seit September 2011 im TecDAX gelistet.

Im Dezember 2010 hat XING die in München ansässige amiamo AG übernommen, Europas führenden Anbieter von Online-Eventmanagement und -Ticketing. Das Unternehmen firmiert seit Ende 2013 unter dem Namen XING EVENTS GmbH. Mit dem Kauf von kununu, der marktführenden Plattform für Arbeitgeberbewertungen im deutschsprachigen Raum, hat XING seine Position als Marktführer im Bereich Social Recruiting weiter gestärkt.

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

Weitere Informationen finden Sie unter [www.xing.com](http://www.xing.com)

# 01.

# AN UNSERE AKTIONÄRE

# Brief an unsere Aktionäre



Dr. Thomas Vollmoeller,  
Vorstandsvorsitzender der XING AG

## SEHR GEEHRTE DAMEN UND HERREN,

die Arbeitswelt befindet sich im Umbruch. Das können wir regelmäßig in Medien und Büchern lesen, das hören wir in Interviews von Politikern und Experten. Es gibt aber Momente, in denen die Veränderung subjektiv besonders augenfällig wird. Ende Januar dieses Jahres hat XING den New Work Award zum zweiten Mal verliehen. Der Award zeichnet Unternehmen aus, die Arbeit auf neue, innovative und zukunftsweisende Weise anders organisieren. Und während der Preisverleihung in Berlin standen Repräsentanten von Unternehmen auf der Bühne, die etwa konsequent demokratisch geführt werden. Die neue Wege gehen in der Kommunikation zwischen Mitarbeitern und Kunden. Oder die es ihren Mitarbeitern komplett freistellen, von wo aus sie arbeiten wollen.

Unternehmen verändern sich, um Talente an sich zu binden oder neue zu gewinnen. Sie sind rare und anspruchsvolle Arbeitnehmer. Gleichzeitig sind sie diejenigen, die die Innovationen erbringen und vortreiben, die Unternehmen erfolgreich im Wettbewerb sein lassen. Wir glauben, dass in dieser Veränderungsdynamik die Chance liegt, die Arbeitswelt der Zukunft für alle zu einer besseren zu machen. So erklärt sich unser Engagement für das Thema „New Work“. Deshalb

verleihen wir den Award, deshalb haben wir im März den ersten deutschen New Work Day veranstaltet, auf dem rund 800 Menschen über die Zukunft der Arbeit diskutierten. Und deshalb betreiben wir unser Themenportal „spielraum“, das übrigens mittlerweile der zweitgrößte Blog zum Thema Karriere und Beruf in Deutschland ist, mit rund 100.000 Menschen, die sich pro Monat mit New Work-Themen auseinandersetzen. Nur folgerichtig, dass wir das Thema „Vereinbarkeit von Beruf und Familie“ auch in unserer TV-Werbekampagne prominent gespielt haben.

Wir sind prädestiniert, um die Diskussion über die Zukunft der Arbeit mitzugestalten. Denn das Thema Arbeit ist gleichsam unsere DNA. Deshalb werden wir uns weiterhin zu Wort melden, um – im Sinne unserer Mitglieder – Impulse zu setzen, die Chancen aufzuzeigen und sie dabei zu unterstützen, ein besseres Arbeitsleben zu führen.

Eine zentrale Voraussetzung dafür ist, dass sie überhaupt einen Zugang zu den Chancen haben, die sich ihnen in ihrer Lebenssituation bieten. Dabei hilft uns künftig, dass wir im Januar Jobbörse.com gekauft haben, die größte Jobsuchmaschine im deutschsprachigen Raum. Wir können dadurch unseren Nutzern in Zukunft ein deutlich

höheres Volumen und eine noch größere Vielfalt an Stellenanzeigen anbieten. Damit erhöhen sich die Chancen und Möglichkeiten für unsere Mitglieder, den Job zu finden, der zu ihrem Leben passt. Darüber hinaus werden auch Nicht-Mitglieder über unseren Stellenmarkt davon profitieren.

Dieser Kauf wird uns dabei helfen, auch künftig eine Wachstumsgeschichte erzählen zu können, wie wir sie erneut im ersten Quartal dieses Jahres zu berichten haben. Wir konnten den Umsatz im Berichtszeitraum um 29 Prozent auf 29,3 Mio. € steigern.

Hierbei ist zu beachten, dass die sonstigen betrieblichen Erträge durch positive Währungseffekte um etwa 1 Mio. € höher als üblich ausgefallen sind. Ohne diesen Effekt beträgt das Umsatzwachstum rund 24 Prozent.

Stärkster Treiber war dabei das Segment E-Recruiting mit einem Umsatzwachstum gegenüber dem Vorjahr von 40 Prozent auf 9,9 Mio. €. Darüber hinaus haben die Maßnahmen zur weiteren Beschleunigung des Wachstums im Kerngeschäft mit kostenpflichtigen Mitgliedschaften gegriffen. Mehr als 19.000 Mitglieder meldeten sich für die Premium- beziehungsweise die ProJobs-Mitgliedschaft an, um von den Vorteilen und Services zu profitieren. Das hatte Auswirkungen auf der Umsatzseite, wo wir das stärkste Quartalswachstum seit fünf Jahren verzeichnen konnten: Der Quartalsumsatz stieg von 13,9 Mio. €

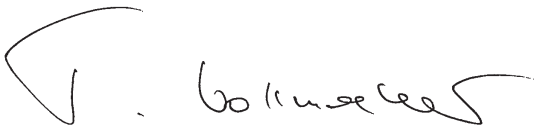
in Q1 2014 um 19 Prozent auf 16,6 Mio. € an. Das EBITDA des ersten Quartals betrug 8,2 Mio. € und damit 83 Prozent über dem Vorjahreswert (4,5 Mio. € ohne die nicht-operativen Aufwendungen für den kununu-Earn-out).

Auch jenseits der Finanzkennzahlen befindet sich XING weiter auf Wachstumskurs: Mit 439.000 neuen Plattform-Mitgliedern konnten wir unseren eigenen Rekord knacken und das stärkste Quartalswachstum der Unternehmensgeschichte verzeichnen. Das zeigt, dass XING für immer mehr Menschen die Plattform ist, die sie in ihrer beruflichen Entwicklung optimal unterstützt.

Wir sind hervorragend positioniert und strategisch aufgestellt, um unseren Wachstumskurs ungebremst fortzusetzen und unsere ambitionierten Ziele zu erreichen.

Ich danke Ihnen für Ihr Vertrauen!

Ihr

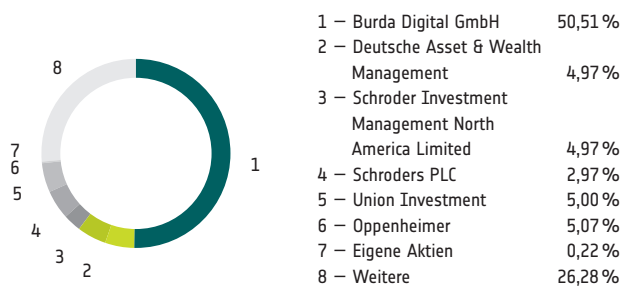


Dr. Thomas Vollmoeller  
Vorstandsvorsitzender der XING AG





### Aktionärsstruktur



### Analystenbewertungen für die XING-Aktie

Broker	Analyst	Empfehlung	Kursziel
Berenberg Bank	Sarah Simon	Kaufen	128 €
Commerzbank	Heike Pauls	Kaufen	160 €
Close Brothers Seydler	Marcus Silbe	Kaufen	200 €
Deutsche Bank	Benjamin Kohnke	Kaufen	145 €
Goldman Sachs	Carl Hazely	Halten	182 €
Hauck & Aufhäuser	Lars Dannenberg	Kaufen	160 €
Jefferies	David Reynolds	Kaufen	170 €
J.P. Morgan	Marc O'Donnell	Halten	74 €
Montega AG	Alexander Braun	Verkaufen	100 €
Warburg Research	Jochen Reichert	Halten	106 €

# 02.

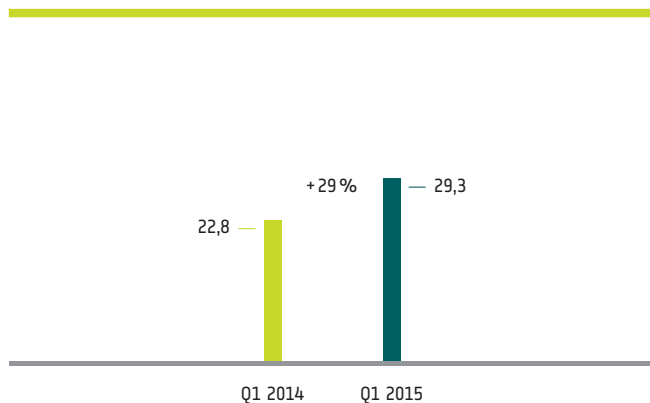
# KONZERN- ZWISCHEN- LAGEBERICHT

für den Zeitraum vom  
1. Januar bis zum 31. März 2015

# Geschäftsverlauf

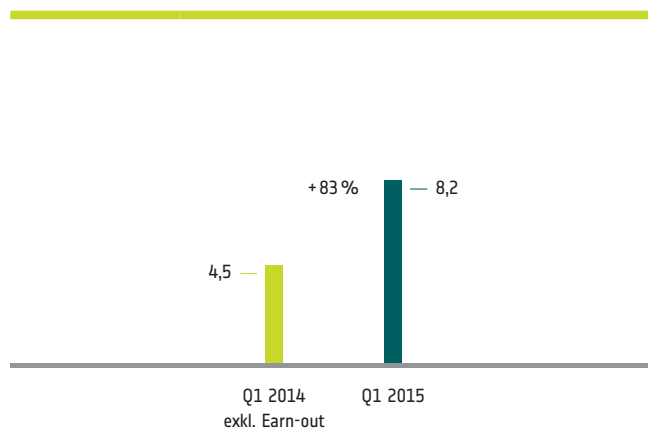
## Ertragslage im Konzern

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



Die ersten drei Monate des noch jungen Geschäftsjahres sind sehr erfolgreich verlaufen. Unsere Positionierung „For a better working life“ und die etablierten Angebote für Mitglieder und Unternehmen bilden dabei die Basis unseres Wachstums. So haben wir den Konzernumsatz (inkl. sonstiger betrieblicher Erträge) von 22,8 Mio. € im ersten Quartal 2014 um 29 Prozent auf 29,3 Mio. € gesteigert. Hierbei ist zu beachten, dass die sonstigen betrieblichen Erträge durch positive Währungseffekte um etwa 1 Mio. € höher als üblich ausgefallen sind. Ohne diesen Effekt beträgt das Umsatzwachstum rund 24 Prozent. Damit konnten wir an die im vierten Quartal 2014 erreichten hohen Wachstumsraten anknüpfen.

### EBITDA (in Mio. €<sup>1</sup>)



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

Nach Abzug der Aufwendungen beträgt das EBITDA für die ersten drei Monate 2015 8,2 Mio. € und liegt damit 82 Prozent über dem EBITDA des ersten Quartals 2014 (4,5 Mio. € ohne die nicht-operativen Aufwendungen für den kununu-Earn-out).

Die deutliche Ergebnisverbesserung ist im Wesentlichen auf das dynamische Umsatzwachstum zurückzuführen. Aber auch die Personalaufwendungen stiegen unterproportional (+17 Prozent) auf 11,25 Mio. € im ersten Quartal an. Der Marketingaufwand ist trotz einer im ersten Quartal durchgeführten TV-Kampagne leicht von 3,83 Mio. € in Q1 2014 auf 3,58 Mio. € im ersten Quartal 2015 gesunken. Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen stiegen um 29 Prozent auf 6,20 Mio. € an.

Die Abschreibungen in den ersten drei Monaten des laufenden Geschäftsjahres betragen 2,2 Mio. € (Q1 2014: 2,2 Mio. €) und beinhalten rund 0,1 Mio. € Abschreibungen für die im Rahmen der Kaufpreisallokation identifizierten Vermögenswerte der akquirierten Gesellschaft Intelligence Competence Center (Deutschland) AG.

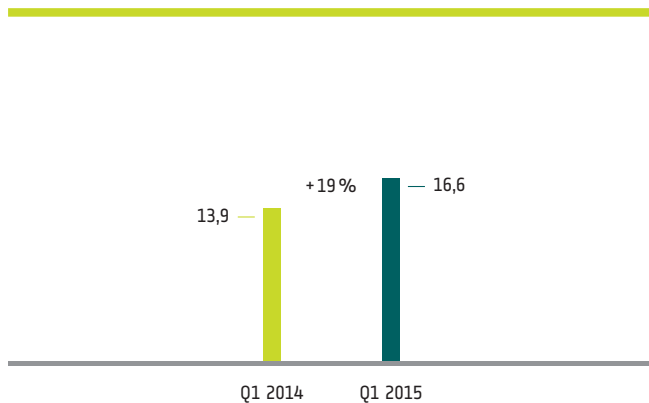
In der Folge beträgt das EBIT im Berichtszeitraum 6,1 Mio. € gegenüber einem EBIT ohne die nicht-operativen Aufwendungen für den kununu-Earn-out aus Q1 2014 von 2,3 Mio. €.

Nach Abzug von Steuern in Höhe von 2,0 Mio. € beträgt der Konzernüberschuss 4,1 Mio. € und liegt somit 168 Prozent über dem Jahresüberschuss des ersten Quartals 2014 ohne die nicht-operativen Aufwendungen für den kununu-Earn-out.

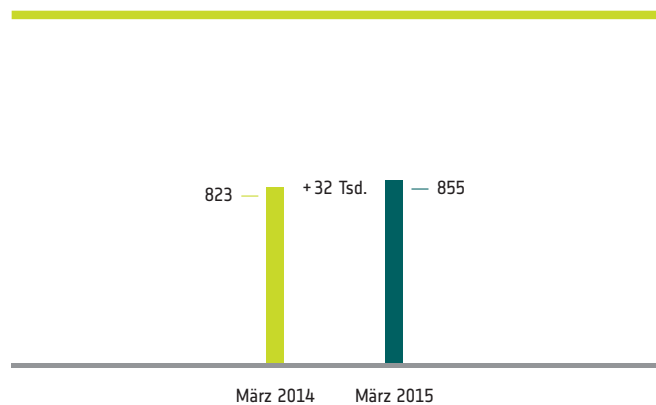
Das Ergebnis je Aktie beträgt 0,74€ für die ersten drei Monate des laufenden Geschäftsjahres gegenüber einem Ergebnis je Aktie ohne den nicht-operativen Aufwand für den kununu-Earn-out in Höhe von 0,28€ für das erste Quartal 2014.

## ENTWICKLUNG IM SEGMENT „NETWORK / PREMIUM“

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



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



### Stärkstes Quartalswachstum seit 5 Jahren

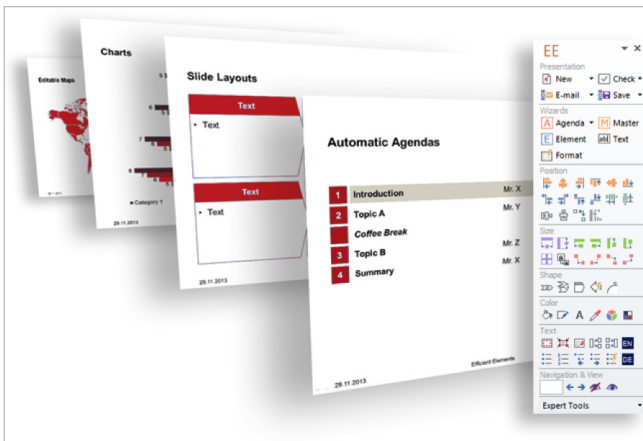
Die Maßnahmen zur Beschleunigung des Wachstums im Kerngeschäft mit kostenpflichtigen Mitgliedschaften haben sich in den ersten drei Monaten des laufenden Geschäftsjahres sehr positiv auf die Entwicklung der zahlenden Mitglieder ausgewirkt. So stieg dieser Wert von 823 Tsd. auf 855 Tsd. Ende des ersten Quartals 2015 an. Allein im ersten Quartal des Jahres 2015 meldeten sich mehr als 19 Tsd. Mitglieder (Q1 2014: 16 Tsd.) für die Premium- bzw. die neue Projobs-Mitgliedschaft an. Der Quartalsumsatz stieg aufgrund des anhaltenden Mengenwachstums, sowie durch die in 2013 und 2014 durchgeführten Preisanpassungen von 13,9 Mio. € in Q1 2014 um 19 Prozent auf 16,6 Mio. € an. Das Segment-EBITDA liegt mit 10,2 Mio. € 11 Prozent über dem Wert des ersten Quartals 2014 (9,3 Mio. €).

### Neue Partner für das XING-Vorteilsprogramm

Unter dem Motto „Das Beste von XING“ bieten wir seit Relaunch des neuen Premium-Angebots im Dezember 2013 zahlreiche wertvolle Zusatzservices für unsere Premium-Mitglieder an. Diese Zusatzservices werden von ausgewählten Partnern exklusiv zur Verfügung gestellt. In den ersten drei Monaten haben wir die Premium-Mitgliedschaft um attraktive Angebote ergänzt, die unsere Mitglieder in ihrem beruflichen Alltag unterstützen sollen:

### Neuer Partner: Efficient Elements for presentations

XING-Premium-Mitglieder profitieren seit dem ersten Quartal von Efficient Elements for presentations. Die PowerPoint-Erweiterung enthält viele nützliche Funktionen und hilft Nutzern dabei, in kürzester Zeit professionelle Folien zu erstellen. Hunderte Folienvorlagen, Darstellungsvarianten, Diagramme, Icons, Landkarten oder Flaggen sind immer nur wenige Klicks entfernt, dazu ein mächtiges Werkzeug zur automatischen Erstellung von Agenda-Folien, verschiedene Hilfsmittel zur schnellen und präzisen Ausrichtung und Formatierung, und viele weitere Funktionen. XING-Premium-Mitglieder erhalten eine 13-Monats-Lizenz im Wert von über 125€ kostenlos.



### Neuer Partner exklusiv für Schweizer Kunden: Statista

Unsere heutige Geschäftswelt ist faktengetrieben. Die Kenntnis eines Marktes und seiner Entwicklungspotenziale, der Konsumenten und des Wettbewerbes ist unabdingbar. So geht es auch den meisten XING-Nutzern. Sie schreiben Businesspläne, erstellen Präsentationen und durchleuchten Märkte. Untermauern statt mutmaßen lautet dabei die Devise.

Die meiste Zeit verwenden Geschäftsleute hierbei für die Recherche. Hier kommt das führende Statistik-Portal Statista zum Tragen: Statista ist einfach strukturiert und intuitiv zu bedienen. Eine Filterfunktion unterstützt dabei, die Suche zielgenau einzugrenzen. Statt Arbeitszeit für Recherchen aufzuwenden, haben Nutzer mit einem Klick Zugriff auf die relevanten Daten und Veröffentlichungen ihrer Branche.

Statista verfügt über zahlreiche Statistiken, Unternehmensdaten und Prognosen. So beschäftigen sich allein 13.000 Statistiken und 320 Studien mit dem Schweizer Raum. Quellen der Erhebungen sind Marktforschung und wissenschaftliche Institutionen, Fachzeitschriften und Publikationen sowie internationale Organisationen. Die deutschsprachigen Statistiken können zudem ganz leicht als PowerPoint-, Excel-, PDF- und PNG-Datei heruntergeladen und direkt in Präsentationen eingebaut werden.

Durch die Kooperation zwischen XING und Statista haben nun sämtliche Schweizer XING-Premium-Mitglieder die Möglichkeit, ein Jahr lang kostenlos auf die Premiuminhalte des führenden Statistik-Portals im Wert von über CHF 50 monatlich zugreifen zu können.



### Das Beste von XING – jetzt auch mit exklusiven Angeboten und attraktiven Extras für berufliche Events

Mit dem neuen „Premium Event Blockbuster“ haben wir im ersten Quartal 2015 erstmals auch exklusive Veranstaltungsangebote für attraktive berufliche Events in unser Vorteilsprogramm aufgenommen. Dazu zählen vergünstigte Ticketpreise oder Benefits, die nicht käuflich zu erwerben sind, wie beispielsweise VIP-Sitzplätze, Gespräche mit den Rednern oder Zugang zu exklusiven Galaveranstaltungen. Damit helfen wir unseren Premium-Mitgliedern, sich beruflich weiterzuentwickeln und sich auf für sie relevanten Events auch offline zu vernetzen. Erste positive Erfahrungen konnten wir bereits mit den „Front Row Tickets“ auf der „Online Marketing Rockstars“-Konferenz sammeln.

Das Beste von XING – dieses Premium-Versprechen werden wir übrigens zukünftig sowohl in den einzelnen Bereichen unserer Plattform als auch in den verschiedenen XING-Services noch stärker erlebbar machen. Der Premium Event Blockbuster ist ein erster Schritt in diese Richtung.

### XING-Plattform wächst ungebremst weiter

Nicht nur beim Wachstum der zahlenden Mitglieder haben wir in den ersten drei Monaten des laufenden Geschäftsjahres große Fortschritte erzielt. Auch bei den Basis-Mitgliedern und XING-Events-Nutzern haben wir neue Rekordzuwächse erzielen können. Mit 439.000 neuen Plattform-Mitgliedern konnten wir das stärkste Quartalswachstum der Unternehmensgeschichte erreichen.

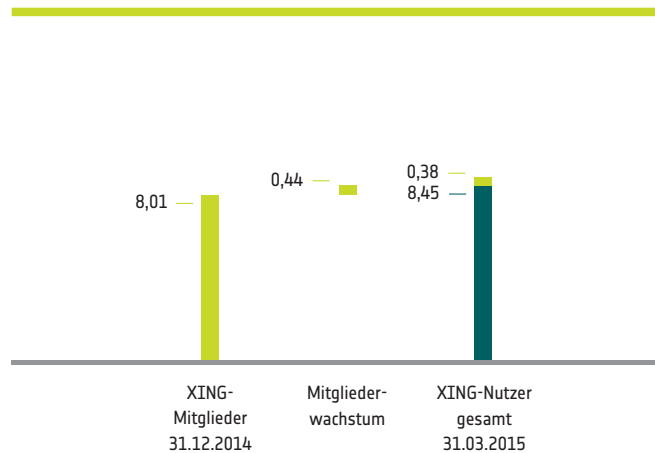
Noch nie zuvor hatte XING mehr als 400.000 neue Mitglieder in nur einem Quartal gewinnen können. Damit schließen wir nahtlos an die in der zweiten Jahreshälfte 2014 beschleunigten Zuwächse an.

Auch werden seit Jahresbeginn erstmals Mitglieder für die Plattform freigeschaltet, die ihre Bestätigungs-E-Mail noch nicht übermittelt haben. Somit sind sie für andere Mitglieder auffindbar und können kontaktiert werden. Entsprechend werden diese Mitglieder seit Jahresbeginn auch regulär in den Mitgliederzahlen erfasst.

Insgesamt stieg somit die Zahl der Plattform-Mitglieder auf 8,45 Millionen Ende März 2015 an (März 2014: 7,17 Millionen).

Darüber hinaus erfassen wir seit der Umbenennung unserer Event-Plattform amiando in XING EVENTS und der damit einhergehend stärkeren Verzahnung mit der XING-Plattform auch das Wachstum der XING-Events-Nutzer. Hier haben wir seit erstmaliger Erfassung im Januar 2014 383.000 zusätzliche Nutzer in der XING-Gruppe gewinnen können. Zusammen mit den 8,45 Millionen Plattform-Mitgliedern ergibt sich daraus eine XING-Nutzerbasis von 8,83 Millionen Ende März 2015.

### Mitglieder- und Nutzerwachstum Q1 2015 in D-A-CH (in Millionen)

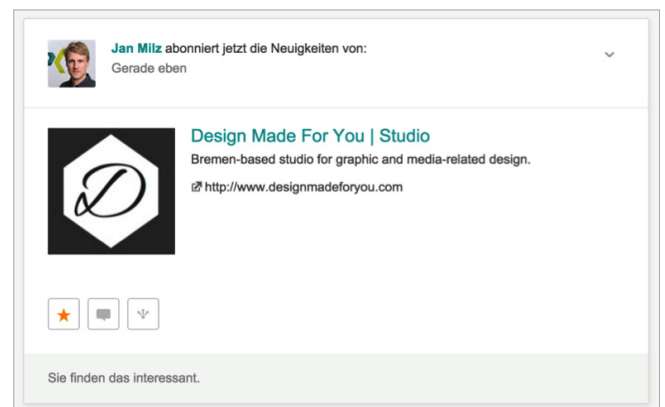
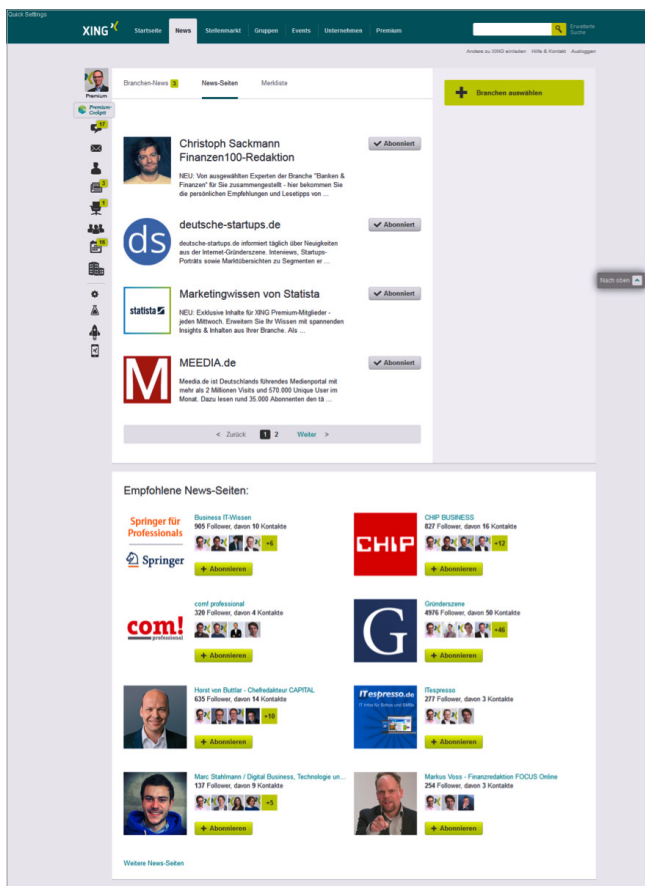


### Beruflich mitreden und Wissensvorsprung aufbauen mit den neuen XING-News-Seiten

Wir wissen, dass unsere Nutzer das Bedürfnis haben, beruflich auf dem Laufenden zu bleiben. Als größtes Netzwerk für berufliche Kontakte im deutschsprachigen Raum haben wir die größten Gruppierungen von Branchen und Berufsgruppen bei uns auf der Plattform – wir sind also so etwas wie das „Zuhause der Branchen“.

Unsere Branchen-News, die fast zwei Millionen monatliche Leser haben, waren der erste Schritt, unsere Mitglieder mit Inhalten zu versorgen, die für ihre Branche wichtig sind und so ihr Berufsleben verbessern.

Im ersten Quartal haben wir eine Erweiterung unseres Angebots vorgestellt, damit unsere Mitglieder beruflich mitreden können: Die XING-News-Seiten. 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 sie jetzt gezielt News von ausgewählten Branchen-Medien, Experten oder XING selbst folgen und die für sie relevanten beruflichen Themen auf XING lesen.



### Der Neuigkeiten-Stream mit klarem Design und verbesserter Nutzerfreundlichkeit

Ein aufgeräumteres Design, bessere Interaktionsmöglichkeiten und eine einheitliche Darstellung der Neuigkeiten auf allen Geräten. Wir haben die Interaktionsmöglichkeiten vereinfacht: Wenn Sie beispielsweise in Ihrem Stream sehen, dass einer Ihrer Kontakte die Neuigkeiten eines bestimmten Unternehmens abonniert hat, einer News-Seite folgt oder einer Gruppe beigetreten ist, können Sie künftig direkt aus dem Stream heraus aktiv werden und - am Beispiel der Gruppen - über den Button „Beitreten“ ebenfalls Mitglied der Gruppe werden. Bisher gab es diesen direkten Weg nur mit dem „Hinzufügen“-Button für neue Kontakte Ihrer Kontakte.

Darüber hinaus haben wir das Design aufgeräumt: Ab sofort werden die Neuigkeiten im übersichtlichen Karten-Design dargestellt. Das bedeutet, dass jede News in einem weißen Kasten auf hellgrauem Hintergrund steht. Die einzelnen Beiträge sind dadurch stärker voneinander abgegrenzt. Im gleichen Zug haben wir die Bildgröße angepasst - das Design erscheint so insgesamt klarer und aufgeräumter, die Inhalte kommen besser zur Geltung. Last but not least haben wir den Neuigkeiten-Stream für alle Geräte vereinheitlicht: Egal, ob Sie XING über Ihren Rechner oder eine App aufrufen, Sie sehen auf Ihrer Startseite überall dieselben Neuigkeiten und Interaktionsmöglichkeiten. Probieren Sie die neuen Features doch mal aus!

### Neue TV-Kampagne 2015 von XING: Schluss mit „hätte, würde, wäre ...“

Gegen Jahresende fangen viele Leute an, über das vergangene Jahr nachzudenken. Was alles so passiert ist. Was sie sich vorgenommen hatten. Und was sie - eigentlich - alles noch hätten machen wollen. Mehr Zeit mit der Familie zu verbringen zum Beispiel. Oder mehr Sport zu treiben. Oder sich endlich beruflich zu verändern. Hätte, würde, wäre ich doch nur ... und plötzlich ist das Jahr wieder rum.

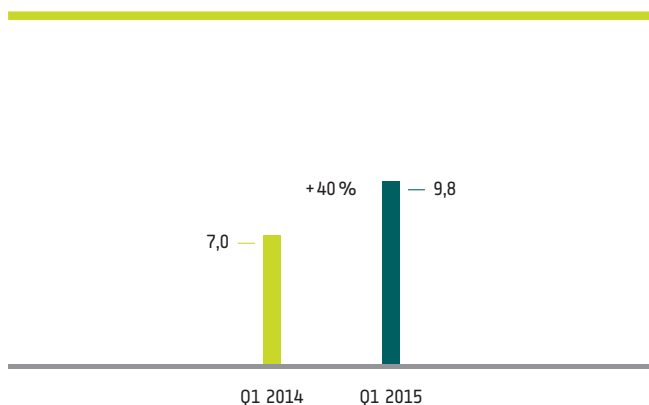
Dies war Anlass für uns, den Start des Jahres bei XING mit einer Neuauflage unserer TV-Kampagne zu beginnen. Denn: Wir möchten Menschen dabei helfen, zumindest ein „hätte“ aus dem Wortschatz zu eliminieren und ihre beruflichen Vorsätze 2015 nicht länger auf die lange Bank zu schieben.



Die Spots erzählen Geschichten, wie XING Menschen dabei helfen kann, Leben und Arbeiten optimal aufeinander abzustimmen und den für sie besten Job zu finden. Gemäß unserem Versprechen „For a better working life“ kann das sowohl der Job sein, der zum Leben passt, als auch die individuelle Karriereoptimierung mit Unterstützung von speziellen Angeboten.

## ENTWICKLUNG IM SEGMENT „E-RECRUITING“

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



Das Segment E-Recruiting mit den Teilbereichen Passive Recruiting, Active Recruiting und Employer Branding war auch in den ersten drei Monaten des laufenden Geschäftsjahres wieder ein wichtiger Wachstumstreiber für die XING-Gruppe.

Mit einem Anstieg von 40 Prozent gegenüber dem ersten Quartal 2014 konnten wir die Wachstumsdynamik des vierten Quartals aufrechterhalten und im Segment E-Recruiting einen Umsatz von 9,8 Mio. € erzielen (Q1 2014: 7,0 Mio. €). Das Segment-EBITDA stieg von 3,5 Mio. € (exkl. kununu-Earn-out-Verpflichtung) auf 4,9 Mio. € an. Die Wachstumstreiber innerhalb des Segments sind die Teilbereiche Active Sourcing mit dem XING Talentmanager sowie der Teilbereich Employer Branding. Der XING Talentmanager wurde bis Ende März an mehr als 2.300 Unternehmen verkauft, die auf der XING-Plattform nach geeigneten Kandidaten suchen und diese proaktiv kontaktieren.

Auch bei den Employer-Branding-Profilen stieg die Zahl der Unternehmenskunden seit dem ersten Quartal 2014 deutlich an. Hier konnte die Kundenbasis auf mehr als 1.600 per Ende März 2015 sogar verdoppelt werden (März 2014: 860).

Insgesamt blieb die Zahl der Corporate Customers (B2B-Kunden) im gesamten E-Recruiting-Geschäft (inkl. Kunden des XING Stellenmarktes) mit rund 16.000 auf Vorjahresniveau.

Einen wichtigen Meilenstein zur strategischen Neupositionierung des Teilbereichs Passive Recruiting haben wir im Januar 2015 mit der Akquisition von Jobbörse.com erreicht.

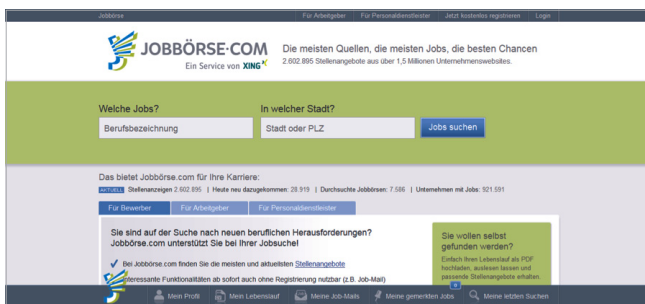
### Jobbörse wird ein Teil von XING

Die Webseite [www.jobbörse.com](http://www.jobbörse.com) ist mit über 2,5 Millionen Stellenanzeigen die größte Jobsuchmaschine im deutschsprachigen Raum. Darüber hinaus haben wir uns mit der Akquisition die Suchtechnologie von Jobbörse.com, die heute rund 15 Millionen Domains und darunter mehr als 1,5 Millionen Unternehmensseiten durchsucht, gesichert.

Damit können wir unseren Nutzern zukünftig ein deutlich höheres Volumen und eine noch größere Vielfalt an Stellenanzeigen anbieten. Damit erhöhen sich die Chancen und Möglichkeiten für unsere Mitglieder, den Job zu finden, der zu ihrem Leben passt. Aber auch Nicht-Mitglieder werden von unserem XING Stellenmarkt künftig pro-



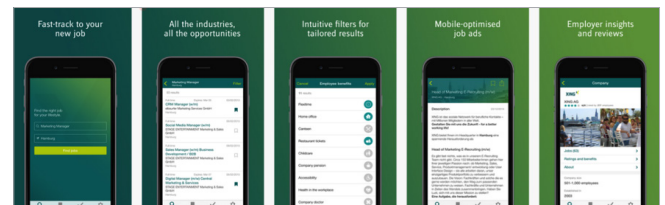
fitieren. Wir möchten unseren Mitgliedern noch besser helfen, die Tätigkeit zu finden, die am besten zu ihrem Leben und ihren Präferenzen passt und sie beruflich erfüllt. Wir werden deshalb die durch die Übernahme erworbene Technologie so einsetzen, dass sie XING-Mitgliedern und -Nutzern nicht nur eine Fülle von Stellen anzeigt, sondern das in gewohnt transparenter und in dieser Form nur bei uns möglichen Art und Weise geschieht.



Die Fachkräfte von heute lassen sich bei der Suche nach neuen beruflichen Herausforderungen nicht mehr von teuren Karriereseiten und Hochglanzbroschüren blenden. Nur kununu verfügt über exklusiven Content über Arbeitgeber durch detaillierte Bewertungen von Mitarbeitern. Sie wollen wissen, wie es wirklich im Unternehmen aussieht, wollen einen Blick hinter die Fassade werfen, bevor sie sich bewerben. Sie wollen Transparenz auf dem Arbeitsmarkt. Die stellen wir her. So sieht zum Beispiel jeder Jobsuchende auf Stellenanzeigen bei XING sofort die vorhandenen Bewertungen von kununu, der größten Arbeitgeberbewertungsplattform im deutschsprachigen Raum. Auf einer Skala von 1 bis 5 erfährt der Jobinteressent unmittelbar, wie aktuelle und ehemalige Mitarbeiter die Arbeitgeberqualität ausgehend von Kriterien wie Arbeitsatmosphäre, Vorgesetztenverhalten oder Work-Life-Balance eingestuft haben. Unter anderem 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 eine Bewerbung infrage kommt.

### Der XING Stellenmarkt – jetzt auch unterwegs mit der App!

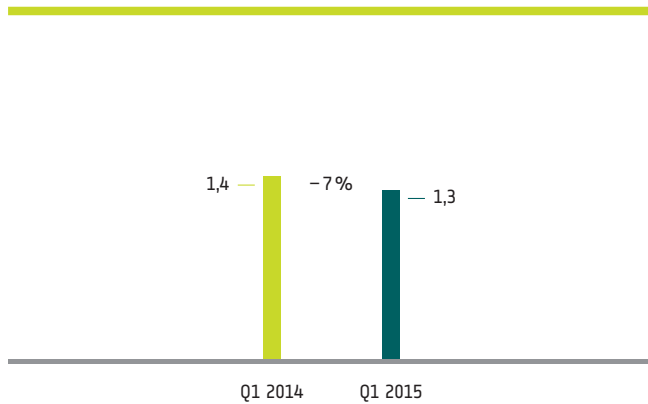
Kennen Sie solche Momente? Sie sitzen bis Mitternacht im Büro, um an einer Präsentation für Ihren Chef zu arbeiten, am Wochenende müssen Sie wieder mal durcharbeiten, da ein wichtiges Projekt ansteht und Sie verträsten nicht zum ersten Mal Ihren Partner, Freunde oder Ihre Kinder. Und der Familienhund interessiert sich nicht die Bohne für Sie. Wenn Sie diese Momente kennen, haben Sie die Wahl: Entweder bleiben Sie dabei - in der Hoffnung auf Besserung - oder Sie geben sich einen Ruck und schauen sich endlich mal um einen Job bei einem Arbeitgeber um, der auch Ihre Bedürfnisse und individuellen Erwartungen respektiert. Hierzu haben wir im vergangenen Herbst den XING Stellenmarkt gestartet. Dieser hilft Ihnen dabei, ohne großen Aufwand Jobs von Arbeitgebern zu finden, die besonders gut auf die Lebensumstände heutiger Arbeitnehmer eingehen. So zeigen wir Ihnen beispielsweise Jobs von Firmen an, die familienfreundliche Bedingungen bieten, oder solche, die über Kompetenz im Umwelt- oder Sozialsektor verfügen.



Und da mittlerweile jeder zweite Zugriff auf unsere Plattform über ein mobiles Endgerät erfolgt, gibt es seit dem ersten Quartal 2015 die XING Stellenmarkt App. Damit Nutzer (auch Nicht-Mitglieder) einfach zu Ihrem iPhone greifen, wenn Ihnen während der Fahrt zur Arbeit in der U-Bahn, am Flughafen oder gar im Büro nach einer beruflichen Abwechslung zumute ist. Über die üblichen Such- und Filterkriterien wie Umkreis, Karrierestufe oder Beschäftigungsart hinaus können Nutzer zum ersten Mal in einer Job-App nach Stellen von Unternehmen suchen, die mit ihren besonderen Arbeitgebervorzügen zu den eigenen individuellen Vorstellungen und Bedürfnissen passen. Das können auch etwa Unternehmen sein, die bestimmte Mitarbeitervorteile wie „Kinderbetreuung“ oder „Coaching“ ermöglichen oder eben auch die Mitnahme des Hundes. Bereitgestellt werden die Informationen von kununu, dem führenden Arbeitgeberbewertungsportal im deutschsprachigen Raum.

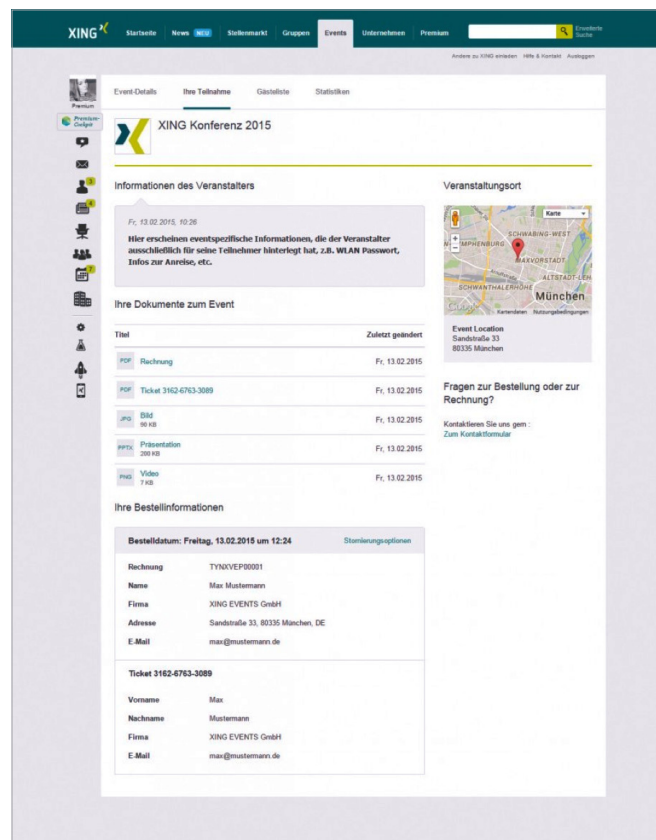
## ENTWICKLUNG IM SEGMENT „EVENTS“

### „Events“-Segmentumsatz mit Dritten (in Mio. €)



Unsere dritte Säule, das Segment Events, erfährt seit 2014 eine strategische Neuausrichtung. Entlang unserer Positionierung „For a better working life“ richten wir diesen Bereich zunehmend stärker entlang der Interessen unserer Mitglieder und Nutzer aus. Der Segmentumsatz mit Dritten reduzierte sich von 1,4 auf 1,3 Mio. € im ersten Quartal 2015. Das Segment-EBITDA konnte sich jedoch von -0,5 Mio. € auf -42 Tsd. € deutlich verbessern. Nachdem wir im vergangenen Jahr Funktionen wie people2meet oder auch den neuen XING-Event-Marktplatz vorgestellt hatten, konnten wir im vergangenen Quartal zahlreiche neue Funktionen und Verbesserungen umsetzen.

So haben wir beispielsweise den persönlichen Teilnehmerbereich im XING Eventmarkt runderneuert. Der neue persönliche Teilnehmerbereich im XING Eventmarkt schafft Veranstaltern die Möglichkeit mit ihren Teilnehmern in allen Phasen des Events zu kommunizieren.



### Verbesserte Kommunikation zwischen Veranstaltern und Teilnehmern

Veranstalter haben jetzt die Möglichkeit, über einen passwortgeschützten Bereich mit ihren Teilnehmern auf der XING-Plattform in allen Phasen des Events zu kommunizieren. Der Veranstalter kann per Datei-Upload Dokumente wie Präsentationen, Broschüren oder wichtige Informationen und Ankündigungen in dem persönlichen Bereich hinterlegen. Nach dem Erwerb eines Tickets erhält der Teilnehmer Zugang zu seinem persönlichen Teilnehmerbereich des Events und kann dort alle Informationen einsehen. Zusätzlich findet er dort sein Ticket, die Rechnung und alle Daten, die er beim Bestellprozess eingegeben hat. Auch mobil ist es möglich, jederzeit mit der XING EVENTS App auf die wichtigsten Informationen und Dokumente zuzugreifen.

### Komfortables Eventerlebnis für Teilnehmer

Der neue Teilnehmerbereich ist ein weiteres wichtiges Feature des Ende letzten Jahres gelaunchten XING Eventmarkts. Mit dem Zugang, den der Teilnehmer nach Kauf eines Tickets erhält, kann er alle weiteren eventbezogenen Services, wie beispielsweise people2meet, nutzen und sich so optimal auf seine Eventteilnahme vorbereiten.

Für die Anbieter von Events haben wir ebenfalls eine weitere neue Funktion im ersten Quartal vorgestellt.

So bieten wir mit Event PLUS eine neue Form der Eventseiten auf XING an. Damit können Veranstalter ab sofort beim Einrichten eines Events auf XING zwischen einer kostenlosen Eventseite und Event PLUS wählen. Mit diesem neuen Produkt erreichen Veranstalter eine noch größere Gruppe potentieller Teilnehmer und können auf umfangreiche Statistiken zur Reichweite ihres Events zugreifen.



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.

Veranstalter die Event PLUS nutzen, erhalten neben der größeren Reichweite auch einen eigenen Statistikbereich zu ihrem Event. So können sie auf tagesaktuelle Statistiken zur Sichtbarkeit, Besucherzahlen und Nutzeraktivitäten zugreifen, die dabei helfen Marketingaktivitäten flexibel anzupassen und zu optimieren.

Auch mit der Entwicklung der Nutzerzahlen können wir sehr zufrieden sein. Neben den kontinuierlichen Neuregistrierungen von Event-Teilnehmern für eine Mitgliedschaft auf XING haben wir zusätzlich rund 60.000 Nutzer in den ersten drei Monaten für unsere Events-Angebote gewinnen können.

Im B2B-Bereich konnte die Zahl trotz der stärkeren Fokussierung auf das Teilnehmergegeschäft bei rund 2.200 per Ende März 2015 stabilisiert werden.

## 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 Risiko-früherkennungssystem implementiert und entwickelt es vor dem Hintergrund aktueller Markt- und Unternehmensgegebenheiten fortlaufend weiter.

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

Das Unternehmen identifiziert und analysiert potenzielle Risiken kontinuierlich. Dabei bewertet es erkannte Gefahren systematisch nach der Wahrscheinlichkeit ihres Eintritts und dem zu erwartenden potenziellen Schaden. Im Rahmen von quartalsweisen Risikoinventuren bzw. Statusabfragen werden die Risikoverantwortlichen und Führungskräfte zum Status bestehender Risiken und zur Identifizierung neuer Risiken befragt.

# 03.

# KONZERN- ZWISCHEN- ABSCHLUSS

für den Zeitraum vom  
1. Januar bis zum 31. März 2015

19	Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung
20	Konzern-Gesamtergebnisrechnung
21	Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung
22	Konzern-Bilanz
24	Konzern-Kapitalflussrechnung
26	Erläuterungen zum Konzern-Zwischenabschluss

# Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung der XING AG

für den Zeitraum vom 1. Januar bis zum 31. März 2015

## Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

In Tsd. €	01.01.2015 – 31.03.2015	01.01.2014 – 31.03.2014
Umsatzerlöse aus Dienstleistungen	27.682	22.356
Sonstige betriebliche Erträge	1.582	404
<b>GESAMTE BETRIEBSERTRÄGE</b>	<b>29.264</b>	<b>22.760</b>
Personalaufwand	-11.247	-10.106
Marketingaufwand	-3.585	-3.831
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-6.202	-4.812
<b>EBITDA</b>	<b>8.230</b>	<b>4.011</b>
Abschreibungen	-2.150	-2.219
<b>EBIT</b>	<b>6.080</b>	<b>1.792</b>
Finanzerträge	6	23
Finanzaufwendungen	-17	-14
<b>EBT</b>	<b>6.069</b>	<b>1.801</b>
Ertragsteuern	-1.952	-757
<b>KONZERNERGEBNIS</b>	<b>4.117</b>	<b>1.044</b>
Ergebnis je Aktie (unverwässert)	0,74 €	0,19 €
Ergebnis je Aktie (verwässert)	0,74 €	0,19 €

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

für den Zeitraum vom 1. Januar bis zum 31. März 2015

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

In Tsd. €	01.01.2015 – 31.03.2015	01.01.2014 – 31.03.2014
Gesamte Betriebserträge	29.264	22.760
EBITDA exkl. kununu-Earn-out	8.230	4.505
EBIT exkl. kununu-Earn-out	8.230	2.286
Konzernergebnis exkl. kununu-Earn-out	4.117	1.538
Ergebnis je Aktie (unverwässert) exkl. kununu-Earn-out	0,74 €	0,28 €
Ergebnis je Aktie (verwässert) exkl. kununu-Earn-out	0,74 €	0,28 €

# Konzern-Gesamtergebnisrechnung der XING AG

für den Zeitraum vom 1. Januar bis zum 31. März 2015

## Konzern-Gesamtergebnisrechnung

In Tsd. €	01.01.2015 – 31.03.2015	01.01.2014 – 31.03.2014
<b>Konzernergebnis</b>	<b>4.117</b>	<b>1.044</b>
Unterschiede aus Währungsumrechnung	- 8	1
<b>Sonstiges Ergebnis</b>	<b>- 8</b>	<b>1</b>
<b>KONZERN-GESAMTERGEBNIS</b>	<b>4.109</b>	<b>1.045</b>

# Konzern-Gesamtergebnisrechnung exkl. kununu-Earn-out und Wertberichtigung XING-Events-Geschäft

für den Zeitraum vom 1. Januar bis zum 31. März 2015

## Konzern-Gesamtergebnisrechnung exkl. kununu-Earn-out und Wertberichtigung XING-Events-Geschäft

In Tsd. €	01.01.2015 – 31.03.2015	01.01.2014 – 31.03.2014
<b>Konzernergebnis exkl. kununu-Earn-Out</b>	<b>4.117</b>	<b>1.538</b>
Unterschiede aus Währungsumrechnung	- 8	1
<b>Sonstiges Ergebnis</b>	<b>- 8</b>	<b>1</b>
<b>KONZERN-GESAMTERGEBNIS EXKL. KUNUNU-EARN-OUT</b>	<b>4.109</b>	<b>1.539</b>

# Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung der XING AG

für den Zeitraum vom 1. Januar bis zum 31. März 2015

## Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung

In Tsd. €	Ge- zeichnetes Kapital	Kapital- rücklagen	Eigene Anteile	Sonstige Rücklagen	Bilanz- gewinn	Eigen- kapital Summe
<b>STAND 01.01.2014</b>	<b>5.592</b>	<b>18.477</b>	<b>- 455</b>	<b>16.368</b>	<b>20.600</b>	<b>60.582</b>
Währungsumrechnung	0	0	0	1	0	1
<b>Summe des direkt im Eigenkapital erfassten Ergebnisses</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>
Konzernergebnis	0	0	0	0	1.044	1.044
<b>Konzern-Gesamtergebnis</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>1.044</b>	<b>1.045</b>
Personalkosten Aktienoptionsprogramm	0	0	0	15	0	15
<b>STAND 31.03.2014</b>	<b>5.592</b>	<b>18.477</b>	<b>- 455</b>	<b>16.384</b>	<b>21.644</b>	<b>61.642</b>
<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>Summe des direkt im Eigenkapital erfassten Ergebnisses</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>- 8</b>	<b>0</b>	<b>- 8</b>
Konzernergebnis	0	0	0	0	4.117	4.117
<b>Konzern-Gesamtergebnis</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>- 8</b>	<b>4.117</b>	<b>4.109</b>
Verkauf eigener Aktien	0	0	10	0	0	10
Personalkosten Aktienoptionsprogramm	0	0	0	15	0	15
<b>STAND 31.03.2015</b>	<b>5.592</b>	<b>18.479</b>	<b>- 424</b>	<b>2.436</b>	<b>21.458</b>	<b>47.541</b>

# Konzern-Bilanz der XING AG

zum 31. März 2015

## Aktiva

In Tsd. €	31.03.2015	31.12.2014
<b>LANGFRISTIGE VERMÖGENSWERTE</b>		
Immaterielle Vermögenswerte		
Software und Lizenzen	3.558	3.645
Selbst erstellte Software	15.055	12.631
Geschäfts- oder Firmenwert	8.478	2.169
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	2.583	2.168
Sachanlagen		
Mietereinbauten	418	442
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	4.301	4.687
Finanzanlagen		
Beteiligungen	51	51
Andere finanzielle Vermögenswerte	25	25
Latente Steueransprüche	448	483
	<b>34.917</b>	<b>26.301</b>
<b>KURZFRISTIGE VERMÖGENSWERTE</b>		
Forderungen und sonstige Vermögenswerte		
Forderungen aus Dienstleistungen	12.064	12.013
Sonstige Vermögenswerte	3.813	2.622
Zahlungsmittel und kurzfristige Einlagen		
Eigenzahlungsmittel	70.257	63.951
Fremdzahlungsmittel	5.383	3.248
	<b>91.517</b>	<b>81.834</b>
	<b>126.434</b>	<b>108.135</b>



## Passiva

In Tsd. €	31.03.2015	31.12.2014
<b>EIGENKAPITAL</b>		
Gezeichnetes Kapital	5.592	5.592
Eigene Aktien	-424	-434
Kapitalrücklage	18.479	18.479
Sonstige Rücklagen	2.436	2.429
Bilanzgewinn	21.458	17.341
	<b>47.541</b>	<b>43.407</b>
<b>LANGFRISTIGE VERBINDLICHKEITEN</b>		
Latente Steuerverbindlichkeiten	5.233	4.503
Erlösabgrenzung	2.315	2.314
Sonstige Rückstellungen	251	249
Andere finanzielle Verbindlichkeiten	1.522	0
Sonstige Verbindlichkeiten	170	251
	<b>9.491</b>	<b>7.317</b>
<b>KURZFRISTIGE VERBINDLICHKEITEN</b>		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	1.852	2.489
Erlösabgrenzung	42.598	35.780
Sonstige Rückstellungen	420	489
Andere finanzielle Verbindlichkeiten	5.211	3.896
Ertragsteuerverbindlichkeiten	1.365	1.089
Sonstige Verbindlichkeiten	17.956	13.668
	<b>70.928</b>	<b>57.411</b>
	<b>126.434</b>	<b>108.135</b>

# Konzern-Kapitalflussrechnung der XING AG

für den Zeitraum vom 1. Januar bis zum 31. März 2015

## Konzern-Kapitalflussrechnung

In Tsd. €	01.01.2015 – 31.03.2015	01.01.2014 – 31.03.2014
Ergebnis vor Steuern	6.069	1.801
Abschreibungen auf aktivierte Entwicklungskosten	581	681
Abschreibungen auf übriges Anlagevermögen	1.569	1.538
Personalkosten Aktienoptionsprogramm	15	15
Zinserträge	- 6	- 23
Erhaltene Zinsen	7	36
Zinsaufwendungen	17	14
Gezahlte Steuern	- 1.231	- 731
Veränderung der Forderungen und sonstiger Aktiva	- 1.242	- 2.168
Veränderung der Verbindlichkeiten und sonstiger Passiva	3.562	5.268
Zahlungsunwirksame Veränderungen durch Änderungen des Konsolidierungskreises	- 15	0
Veränderung der Erlösabgrenzung	6.819	4.810
Eliminierung XING Events Fremdverpflichtung	- 2.135	- 3.631
<b>CASHFLOW AUS LAUFENDER GESCHÄFTSTÄTIGKEIT</b>	<b>14.010</b>	<b>7.610</b>
In Tsd. €	<b>2014</b>	<b>2014</b>
Auszahlung für aktivierte Aufwendungen selbst entwickelter Software	- 2.115	- 1.471
Auszahlung für den Erwerb von Software	- 326	- 512
Auszahlungen für den Erwerb von Sachanlagen	- 246	- 303
Auszahlung für Akquisition konsolidierter Unternehmen (abzüglich erworbener Finanzmittel)	- 5.003	0
<b>CASHFLOW AUS INVESTITIONSTÄTIGKEIT</b>	<b>- 7.690</b>	<b>- 2.286</b>

### Konzern-Kapitalflussrechnung

In Tsd. €	01.01.2015 – 31.03.2015	01.01.2014 – 31.03.2014
Einzahlung aus Optionsausübungen	11	0
Gezahlte Zinsen	-17	0
<b>CASHFLOW AUS FINANZIERUNGSTÄTIGKEIT</b>	<b>-6</b>	<b>0</b>
Differenzen aus der Währungsumrechnung	-8	1
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelbestands	6.306	5.325
Eigen-Finanzmittelbestand zu Beginn der Periode	63.951	66.160
<b>EIGEN-FINANZMITTELBESTAND AM ENDE DER PERIODE<sup>1</sup></b>	<b>70.257</b>	<b>71.485</b>
Fremd-Finanzmittelbestand zu Beginn der Periode	3.248	2.820
Veränderung des Fremdmittelbestands	2.135	3.631
<b>FREMD-FINANZMITTELBESTAND AM ENDE DER PERIODE</b>	<b>5.383</b>	<b>6.451</b>

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

# Erläuterungen zum Konzern-Zwischenabschluss

für den Zeitraum vom 1. Januar bis zum 31. März 2015

## INFORMATIONEN ZU GESELLSCHAFT UND KONZERN

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

Gemessen an der weltweiten Gesamtzahl einzelner Besucher betreibt XING eine der führenden Websites für Professional Networking. Die internationale, mehrsprachige, internetbasierte Plattform ist eine „Beziehungsmaschine“, die ihren Mitgliedern die Möglichkeit gibt, neue geschäftliche Kontakte zu finden, bestehende Kontakte aufrechtzuerhalten, ihren Wirkungsbereich auf neue Märkte auszuweiten sowie Meinungen und Informationen auszutauschen. XING erzielt seine Umsatzerlöse im Wesentlichen aus kostenpflichtigen Produktangeboten für Endkunden und Unternehmen. Dabei wird ein Großteil der erbrachten Dienstleistungen durch unsere Kunden im Voraus bezahlt.

## GRUNDLAGEN DER ABSCHLUSSERSTELLUNG SOWIE BILANZIERUNGS- UND BEWERTUNGSMETHODEN

Der verkürzte Konzern-Zwischenabschluss der XING AG für die am 31. März 2015 endende Berichtsperiode wurde in Übereinstimmung mit dem von der EU verabschiedeten International Financial Reporting Standard für Zwischenabschlüsse (IAS 34) erstellt. Der verkürzte Konzern-Zwischenabschluss enthält nicht alle für den Konzernabschluss zum Geschäftsjahresende erforderlichen Informationen und Angaben und ist daher in Verbindung mit dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2014 zu lesen.

Der Betrachtungszeitraum umfasst den Zeitraum vom 1. Januar 2015 bis zum 31. März 2015. Als Vergleichsperiode wird der Zeitraum vom 1. Januar 2014 bis zum 31. März 2014 dargestellt. Der Konzern-Zwischenabschluss und der Konzern-Zwischenlagebericht zum 31. März 2014 der XING AG wurden durch den Vorstand am 6. Mai 2015 zur Veröffentlichung freigegeben.

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

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

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

Die XING AG hat am 22. Januar 2015 sämtliche Geschäftsanteile an der Intelligence Compentence Center (Deutschland) AG, Aschaffenburg (im Folgenden: ICC) übernommen. Die ICC ist unter anderem Betreiberin der Webseite [www.jobbörse.com](http://www.jobbörse.com), der mit über 2,5 Mio. Stellenanzeigen größten Jobsuchmaschine im deutschsprachigen Raum. Darüber hinaus sichert sich XING die Suchtechnologie von [Jobbörse.com](http://www.jobbörse.com), die heute rund 15 Mio. Domains und darunter mehr als 1,5 Mio. Unternehmensseiten durchsucht. Die XING AG zahlt an alle Aktionäre für 100 Prozent der Aktien einen Kaufpreis von ca. 6,3 Mio. €. Weitere Kaufpreiszahlungen in Höhe von maximal 2,4 Mio. € werden in Abhängigkeit des Erreichens weiterer Zusicherungen ausgezahlt. Die Erstkonsolidierung erfolgt zum Zeitpunkt der Übertragung der Geschäftsanteile.

Die Transaktionskosten in Höhe von 175 Tsd. € wurden als Aufwand gebucht und werden im sonstigen betrieblichen Aufwand in der Gewinn- und Verlustrechnung und in den Cashflows aus der betrieblichen Tätigkeit ausgewiesen.

Der Zahlungsmittelabfluss aufgrund des Unternehmenserwerbs ist nachfolgend aufgezeigt:

In Tsd.€	2015
Kaufpreiszahlungen im 1. Quartal 2015	5.004
zzgl. dem Erwerb direkt zurechenbare Kosten	175
abzgl. mit dem Tochterunternehmen erworbene Fremdzahlungsmittel	59
<b>Zahlungsmittelabfluss 1. Quartal 2015 (Saldo)</b>	<b>5.120</b>
zzgl. noch nicht geleisteter Kaufpreisanteil (abgezinst)	2.832
<b>ZAHLUNGSMITTELABFLUSS GESAMT (SALDO)</b>	<b>7.952</b>

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

#### Erstkonsolidierung

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

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

#### Erstkonsolidierung

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

Die ICC hat seit dem Erwerbszeitpunkt 192 Tsd. € zu den Umsatzerlösen und 27 Tsd. € zum EBITDA beigetragen. Hätte der Unternehmenszusammenschluss zu Jahresbeginn stattgefunden, hätten sich die Umsatzerlöse auf 253 Tsd. € und das EBITDA auf 35 Tsd. € belaufen.

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

#### EIGENE AKTIEN

Zur Bedienung von Ansprüchen aus Aktienoptionsprogrammen wurden im Betrachtungszeitraum und im Vergleichszeitraum keine eigenen Aktien an Anspruchsberechtigte verkauft. Zum 31. März 2015 verfügte die XING AG über 11.717 (31. Dezember 2014: 12.067) eigene Aktien.

### SONSTIGE BETRIEBLICHE ERTRÄGE

Die sonstigen betrieblichen Erträge enthalten Erträge aus der Währungsumrechnung in Höhe von 1.084 Tsd. € (Q1 2014: 38 Tsd. €).

### SONSTIGE BETRIEBLICHE AUFWENDUNGEN

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

In Tsd. €	01.01.2015 – 31.03.2015	01.01.2014 – 31.03.2014
IT-Dienstleistungen, betriebswirtschaftliche Dienstleistungen	1.744	1.104
Raumkosten	1.004	935
Server-Hosting, Verwaltung und Traffic	564	520
Kosten für Zahlungsabwicklung	544	553
Forderungsverluste	415	96
Reise-, Bewirtungs- und sonstige Geschäftskosten	411	361
Rechtsberatungskosten	267	165
Sonstige Personalkosten	260	249
Telefon/Mobilfunk/Porto/Kurier	125	96
Buchführungskosten	122	138
Fortbildungskosten	111	101
Abschluss- und Prüfungskosten	85	65
Aufsichtsratsvergütung	72	70
Miete/Leasing	70	28
Bürobedarf	50	11
Übrige	358	320
<b>GESAMT</b>	<b>6.202</b>	<b>4.812</b>

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

### SEGMENTINFORMATIONEN

Das Berichtsformat an Vorstand und Aufsichtsrat gliedert sich nach den operativen Geschäftsfeldern Network (Basisfunktionen der XING-Plattform), Premium (Abonnement-Mitgliedschaften und Enterprise Groups), E-Recruiting (Stellenanzeigen, Unternehmensprofile und den XING-Talentmanager) und Events (Eventorganisation und Ticketing). Die Aufteilung in diese Bereiche und Regionen entspricht auch der internen Organisationsstruktur. Die Geschäftsfelder Network und Premium sind aus Übersichtsgründen bewusst in ein Segment zusammengefasst, deren gemeinsame Segment-Aufgabe das Basisgeschäft der XING AG (Erlöserzielung aus der Vermarktung der Plattform durch Abo-Mitgliedschaften) ist. Die Überleitungsrechnung beinhaltet Zentralbereiche wie IT, Finanzen und Personal sowie sonstige Geschäftstätigkeiten, die definitionsgemäß keine Segmente darstellen. Die Konsolidierung zwischen den Segmenten erfolgt innerhalb der Überleitungsrechnung.

Die Segmentierung von Vermögen, Verbindlichkeiten und Investitionen auf Basis der operativen Geschäftsfelder wird nicht vorgenommen, da diese Kennzahlen nicht als Steuerungsgrößen auf Segmentebene verwendet werden. So bezieht sich etwa ein wesentlicher Teil der Investitionen auf die selbst erstellte Plattform, die den Segmenten nicht zugeordnet werden kann. Die Segmentdaten werden auf Grundlage der im Konzernabschluss angewendeten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden ermittelt. Innenumsatz Erlöse zwischen den einzelnen Segmenten sind erstmalig im 1. Quartal 2015 angefallen. Die Kosten werden den Bereichen verursachungsgerecht zugeordnet. Den Geschäftsbeziehungen zwischen den Gesellschaften der Segmente liegen grundsätzlich Preise zugrunde, die auch mit Dritten vereinbart werden. Als Segmentergebnisgröße verwendet XING das Segmentbetriebsergebnis, das als Bruttoergebnis abzüglich der dem Segment direkt zurechenbaren Kosten (Personal-, Marketing-, Mietaufwendungen, bereichsbezogene IT-Aufwendungen (z. B. Entwicklungskosten), etc.) definiert ist. Einem Segment nicht direkt zuordenbare Aufwendungen (z. B. zentrale IT-Aufwendungen), Abschreibungen, Wertminderungen und Wertaufholungen werden in der Überleitungsrechnung ausgewiesen, ebenso wie das Betriebsergebnis von zentralen Funktionen, die kein Segment darstellen. Sondereffekte und Effekte aus Kaufpreisallokationen werden herausgerechnet. Bereinigte Sondereffekte sind beispielsweise Restrukturierungsaufwendungen, Veräußerungsergebnisse, Wertminderungsaufwendungen sowie andere nicht operative Aufwendungen oder Erträge.

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

In Tsd. €	Konsolidierung segment-interner Umsätze / Aufwendungen									
	Network/Premium		E-Recruiting		Events		Aufwendungen		Summe Segmente	
	01.01.2015 – 31.03.2015	01.01.2014 – 31.03.2014	01.01.2015 – 31.03.2015	01.01.2014 – 31.03.2014	01.01.2015 – 31.03.2015	01.01.2014 – 31.03.2014	01.01.2015 – 31.03.2015	01.01.2014 – 31.03.2014	01.01.2015 – 31.03.2015	01.01.2014 – 31.03.2014
Umsatzerlöse (mit Dritten)	16.554	13.914	9.790	7.000	1.338	1.442	–	–	27.682	22.356
Konzerninterne Umsatzerlöse	0	0	0	0	163	0	–163	0	–	–
Gesamtumsatzerlöse	16.554	13.914	9.790	7.000	1.501	1.442	–163	0	27.682	22.356
Segmentaufwendungen	–6.148	–4.659	–4.868	–4.049	–1.543	–1.986	–	–	–12.559	–10.694
Konzerninterne Segmentaufwendungen	–163	0	0	0	0	0	163	0	–	–
Segmentbetriebsergebnis	10.243	9.255	4.922	2.951	–42	–544	0	0	15.123	11.662
Sonstige betriebliche Erträge / Aufwendungen									–6.893	–7.651
EBITDA									8.230	4.011

In Tsd. €	01.01.2015 – 31.03.2015	01.01.2014 – 31.03.2014
D-A-CH	26.676	22.109
International	1.006	651
	<b>27.682</b>	<b>22.760</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 34.469 Tsd. € (31. Dezember 2014: 25.818 Tsd. €) entfallen wie zum 31.12.2014 ausschließlich auf die D-A-CH-Region.

### RISIKOMANAGEMENTAKTIVITÄTEN

Während der Berichtsperiode designierte der Konzern einen Devisenterminkontrakt als Sicherungsgeschäft für Vermögenswerte in ausländischer Währung zur Absicherung des beizulegenden Zeitwertes in Höhe von 7.000 Tsd. CHF. Das Ausfallrisiko der Gegenpartei in Verbindung mit dem Kontrakt wurde als gering eingestuft. Folglich wurde das Sicherungsgeschäft als in hohem Maße tatsächlich wirksam eingeschätzt. Zum 31. März 2015 wurde ein nicht realisierter Verlust in Höhe von 4 Tsd. € mit den Erträgen aus der Umbewertung der Vermögenswerte saldiert.

Im Zeitraum vom 1. Januar bis zum 31. März 2015 bestand Volatilität des Euro-Wechselkurses gegenüber dem Schweizer Franken und in geringerem Ausmaß gegenüber dem US-Dollar. Dies führte zu erhöhten Erträgen bei der Umbewertung der Zahlungsmittel, die unter den sonstigen betrieblichen Erträgen erfasst sind.

#### **NAHESTEHENDE UNTERNEHMEN UND PERSONEN**

Bezüglich der Angaben über Beziehungen zu nahe stehenden Unternehmen und Personen verweisen wir auf den Konzernabschluss zum 31. Dezember 2014. Es haben sich bis zum 31. März 2015 keine wesentlichen Änderungen ergeben.

#### **VORGESCHLAGENE DIVIDENDEN**

Der Vorstand wird der Hauptversammlung am 3. Juni 2015 vorschlagen, eine Dividende in Höhe von 0,92 € je Aktie auszuschütten.

#### **WESENTLICHE EREIGNISSE NACH DER ZWISCHENBERICHTSPERIODE**

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

Hamburg, 6. Mai 2015

Dr. Thomas Vollmoeller

Ingo Chu

Timm Richter

Jens Pape



# Finanztermine

Zwischenbericht zum ersten Quartal 2015	6. Mai 2015
Ordentliche Hauptversammlung der XING AG	3. Juni 2015
Halbjahresbericht 2015	6. August 2015
Zwischenbericht zum dritten Quartal 2015	6. November 2015

# Impressum und Kontakt

## HERAUSGEBER

XING AG  
Dammtorstraße 30  
20354 Hamburg

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

## INVESTOR RELATIONS

Patrick Möller (Director Investor Relations)  
Telefon +49 40 41 91 31 – 793  
Telefax +49 40 41 91 31 – 44

Presseinformationen und aktuelle Informationen zur XING AG erhalten Sie über:

## CORPORATE COMMUNICATIONS

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

## UNSERE SOCIAL MEDIA-KANÄLE

<http://blog.xing.com>  
(Unternehmensblog der XING AG)

Twitter: xing\_ir  
(Kapitalmarktbezogene Themen und Neuigkeiten)

Twitter: xing\_de  
(Unternehmensübergreifende Themen und Neuigkeiten)

Twitter: xing\_com  
(Unternehmensbezogene Themen und Neuigkeiten auf Englisch)

Youtube: [www.youtube.com/user/XINGcom?gl=DE](http://www.youtube.com/user/XINGcom?gl=DE)  
(Youtube Kanal der XING AG)

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

## KONZEPT UND GESTALTUNG

CAT Consultants, Hamburg  
[www.cat-consultants.com](http://www.cat-consultants.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)

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