

Q1

ZWISCHENBERICHT  
1. JANUAR BIS  
31. MÄRZ 2016



# XING AG

## Kennzahlen

	Einheit	Q1 2016	Q1 2015	Q4 2015
Umsatz <sup>1)</sup>	in Mio. €	34,3	29,3	33,0
Segment B2C	in Mio. €	18,3	15,6	18,1
Segment B2B E-Recruiting	in Mio. €	12,2	9,5	11,1
Segment B2B Advertising & Events <sup>2)</sup>	in Mio. €	2,9	2,5	3,6
Segment kununu International	in Mio. €	0,0	0,0	0,0
EBITDA	in Mio. €	10,4	8,2	9,6
EBITDA-Marge	in %	30	28	29
Periodenergebnis	in Mio. €	5,3	4,1	4,2
Ergebnis je Aktie (verwässert)	in Mio. €	0,91	0,74	0,75
Operativer Cashflow	in Mio. €	12,9	14,1	9,1
Eigenkapital	in Mio. €	65,9	47,5	60,5
Liquide Mittel	in Mio. €	83,2	70,3	78,0
XING-Nutzer Gesamt D-A-CH	in Mio.	10,6	8,8	10,1
davon Plattform-Mitglieder	in Mio.	10,1	8,4	9,6
davon zahlende Mitglieder (D-A-CH)	in Tsd.	904	855	881
B2B-Kunden D-A-CH				
B2B E-Recruiting	in Tsd.	18,5	16,1	17,9
B2B Advertising & Events	in Tsd.	4,0	2,2	3,4
Mitarbeiter	Anzahl	852	675	792

1) Gesamtumsatz inkl. sonstiger betrieblicher Erträge.

2) Inkl. Intercompany-Umsätze.

## Inhalt

### 01. An unsere Aktionäre

- 03 Brief des Vorstands
- 06 Die XING-Aktie

### 02. Konzern-Zwischenlagebericht

- 09 Geschäftsverlauf
- 16 Risikobericht
- 17 Wesentliche Ereignisse nach Ende der Zwischenberichtsperiode

### 03. Konzern-Zwischenabschluss

- 19 Konzern-Gesamtergebnisrechnung
- 20 Konzern-Bilanz
- 22 Konzern-Kapitalflussrechnung
- 24 Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung
- 25 Erläuterungen zum Konzern-Zwischenabschluss
  
- 30 Finanzkalender, Impressum und Kontakt



# XING ist das soziale 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 10 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 70.000 Gruppen aus oder vernetzen sich persönlich bei einem der mehr als 150.000 beruflich relevanten Events pro Jahr. Plattformübergreifend hat XING mehr als 10,6 Millionen Nutzer im Kernmarkt D-A-CH, über 10 Millionen davon sind Mitglieder der XING-Plattform. Das Unternehmen hat über 850 Mitarbeiter an den Standorten Hamburg, München, Aschaffenburg, Barcelona und Wien.

# 01. An unsere Aktionäre

03 Brief des Vorstands

06 Die XING-Aktie

# Brief des Vorstands

## Sehr geehrte Damen und Herren,

XING ist sehr gut ins erste Quartal dieses Jahres gestartet. Wir konnten die Marke von 10 Millionen Mitgliedern überschreiten und damit eindrucksvoll unsere Position als das führende berufliche Netzwerk im deutschsprachigen Raum unterstreichen. Per Anfang dieses Jahres ist somit rechnerisch rund jeder fünfte Berufstätige in Deutschland, Österreich und der Schweiz XING-Mitglied.

XING bietet im Übrigen neben der klassischen Mitgliedschaft noch weitere Services wie die Möglichkeit, Business-Events einfach und bequem zu managen. Inklusiv der User dieser Services verfügt XING per Ende des ersten Quartals 2016 über mehr als 10,6 Millionen Nutzer. Das zeigt: XING ist für immer mehr Menschen nicht mehr aus ihrem beruflichen Alltag wegzudenken.

Diese Entwicklung bestätigt uns in unserem Bemühen, die Arbeitswelt unserer Nutzer zu verbessern. Wir bieten ihnen optimalen Zugang zu den richtigen Kontakten, zu den Chancen am Arbeitsmarkt sowie zu relevanten Informationen aus ihrer Branche. Kurz: Wir schaffen Transparenz, die unseren Mitgliedern Möglichkeiten eröffnet, die ihnen vorher nicht zugänglich waren.

Hier sind wir im ersten Quartal einen wichtigen neuen Schritt gegangen, der ein Thema betrifft, das gerade im deutschsprachigen Raum traditionell von besonderer Sensibilität ist: das Gehalt. Wir wollen mehr Transparenz in das Thema bringen, denn Transparenz führt nach aller Erfahrung zu mehr Gerechtigkeit und optimiert die Wahlmöglichkeiten des Einzelnen. Im ersten Schritt zeigen wir deshalb seit März dieses Jahres unseren Premium-Mitgliedern für 350.000 Stellenanzeigen im XING Stellenmarkt geschätzte Gehaltsinformationen. Diese basieren auf Analysen und Umfragen, teils von uns selbst, teils von Partnern. Dieser Service befindet sich noch im Beta-Stadium. Geplant ist, ihn im Laufe des Jahres weiter auszubauen.

Dr. Thomas Vollmoeller,  
Vorstandsvorsitzender der XING AG



Wir wollen diesen Service auch mobil in den XING-Stellenmarkt-Apps für Android und iOS anbieten – und die Anzahl der Stellenanzeigen mit Gehaltsschätzung weiter erhöhen.

In den ersten Monaten dieses Jahres haben wir darüber hinaus eine Akquisition vorbereitet, die zu Beginn des zweiten Quartals realisiert werden konnte: Ich spreche vom Kauf der Plattform eqipia, dem führenden Programm für intelligente Mitarbeiterempfehlungen in der Schweiz. Mitarbeiterempfehlungen sind im Personalwesen auf dem Vormarsch. In den USA sind bereits rund 40 Prozent aller Neueinstellungen auf Empfehlungen von eigenen Mitarbeitern zurückzuführen. Auch im D-A-CH-Raum sind Mitarbeiterempfehlungen schon heute der effektivste Kanal der Personalbeschaffung. Allerdings gibt es bislang keine standardisierte digitale Lösung für Personalabteilungen.

Diese Lücke schließt XING nun. Denn mit dem „eqipia EmpfehlungsManager“ wird dieser komplexe Vorgang digitalisiert, damit automatisiert und durch die Integration in das XING-Netzwerk und –Serviceangebot zum neuen Standard. Der Vorteil für die Unternehmen: Sie bekommen qualifiziertere Kandidaten bei gleichzeitig deutlich geringeren Kosten – und das in viel kürzerer Zeit als auf herkömmlichem Wege. Mit der Übernahme von eqipia unterstreicht XING seine Stellung als Vorreiter für innovative Recruiting-Lösungen und erweitert sein Angebot für Unternehmen um gleichsam die Königsdisziplin des modernen Recruitings.

Diese Akquisition ist ein wichtiger Baustein, um auch künftig unseren Wachstumskurs fortsetzen zu können. Und der konnte sich im ersten Quartal 2016 sehen lassen, denn wir konnten im neuen Geschäftsjahr bei Umsatz- und Ergebniswachstum an die Dynamik des Vorjahres anknüpfen. So haben wir den Umsatz aus Dienstleistungen um 20 Prozent gesteigert.

Sämtliche Geschäftsbereiche, die wir seit Januar dieses Jahres in neuer Segmentstruktur ausweisen, haben dazu beigetragen. Das Segment B2C, das im Wesentlichen die Umsätze für kostenpflichtige Mitgliedschaften ausweist, legte deutlich um 15 Prozent auf 18,3 Mio. € (15,8 Mio. €) zu. Haupttreiber des Umsatzwachstums war das B2B-E-Recruiting, das die Umsätze aus dem Vertrieb der Produkte XING TalentManager (Active Recruiting),

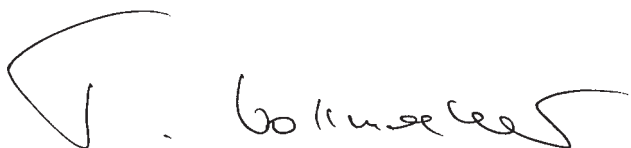
Stellenanzeigen (Passive Recruiting) und die Employer-Branding-Profile umfasst. Dieses Segment wuchs in den ersten drei Monaten dieses Jahres um 28 Prozent auf 12,2 Mio. € (9,5 Mio. €). Das Geschäftssegment B2B Advertising & Events, das Umsätze aus Werbung und Ticketing generiert, konnte um 18 Prozent auf 2,9 Mio. € (2,5 Mio. €) zulegen. Der gesamte Konzernumsatz (inklusive sonstiger betrieblicher Erträge) stieg im ersten Quartal 2016 um 17 Prozent auf 34,3 Mio. € (29,3 Mio. €). Hierbei ist zu beachten, dass die sonstigen betrieblichen Erträge durch positive Währungseffekte im Vorjahresquartal um etwa 1 Mio. € höher als üblich ausfielen. Ohne diesen nicht-operativen Effekt beträgt das Umsatzwachstum des Konzerns im ersten Quartal 2016 sogar 21 Prozent.

Aufgrund des dynamischen Umsatzwachstums und einer unterproportionalen Kostenentwicklung stieg das EBITDA um 27 Prozent auf 10,4 Mio. € (8,2 Mio. €). Der Gewinn legte sogar um 30 Prozent auf 5,3 Mio. € (4,1 Mio. €) zu.

Sie sehen: XING hat sich auch im ersten Quartal prächtig entwickelt. Und: Alle Zeichen stehen auch weiterhin auf Wachstum. Mit diesen guten Nachrichten danke ich Ihnen herzlich für Ihr Engagement bei XING! Bleiben Sie uns gewogen.

Hamburg, im Mai 2016

Ihr



Dr. Thomas Vollmoeller,  
Vorstandsvorsitzender der XING AG

# Die XING-Aktie

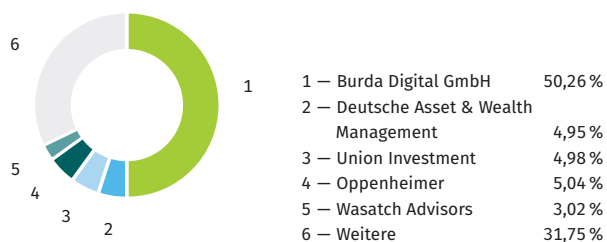
## Stammdaten zur XING-Aktie

Aktien-Anzahl per 31.03.2016	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

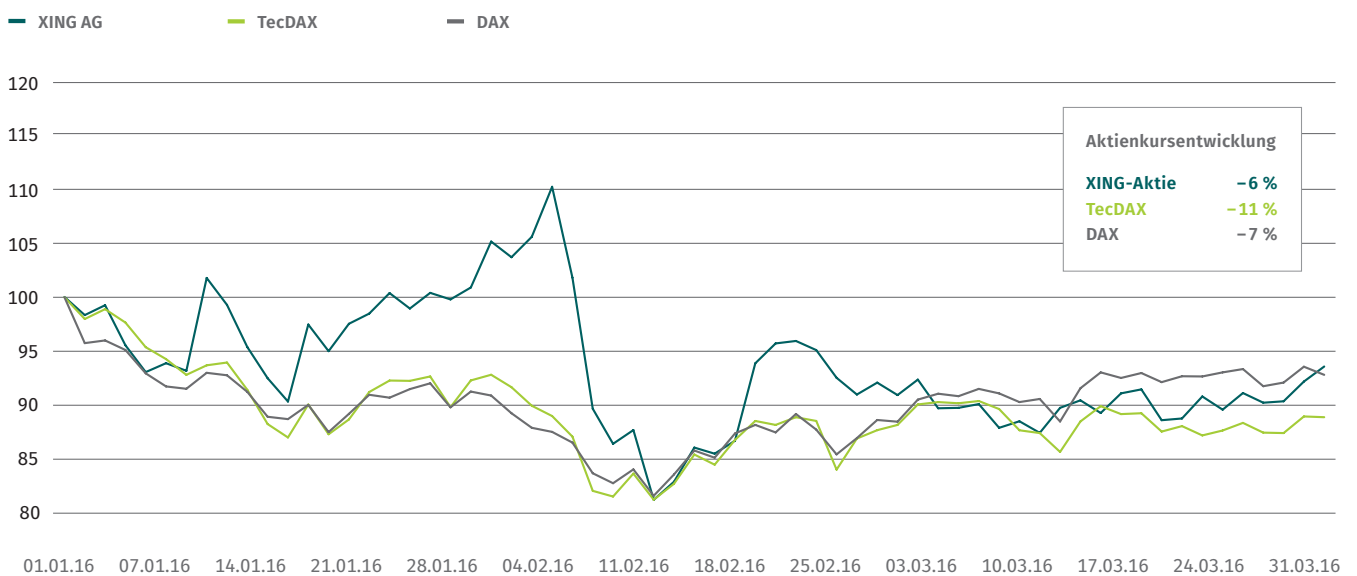
	Q1 2016	Q1 2015
XETRA-Schlusskurs am Ende der Periode	161,15 €	160,50 €
Hoch	185,40 €	165,40 €
Tief	138,40 €	92,19 €
Marktkapitalisierung am Periodenende	906 Mio. €	898 Mio. €
Durchschnittliches Handelsvolumen je Handelstag (XETRA)	13.646	18.296
Rang TecDAX		
nach Handelsumsatz	22	23
nach Freefloat-Marktkapitalisierung	25	24
Ergebnis je Aktie (verwässert)	0,91 €	0,74 €

## Aktionärsstruktur im März 2016





### Aktienkursverlauf im Vergleich vom 01.01.2016 bis 31.03.2016 (indexiert)



### Analystenempfehlungen (April 2016)

Broker	Analyst	Empfehlung	Kursziel
Bankhaus Metzler	Nicholas Balz	Kaufen	186 €
Berenberg Bank	Sarah Simon	Halten	181 €
Commerzbank	Heike Pauls	Kaufen	200 €
Deutsche Bank	Benjamin Kohnke	Kaufen	200 €
Goldman Sachs	Carl Hazeley	Halten	190 €
Hauck & Aufhäuser	Lars Dannenberg	Halten	180 €
Jefferies	James Lockyer	Kaufen	192 €
Montega	Alexander Braun	Halten	150 €
Oddo Seydler	Marcus Silbe	Kaufen	200 €
Warburg Research	Jochen Reichert	Kaufen	184 €

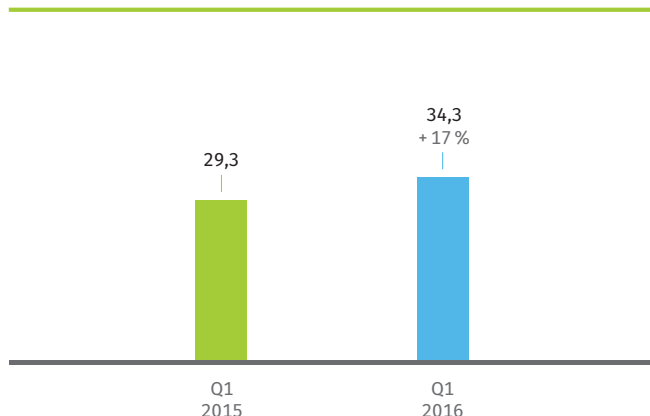
# 02. Konzern- Zwischen- lagebericht

für den Zeitraum vom 1. Januar bis zum 31. März 2016

- 09 **Geschäftsverlauf**
- 16 **Risikobericht**
- 17 **Wesentliche Ereignisse nach Ende der  
Zwischenberichtsperiode**

# Geschäftsverlauf

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



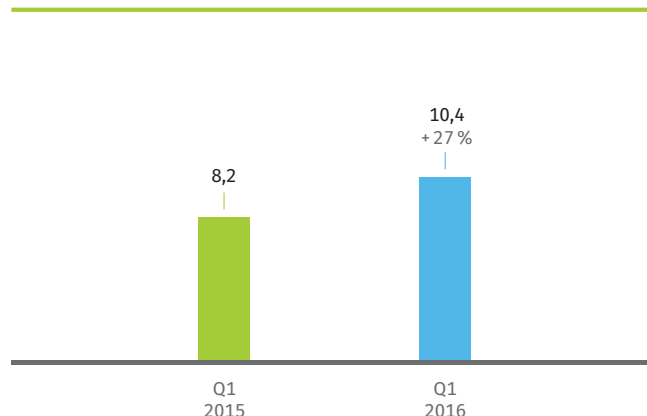
In den ersten drei Monaten des neuen Geschäftsjahres konnten wir beim Umsatz- und Ergebniswachstum an die Dynamik des Vorjahres anknüpfen. So haben wir den Konzernumsatz (inkl. sonstiger betrieblicher Erträge) von 29,3 Mio. € im ersten Quartal 2015 um 17 Prozent auf 34,3 Mio. € gesteigert. Hierbei ist zu beachten, dass die sonstigen betrieblichen Erträge durch positive Währungseffekte im Vorjahresquartal um etwa 1 Mio. € höher als üblich ausfielen. Ohne diesen Effekt beträgt das Umsatzwachstum des ersten Quartals 2016 sogar 21 Prozent.

Die wesentlichen Treiber für das anhaltend starke Wachstum sind:

- 1) der Zuwachs von rund 49.000 neuen zahlenden Mitgliedern im Segment B2C in den vergangenen zwölf Monaten
- 2) ein großer Anteil der neuen Pro-Jobs-Mitgliedschaft am Neukundenwachstum mit gleichzeitig höherem ARPU
- 3) das ungebrochene Wachstum bei B2B-E-Recruiting-Lösungen wie dem XING TalentManager oder den kununu-Employer-Branding-Profilen

Nach Abzug der operativen Aufwendungen beträgt das EBITDA für die ersten drei Monate 2016 10,4 Mio. € und liegt damit 2,2 Mio. € bzw. 27 Prozent über dem EBITDA des ersten Quartals 2015 (8,2 Mio. €).

EBITDA (in Mio. €)



Das Wachstum beim operativen Ergebnis (EBITDA) ist einerseits auf das dynamische Umsatzwachstum zurückzuführen. Andererseits haben sich im ersten Quartal 2016 die Kosten unterproportional entwickelt. So stiegen die Personalaufwendungen im Berichtsquartal lediglich um 12 Prozent auf 12,6 Mio. € an. Der Marketingaufwand ist aufgrund einer im ersten Quartal 2016 durchgeführten TV-Kampagne leicht von 3,6 Mio. € im Vorjahresquartal auf 4,2 Mio. € angestiegen. Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen stiegen im ersten Quartal 2016 ebenfalls unterproportional zur Umsatzentwicklung um 13 Prozent auf 7,0 Mio. € an.

Die Abschreibungen in den ersten drei Monaten des laufenden Geschäftsjahres betragen 2,2 Mio. € (Q1 2015: 2,1 Mio. €). In der Folge beträgt das EBIT im Berichtszeitraum 8,2 Mio. € gegenüber einem EBIT von 6,1 Mio. € im Vorjahresquartal. Nach Abzug von Steuern in Höhe von 2,7 Mio. € beträgt der Konzernüberschuss 5,3 Mio. € und liegt somit 30 Prozent über dem Jahresüberschuss des ersten Quartals 2015. Das Ergebnis je Aktie beträgt 0,91 € für die ersten drei Monate des laufenden Geschäftsjahres gegenüber einem Ergebnis je Aktie in Höhe von 0,74 € für das erste Quartal 2015.

Der **operative Cashflow** beträgt 12,9 Mio. € in den ersten drei Monaten (Q1 2015: 14,0 Mio. €).

Zu der im Geschäftsbericht 2015 abgegebenen **Prognose** gibt es keine Veränderungen.

## Segmententwicklung

### ÄNDERUNG DER BERICHTSSEGMENTE SEIT JANUAR 2016

#### Übersicht Business Units / Berichtssegmente



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

Entsprechend berichten wir seit Januar 2016 die vier Segmente B2C, B2B E-Recruiting, B2B Advertising & Events und kununu International.

Im Berichtssegment B2C sind die Business Units Platform / Content, Premium Network, Pro Work, kununu D-A-CH 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. ProCoach).

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

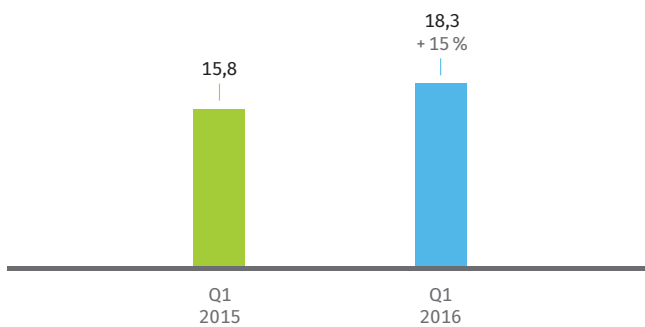
Im Segment Advertising & Events sind die Business Units Advertising (ehemals Network / Premium) und Events abgebildet. Sie adressieren Werbe- und Eventkunden. Die Monetarisierung erfolgt über Werbeerlöse und Ticketing.

Weitere Aktivitäten außerhalb der D-A-CH-Region werden im Segment kununu International berichtet.



## SEGMENT B2C

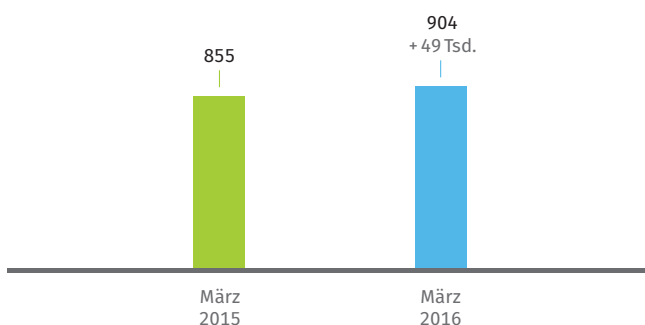
### Segmentumsatz B2C (in Mio. €)



### Segmentumsatz wächst um 15 Prozent

Im **Segment B2C** haben wir dank einer sehr dynamischen Entwicklung von rund 49.000 Premium- und ProJobs-Mitgliedschaften in den vergangenen zwölf Monaten ein starkes Wachstum erzielt. So stieg der Segmentumsatz um 15 Prozent von 15,8 auf 18,3 Mio. € im ersten Quartal 2016. Allein in den ersten drei Monaten des noch jungen Geschäftsjahres haben sich knapp 23.000 Mitglieder für die erweiterten kostenpflichtigen Funktionen entschieden. Das ist zugleich das stärkste Quartalswachstum der vergangenen fünf Jahre.

### Entwicklung zahlende Mitglieder (in Tsd.)

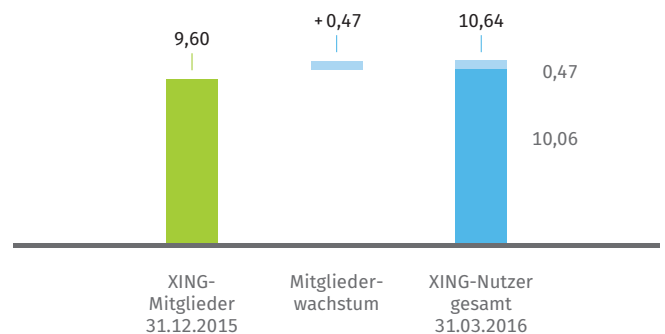


Entsprechend positiv entwickelte sich auch das Segment-EBITDA. So stieg das operative Ergebnis im Segment B2C von 9,2 Mio. € im ersten Quartal 2015 auf 9,7 Mio. €. Die Segment-EBITDA-Marge verringerte sich von 58 auf 53 Prozent im ersten Quartal 2016. Der leichte Rückgang ist auf neue, in der Anlaufphase befindliche, B2C-Aktivitäten zurückzuführen.

### Erstmals 10 Millionen Mitglieder in D-A-CH

Die starke Nachfrage für die erweiterten Mitgliedschaften Premium und ProJobs sind auch auf die äußerst dynamische Entwicklung bei den Plattformregistrierungen auf [www.xing.com](http://www.xing.com) zurückzuführen. Im ersten Quartal 2016 registrierten sich 467.000 Personen bei XING. Das ist der höchste Quartalszuwachs der Unternehmensgeschichte.

### Mitgliederwachstum in D-A-CH (in Mio.)



So konnten wir dann auch im März 2016 die Marke von 10 Millionen überschreiten. Damit ist nunmehr rechnerisch rund jeder fünfte Berufstätige in Deutschland, Österreich und der Schweiz XING-Mitglied. Würde man alle Mitglieder nebeneinanderstellen, wäre die Menschenkette ungefähr so lang wie die Außengrenze des D-A-CH-Raumes.

Uns freut sehr, dass XING aus dem Alltag von immer mehr Menschen nicht mehr wegzudenken ist. Wir arbeiten weiter mit Hochdruck daran, unsere Angebote zu erweitern und zu verbessern, um noch mehr Menschen von XING zu überzeugen,

denn wir sehen noch großes Potenzial für weiteres Mitgliederwachstum. XING bietet neben der klassischen Mitgliedschaft noch weitere Services, wie etwa die Möglichkeit, Business-Events einfach und bequem zu managen. Inklusiv der User dieser Services verfügt XING über mehr als 10,6 Millionen Nutzer.



Durch die Anzahl von 10 Millionen XING-Mitgliedern ergeben sich für jeden Einzelnen vielfältige Chancen und Möglichkeiten. So werden mehr als eine Million Profile pro Tag aufgerufen, was XING-Mitgliedern eine hohe Visibilität ihrer beruflichen Identität verschafft. Darüber hinaus entstehen täglich mehr als 200.000 neue Verbindungen – eine wichtige Voraussetzung zum Beispiel für das Finden eines neuen Jobs oder relevanter Business-Informationen. Inklusiv XING Events liegt die XING-Gesamtnutzerzahl Ende März 2016 bei 10,6 Millionen (Q1 2015: 8,8 Millionen).

### Start der größten Coaching-Plattform in D-A-CH

Permanente Weiterbildung und Flexibilität sind laut der XING-Studie „Kompass Neue Arbeitswelt“ die am stärksten erwarteten zukünftigen Veränderungen der Arbeitswelt. Entsprechend nimmt die Nachfrage nach professionellen Coachings zu. Deswegen haben wir eine spezielle Plattform für alle Fragestellungen rund um das Thema Coaching gelauncht. Damit machen wir einen stark fragmentierten Markt transparenter.

Auf XING Coaches, das zunächst als Beta-Version startet, können sich Coaches professionell präsentieren und neue Kunden gewinnen; Suchende finden den passenden Coach für

ihre Situation. Bereits zum Start bündelt die Plattform mehr als 50.000 Coaches. Somit handelt es sich um die größte Coaching-Plattform im deutschsprachigen Raum.

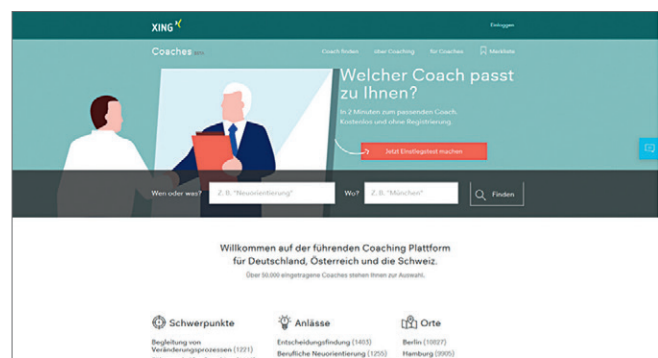
### Für Suchende: Schnell und einfach den passenden Coach aus über 50.000 Angeboten finden

XING Coaches richtet sich an Coaches und deren potenzielle Kunden wie HR-Abteilungen und Führungskräfte, aber auch an Privatpersonen. Vielfältige Suchmöglichkeiten – u.a. nach Ort, Arbeitsschwerpunkten, Anlässen – sowie Filterfunktionen helfen bei der Auswahl unter mehr als 50.000 Coaches.

### Für Coaches: Professionelle Präsentation im XING-Umfeld

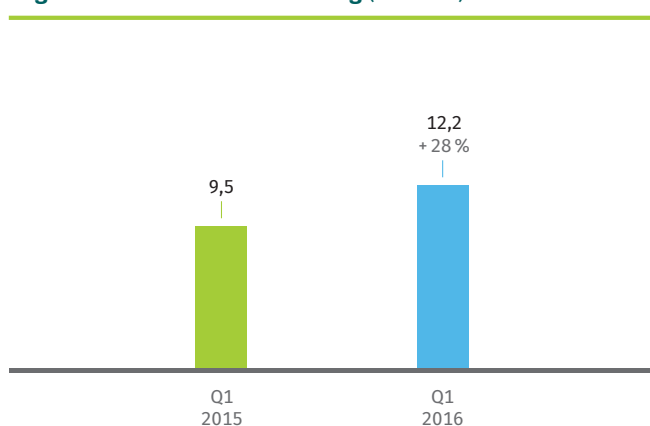
Für die Spezialisten selbst bietet XING Coaches wiederum die Möglichkeit, sich professionell zu präsentieren, eine breite Zielgruppe von Personalabteilungen über Führungskräfte und Privatpersonen zu erreichen und so zusätzliche Kontakte aufzubauen und Kunden zu gewinnen. Das Coach-Profil ist dabei genau auf das Berufsbild des jeweiligen Coaches abgestimmt. So können beispielsweise Angaben zu Schwerpunkten und Methoden, angebotenen Coaching-Formen, Zielgruppen und Branchen oder auch Informationen zu Kontaktmöglichkeiten und zur Ausbildung eingetragen werden.

XING Coaches ist frei zugänglich. Die Nutzung der Plattform ist für Suchende und Coaches kostenfrei. Coaches, die dort gelistet sein möchten, benötigen lediglich ein XING-Profil. In den kommenden Monaten wird das Angebot weiter ausgebaut. So ist für die Zukunft beispielsweise eine Bezahlversion mit Zusatzfunktionen für Coaches geplant.



## SEGMENT B2B E-RECRUITING

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



Im **Segment B2B E-Recruiting** konnten wir mit 2,7 Mio. € in den ersten drei Monaten den absolut größten Zuwachs innerhalb unserer Berichtssegmente erzielen. Auch die relativen Wachstumsraten haben sich beschleunigt, nachdem die zweite Jahreshälfte des Vorjahres durch die Abschaltung der alten XING-Unternehmensprofile das Wachstum kurzfristig dämpfte. Mit einem Anstieg von 28 Prozent im ersten Quartal 2016 auf 12,2 Mio. € (Q1 2015: 9,5 Mio. €) liegen wir bereits wieder über der Wachstumsrate des Vorjahres (26 Prozent).

Dabei haben in der Detailbetrachtung alle drei Teilbereiche Active Recruiting, Employer Branding und Passive Recruiting zum starken Wachstum beigetragen.

So stieg die Zahl der verkauften XING-TalentManager-Lizenzen auf über 5.400 an (Q1 2015: 4.400). Bei den Employer-Branding-Profilen konnten wir einen Anstieg von mehr als 40 Prozent auf mehr als 2.300 verkaufte Profile Ende März 2016 erzielen. Zusammen mit tausenden Unternehmen, die ihre Vakanzen im XING Stellenmarkt posten, erhöhte sich die Anzahl der B2B-Kunden im Segment von rund 16.000 im Vorjahresquartal auf knapp 18.500 im ersten Quartal 2016.

Dank der dynamischen Umsatzentwicklung erhöhte sich auch das operative Segment-Ergebnis (EBITDA) deutlich von 5,7 Mio. € auf 8,7 Mio. €. Die EBITDA-Marge des Segments verbesserte sich von 60 Prozent auf 71 Prozent in den ersten drei Monaten 2016.

Wir sind mit den erreichten Ergebnissen im Segment B2B E-Recruiting sehr zufrieden und sehen auch weiterhin deutliches Wachstumspotenzial.

### Forsa-Studie: Jeder Dritte liebäugelt mit Jobwechsel

Eine aktuelle Forsa-Studie verdeutlicht, dass wir mit unseren Recruiting-Angeboten auf die richtigen Makrotrends setzten.

So zieht derzeit jeder dritte Berufstätige einen Jobwechsel in Betracht. Überraschend ist dabei: Obwohl 83 Prozent mit ihrer derzeitigen Tätigkeit zufrieden sind, könnte sich jeder Dritte (35 Prozent) in diesem Jahr vorstellen, den Job zu wechseln. Darunter sind sechs Prozent, die einen Wechsel sogar konkret geplant haben.

Die Höhe des Gehalts ist nicht das A und O: Hierzulande ist man sich weitgehend einig, dass eine positive Arbeitsatmosphäre sowie das Vorgesetztenverhalten bei einem Jobwechsel am wichtigsten sind – das sagen 98 bzw. 96 Prozent der Befragten. Mit etwas Abstand folgt der Faktor Gehalt (88 Prozent). Mehr als vier von fünf Erwerbstätigen (81 Prozent) legen besonders viel Wert auf die Vereinbarkeit von Job und Familie, während 70 Prozent äußern, dass ihnen eine sinnvolle, zum Gemeinwohl beitragende Tätigkeit wichtig bzw. sehr wichtig ist.

Welche Kriterien sind entscheidend, wenn es um die Work-Life-Balance in der Firma geht? Für 85 Prozent aller Befragten gehören flexible Arbeitszeiten dazu.

Die Ergebnisse sind eindeutig. Unser neuer XING Stellenmarkt ist genau das richtige Werkzeug für diejenigen, die dieses Jahr offen für einen Jobwechsel sind. Hier können sie unter knapp 1 Million Stellenanzeigen den passenden Job finden.

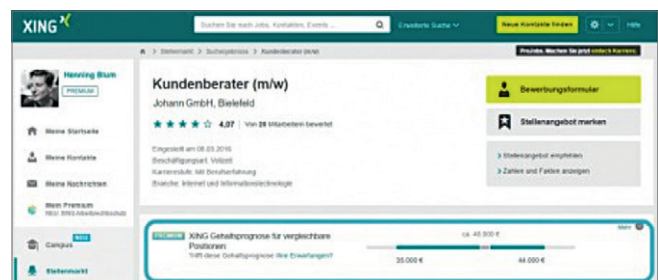
### XING schafft Gehaltstransparenz im Jobmarkt

Im März haben wir eine interessante Erweiterung unseres XING Stellenmarkts vorgenommen. Wir zeigen unseren Nutzern, wie viel man in welcher Position verdienen kann und widmen uns damit einem der größten Tabuthemen in der Arbeitswelt: dem Thema Gehaltstransparenz. Wir wollen eine neue Offenheit in das bislang gänzlich undurchsichtige Gehaltsthema bringen.

So finden unsere Premium-Mitglieder auf über 350.000 Stellenanzeigen im XING Stellenmarkt geschätzte Gehaltsinformationen, basierend auf unseren Analysen und Umfragen. Unser Ziel: Wir wollen unseren Mitgliedern ermöglichen, sich mit einem Blick ein Bild über die wahrscheinliche Gehaltsspanne der von ihnen aufgerufenen Stellenanzeige zu informieren.

Wie funktioniert das? Sofern der Arbeitgeber ein konkretes Gehalt für die Stelle übermittelt hat, zeigen wir unseren Premium-Mitgliedern dieses in einem neuen Bereich oberhalb der Anzeige an. Hat der Arbeitgeber kein konkretes Gehalt übermittelt, ist auf vielen Stellenanzeigen stattdessen ein Balken zu finden, der die geschätzte marktübliche Gehaltsspanne für derartige Positionen darstellt. Für die Erstellung dieser Spanne werten wir unterschiedliche Quellen aus. So nutzen wir u.a. konkrete Gehaltsangaben anderer vergleichbarer Stellenanzeigen sowie Ergebnisse vom Manager Magazin Gehaltsreport, den wir jährlich gemeinsam mit dem Wirtschafts-magazin herausgeben. Um möglichst realistische Angaben zu erzielen, werden zudem der Standort des Arbeitgebers, die Unternehmensgröße und Branche sowie das Karrierelevel berücksichtigt. Bei Stellenanzeigen, für die keine ausreichende Datenbasis vorliegt, entfällt dieser Balken.

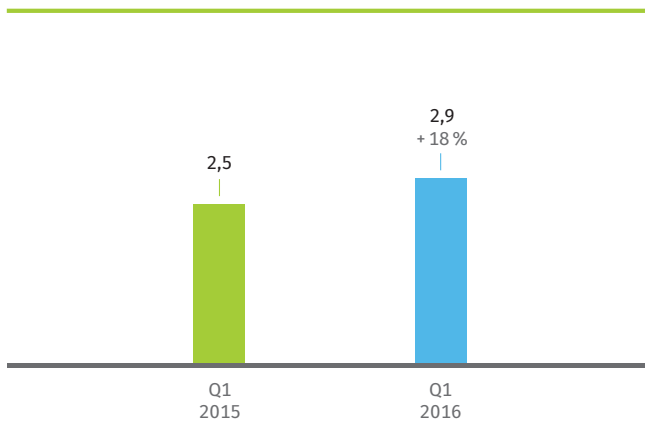
Bei über 350.000 Stellenanzeigen können wir eine solche Schätzung anbieten. Damit sind wir aber noch nicht zufrieden und wollen daher die Funktion in den kommenden Monaten sowohl technisch als auch inhaltlich weiter ausbauen. So planen wir zum Beispiel, den neuen Service auch mobil in den XING-Stellenmarkt-Apps für Android und iOS anzubieten – und natürlich die Anzahl der Stellenanzeigen mit Gehaltsschätzungen weiter auszubauen.





## SEGMENT B2B ADVERTISING & EVENTS

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



Im **Segment B2B Advertising & Events** konnten wir die Umsatzerlöse um 18 Prozent auf 2,9 Mio. € steigern.

Das Segment-EBITDA wurde von 0,1 Mio. € auf 0,4 Mio. € verbessert. Die Segment-EBITDA-Marge erhöhte sich von 4 auf 14 Prozent.

Im Teilbereich Advertising konnten wir einen erfahrenen BU-Head für XING gewinnen, um diesen Geschäftsbereich im Jahr 2016 und den darauffolgenden Jahren mit einer überarbeiteten Strategie erfolgreicher aufzustellen und auch in diesem kleineren Geschäftsbereich weiter zu wachsen.

Im Teilbereich Events haben wir wenige Wochen nach Ende des ersten Quartals ein neues Tarifmodell vorgestellt:

**Unsere Tarife**  
Für jedes Event die richtige Ticketing-Lösung

<b>Basic</b>	<b>Business</b>	<b>Professional</b>
<p>“ Ich veranstalte kostenlose Events.</p>	<p>“ Ich nutze den Ticketshop für meine kostenpflichtigen Business-Events.</p>	<p>“ Ich veranstalte große und komplexe Events und lege Wert auf individuelle Lösungen.</p>
<p>Gratis - für kostenlose Events</p>	<p>0,99 € pro Teilnehmer + 5,9 % des Ticketpreises</p>	<p>Individuelles Angebot auf Anfrage</p>

### Basic

Der Basic-Tarif funktioniert nach dem „free for free“-Prinzip, d. h., wenn Veranstalter Events mit ausschließlich kostenlosen Tickets anbieten, zahlen unsere Kunden auch nichts für den XING TicketingManager. Bei diesen Events kann es sich beispielsweise um Networking-Veranstaltungen, Webinare oder Firmenveranstaltungen handeln. Aber auch Veranstaltungen privater Natur wie Get-Together oder Klub-Stammtische profitieren vom Basic-Tarif.

### Business

Der Business-Tarif ist ideal für Veranstalter von kostenpflichtigen Business-Events wie Konferenzen und Seminaren. Er bietet eine Reihe von zusätzlichen Funktionen und Services:

Dazu gehört beispielsweise ein viersprachiger Support. Zusätzlich haben Veranstalter die Möglichkeit, unterschiedliche Ticket-Kategorien mit unterschiedlichen Preisklassen zu erstellen. Somit können sie ihr Ticket-Angebot direkt in unser System übernehmen.

Darüber hinaus bieten wir Veranstaltern wie gewohnt eine sichere Zahlungsabwicklung mit allen gängigen Zahlungsarten.

### Professional

Je größer und komplexer ein Event ist, desto spezifischer werden auch die Anforderungen. Der Professional-Tarif richtet sich deshalb an alle Veranstalter, die große und komplexe Konferenzen und Messen organisieren. Bei dieser Preisvariante bieten wir zusätzliche Funktionen, durch die ein Event noch individueller gestaltet werden kann. Dazu gehören eine persönliche Beratung und die Einrichtung eines professionellen Ticketshops. Auch White Labeling für den Ticketshop kann hinzugebucht werden. Für Registrierungsmasken, Teilnehmerdokumente und Badges können individuelle Designs erstellt werden. Zusätzlich erhalten Veranstalter eine individuelle Einlasslösung.

Im Segment lag die Anzahl der B2B-Kunden per Ende März 2016 mit 3.982 über dem Vorjahresniveau von rund 2.200. Im Vordergrund der Aktivitäten steht unverändert die Gewinnung zusätzlicher Mitglieder für die XING-Plattform.

# Risikobericht

## SEGMENT KUNUNU INTERNATIONAL

Neben der konsequenten Fortführung der XING-Wachstumsstrategie im Kernmarkt D-A-CH geht die österreichische Unternehmenstochter kununu zusätzlich neue Wege. So hat das Unternehmen 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-Know-how, der Marketing-Expertise und der Reichweite von Monster verbunden. Sitz des Joint Ventures ist Boston. In diesem Segment werden im Wesentlichen Umsätze mit der Erbringung von Dienstleistungen für das Joint Venture erzielt. Das XING zuzurechnende anteilige Jahresergebnis des Joint Ventures fließt als Ergebnis aus nach der Equity-Methode bewerteten Beteiligungen ein.

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

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

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

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

# Wesentliche Ereignisse nach Ende der Zwischenberichtsperiode

Die XING AG hat am 14. April 2016 sämtliche Geschäftsanteile an der BuddyBroker AG und damit das Produkt eqipia übernommen. eqipia ist das führende intelligente und automatisierte Mitarbeiterempfehlungsprogramm in der Schweiz. Der Kaufpreis beträgt 3,2 Mio. CHF (ca. 2,9 Mio. €). Zusätzlich kann eine Earn-out-Zahlung von bis zu 4,8 Mio. CHF (ca. 4,4 Mio. €) zum Tragen kommen, die bei Erreichung operativer Ziele anfällt.

# 03. Konzern- Zwischen- abschluss

für den Zeitraum vom 1. Januar bis zum 31. März 2016

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



# Konzern-Gesamtergebnisrechnung der XING AG

für den Zeitraum vom 1. Januar bis zum 31. März 2016

## Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

In Tsd. €	01.01.2016 – 31.03.2016	01.01.2015 – 31.03.2015
Umsatzerlöse aus Dienstleistungen	33.330	27.682
Sonstige betriebliche Erträge	957	1.582
<b>GESAMTE BETRIEBSERTRÄGE</b>	<b>34.287</b>	<b>29.264</b>
Personalaufwand	-12.623	-11.247
Marketingaufwand	-4.179	-3.585
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-7.039	-6.202
<b>EBITDA</b>	<b>10.446</b>	<b>8.230</b>
Abschreibungen	-2.233	-2.150
<b>EBIT</b>	<b>8.213</b>	<b>6.080</b>
Ergebnis aus den nach der Equity-Methode bewerteten Beteiligungen	-103	0
Finanzerträge	1	6
Finanzaufwendungen	-26	-17
<b>EBT</b>	<b>8.085</b>	<b>6.069</b>
Ertragsteuern	-2.741	-1.952
<b>KONZERNERGEBNIS</b>	<b>5.344</b>	<b>4.117</b>
Ergebnis je Aktie (unverwässert)	0,91 €	0,74 €
Ergebnis je Aktie (verwässert)	0,91 €	0,74 €
<b>KONZERNERGEBNIS</b>	<b>5.344</b>	<b>4.117</b>
Unterschiede aus Währungsumrechnung	0	-8
Sonstiges Ergebnis	0	-8
<b>KONZERN-GESAMTERGEBNIS</b>	<b>5.344</b>	<b>4.109</b>

# Konzern-Bilanz der XING AG

zum 31. März 2016

## Aktiva

In Tsd. €	31.03.2016	31.12.2015
<b>LANGFRISTIGE VERMÖGENSWERTE</b>		
Immaterielle Vermögenswerte		
Software und Lizenzen	3.500	3.784
Selbsterstellte Software	22.369	19.855
Geschäfts- oder Firmenwert	8.228	8.228
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	2.093	1.930
Sachanlagen		
Mietereinbauten	377	411
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	4.953	4.570
Finanzanlagen		
Nach der Equity-Methode bilanzierte Beteiligungen	2.604	0
Sonstige Beteiligungen	51	51
Andere finanzielle Vermögenswerte	34	34
Latente Steueransprüche	335	378
	<b>44.544</b>	<b>39.241</b>
<b>KURZFRISTIGE VERMÖGENSWERTE</b>		
Forderungen und sonstige Vermögenswerte		
Forderungen aus Dienstleistungen	17.404	15.873
Ertragsteuerforderungen	166	237
Sonstige Vermögenswerte	4.035	3.547
Zahlungsmittel und kurzfristige Einlagen		
Eigenzahlungsmittel	83.197	78.034
Fremdzahlungsmittel	4.769	2.993
	<b>109.571</b>	<b>100.684</b>
	<b>154.115</b>	<b>139.925</b>

## Passiva

In Tsd. €	31.03.2016	31.12.2015
<b>EIGENKAPITAL</b>		
Gezeichnetes Kapital	5.620	5.620
Kapitalrücklage	22.622	22.622
Sonstige Rücklagen	2.432	2.432
Bilanzgewinn	35.178	29.834
	<b>65.852</b>	<b>60.508</b>
<b>LANGFRISTIGE VERBINDLICHKEITEN</b>		
Latente Steuerverbindlichkeiten	7.556	6.992
Erlösabgrenzung	2.867	3.244
Sonstige Rückstellungen	333	333
Andere finanzielle Verbindlichkeiten	0	1.304
Sonstige Verbindlichkeiten	2.157	2.495
	<b>12.913</b>	<b>14.368</b>
<b>KURZFRISTIGE VERBINDLICHKEITEN</b>		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	1.705	3.797
Erlösabgrenzung	51.650	44.234
Sonstige Rückstellungen	645	588
Andere finanzielle Verbindlichkeiten	1.754	435
Ertragsteuerverbindlichkeiten	830	154
Sonstige Verbindlichkeiten	18.766	15.841
	<b>75.350</b>	<b>65.049</b>
	<b>154.115</b>	<b>139.925</b>

# Konzern-Kapitalflussrechnung der XING AG

für den Zeitraum vom 1. Januar bis zum 31. März 2016

## Konzern-Kapitalflussrechnung

In Tsd. €	01.01.2016 – 31.03.2016	01.01.2015 – 31.03.2015
Ergebnis vor Steuern	8.085	6.069
Abschreibungen auf aktivierte Entwicklungskosten	775	581
Abschreibungen auf übriges Anlagevermögen	1.458	1.569
Personalkosten Aktienoptionsprogramm	0	15
Zinserträge	-1	-6
Erhaltene Zinsen	3	7
Zinsaufwendungen	26	17
Ergebnis von at equity bilanzierten Beteiligungen	103	0
Gezahlte Steuern	-1.387	-1.231
Gewinn aus Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens	-5	0
Veränderung der Forderungen und sonstiger Aktiva	-2.021	-1.242
Veränderung der Verbindlichkeiten und sonstiger Passiva	552	3.562
Zahlungsunwirksame Veränderungen durch Änderungen des Konsolidierungskreises	0	-15
Veränderung der Erlösabgrenzung	7.039	6.819
Eliminierung XING-Events-Fremdverpflichtung	-1.776	-2.135
<b>CASHFLOW AUS LAUFENDER GESCHÄFTSTÄTIGKEIT</b>	<b>12.851</b>	<b>14.010</b>
Auszahlung für aktivierte Aufwendungen selbsterstellter Software	-3.289	-2.115
Auszahlung für den Erwerb von Software	-308	-326
Auszahlungen für den Erwerb von sonstigen immateriellen Vermögenswerten	-331	0
Einzahlungen aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens	8	0
Auszahlungen für den Erwerb von Sachanlagen	-1.047	-246
Auszahlung für Akquisition konsolidierter Unternehmen (abzüglich erworbener Finanzmittel)	0	-5.003
Auszahlungen für Investitionen in at equity bilanzierte Beteiligungen	-2.706	0
<b>CASHFLOW AUS INVESTITIONSTÄTIGKEIT</b>	<b>-7.673</b>	<b>-7.690</b>



### Konzern-Kapitalflussrechnung (Fs.)

In Tsd. €	01.01.2016 – 31.03.2016	01.01.2015 – 31.03.2015
Einzahlungen aus dem Verkauf eigener Aktien	0	11
Gezahlte Zinsen	-15	-17
<b>CASHFLOW AUS FINANZIERUNGSTÄTIGKEIT</b>	<b>-15</b>	<b>-6</b>
Differenzen aus der Währungsumrechnung	0	-8
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelbestands	5.163	6.306
Eigen-Finanzmittelbestand zu Beginn der Periode	78.034	63.951
<b>EIGEN-FINANZMITTELBESTAND AM ENDE DER PERIODE <sup>1)</sup></b>	<b>83.197</b>	<b>70.257</b>
Fremd-Finanzmittelbestand zu Beginn der Periode	2.993	3.248
Veränderung des Fremdmittelbestands	1.776	2.135
<b>FREMD-FINANZMITTELBESTAND AM ENDE DER PERIODE</b>	<b>4.769</b>	<b>5.383</b>

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

# Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung der XING AG

für den Zeitraum vom 1. Januar bis zum 31. März 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>Summe direkt im EK erfasstes Ergebnis</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>-8</b>	<b>0</b>	<b>-8</b>
Jahresergebnis	0	0	0	0	4.117	4.117
<b>Konzerngesamtergebnis</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>
<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>
Währungsumrechnung und sonstige direkt im Eigenkapital erfassten Ergebnisse	0	0	0	0	0	0
Jahresergebnis	0	0	0	0	5.344	5.344
<b>Konzerngesamtergebnis</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>5.344</b>	<b>5.344</b>
<b>STAND 31.03.2016</b>	<b>5.620</b>	<b>22.622</b>	<b>0</b>	<b>2.432</b>	<b>35.178</b>	<b>65.852</b>

# Erläuterungen zum Konzern-Zwischenabschluss

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

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 auszudehnen sowie Meinungen und Informationen auszutauschen. XING erzielt seine Umsatzerlöse im Wesentlichen aus kostenpflichtigen Produktangeboten für Endkunden und Unternehmen. Dabei wird ein Großteil der erbrachten Dienstleistungen durch unsere Kunden im Voraus bezahlt.

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

Der verkürzte Konzern-Zwischenabschluss der XING AG für die am 31. März 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 31. März 2016. Als Vergleichsperiode wird der Zeitraum vom 1. Januar 2015 bis zum 31. März 2015 dargestellt. Der Konzern-Zwischenabschluss und der Konzern-Zwischenlagebericht zum 31. März 2016 der XING AG wurden durch den Vorstand am 4. Mai 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 verfügbarer 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 zwölf Monate auf den 31. Dezember 2020 verlängert wurde.

Mehrere geänderte IFRS-Regeln gelten erstmals für das Jahr 2016. Aus der Anwendung dieser IFRS-Regeln 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-Know-how, 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 116 Tsd. USD (103 Tsd. €).

## 4. Segmentinformationen

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

Im Berichtssegment B2C sind die Business Units Platform / Content, Premium Network, Pro Work, kununu D-A-CH 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. ProCoach).

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

Im Segment B2B 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 Vorjahreszahlen sind entsprechend der neuen Segmentierung angepasst worden.

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 Segment-

betriebsergebnis, 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 Restrukturierungsaufwendungen, Veräußerungsergebnisse, Wertminderungsaufwendungen sowie andere nicht operative Aufwendungen oder Erträge.

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

In Tsd. €	B2C		B2B E-Recruiting		B2B Advertising & Events		kununu International		Konsolidierung segmentinterner Umsätze / Aufwendungen		Summe Segmente	
	01.01.– 31.03. 2016	01.01.– 31.03. 2015	01.01.– 31.03. 2016	01.01.– 31.03. 2015	01.01.– 31.03. 2016	01.01.– 31.03. 2015	01.01.– 31.03. 2016	01.01.– 31.03. 2015	01.01.– 31.03. 2016	01.01.– 31.03. 2015	01.01.– 31.03. 2016	01.01.– 31.03. 2015
Umsatzerlöse (mit Dritten)	18.265	15.836	12.244	9.537	2.774	2.309	47	0	–	–	33.330	27.682
Konzerninterne Umsatzerlöse	0	0	0	0	133	163	0	0	-133	-163	0	0
Gesamtumsatzerlöse	18.265	15.836	12.244	9.537	2.907	2.472	47	0	-133	-163	33.330	27.682
Konzerninterne Segmentaufwendungen	-133	-163	0	0	0	0	0	0	133	163	0	0
Sonstige Segmentaufwendungen	-8.390	-6.438	-3.537	-3.823	-2.499	-2.374	-390	0	–	–	-14.816	-12.635
Segmentbetriebsergebnis	9.742	9.235	8.707	5.714	408	98	-343	0	0	0	18.514	15.047
Sonstige betriebliche Erträge / Aufwendungen											-8.068	-6.817
EBITDA											10.446	8.230

## Umsatzerlöse nach geographischen Regionen

In Tsd. €	01.01.2016 – 31.03.2016	01.01.2015 – 31.03.2015
D-A-CH	31.872	26.676
International	1.458	1.006
	<b>33.330</b>	<b>27.682</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 41.605 Tsd. € (31. Dezember 2015: 38.863 Tsd. €) entfallen wie zum 31. Dezember 2015 ausschließlich auf die D-A-CH-Region.

## 5. Eigenkapital

Zum 31. März 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 gemeinsamen Beschlusses des Vorstands und des Aufsichtsrats vom 23. März 2016 wird der Hauptversammlung am 2. Juni 2016 vorgeschlagen, eine Dividende für das Geschäftsjahr 2015 in Höhe von 1,03 € pro Aktie (2014: 0,92 € pro Aktie) zuzüglich 1,50 € Sonderdividende pro Aktie auszuschütten. Bei 5.620.435 dividendenberechtigten Aktien entspricht das einer Auszahlungssumme von 14,2 Mio. €. Der Bestand an liquiden Eigenmitteln von 83,2 Mio. € zum 31. März 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.

## 6. Sonstige betriebliche Erträge

Die sonstigen betrieblichen Erträge enthalten Erträge aus der Währungsumrechnung in Höhe von 13 Tsd. € (Vorjahr: 1.246 Tsd. €). Des Weiteren sind Erträge aus abgeschriebenen Forderungen in Höhe von 239 Tsd. € (Vorjahr: 16 Tsd. €) sowie aus verjährten Verbindlichkeiten in Höhe von 195 Tsd. € (Vorjahr: 0 Tsd. €) enthalten.

## 7. Sonstige betriebliche Aufwendungen

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

In Tsd. €	01.01.2016 – 31.03.2016	01.01.2015 – 31.03.2015
IT-Dienstleistungen, betriebswirtschaftliche Dienstleistungen	2.321	1.744
Raumkosten	1.084	1.004
Server-Hosting, Verwaltung und Traffic	583	564
Kosten für Zahlungsabwicklung	510	544
Rechtsberatungskosten	462	267
Reise-, Bewirtungs- und sonstige Geschäftskosten	460	411
Sonstige Personalkosten	431	260
Fortbildungskosten	142	111
Buchführungskosten	130	122
Forderungsverluste	125	415
Telefon / Mobilfunk / Porto / Kurier	120	125
Periodenfremde Aufwendungen	115	127
Abschluss- und Prüfungskosten	90	85
Miete / Leasing	84	70
Kursverluste	78	37
Aufsichtsratsvergütung	71	72
Bürobedarf	46	50
Übrige	187	194
<b>Gesamt</b>	<b>7.039</b>	<b>6.202</b>



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

## 8. Abschreibungen

Im Berichtszeitraum wurde die Nutzungsdauer der selbst-erstellten Software um weitere zwölf Monate auf den 31. Dezember 2020 verlängert. Hierdurch sind niedrigere Abschreibungen in Höhe von 248 Tsd. € gegenüber dem ehemaligen Abschreibungsplan erfasst worden.

## 9. 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 31. März 2016 aus Sicht der XING AG keine wesentlichen Änderungen in Hinblick auf die Burda-Gruppe ergeben.

Zum 31. März 2016 bestehen keine Forderungen gegenüber Mitgliedern des Vorstands und des Aufsichtsrats.

## 10. Wesentliche Ereignisse nach der Zwischenberichtsperiode

Die XING AG hat am 14. April 2016 sämtliche Geschäftsanteile an der BuddyBroker AG und damit das Produkt eqipia übernommen. eqipia ist das führende intelligente und automatisierte Mitarbeiterempfehlungsprogramm in der Schweiz. Der Kaufpreis beträgt 3,2 Mio. CHF (ca. 2,9 Mio. €). Zusätzlich kann eine Earn-out-Zahlung von bis zu 4,8 Mio. CHF (ca. 4,4 Mio. €) zum Tragen kommen, die bei Erreichung operativer Ziele anfällt.

Die Erstkonsolidierung erfolgt zum Zeitpunkt der Übertragung der Geschäftsanteile (14. April 2016). Mangels verlässlicher IFRS-Werte können weitere Angaben erst zu einem späteren Zeitpunkt gemacht werden.

Hamburg, 4. Mai 2016

Dr. Thomas Vollmoeller

Ingo Chu

Timm Richter

Jens Pape

# Finanzkalender

---

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

4. Mai 2016  
2. Juni 2016  
8. August 2016  
7. November 2016

# 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**

CAT Consultants, Hamburg  
www.cat-consultants.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)



[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** 