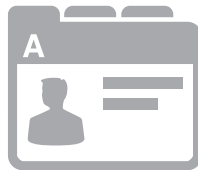


📶 H1 2012

# XING



# H1



**Halbjahresbericht  
für den Zeitraum vom 1. Januar bis 30. Juni 2012**



# KONZERN-KENNZAHLEN

		HJ 2012	HJ 2011	Q2 2012	Q2 2011	Q1 2012
Umsatz <sup>1)</sup>	in Mio. €	35,89	31,98	18,19	16,33	17,70
Umsatz aus Dienstleistungen	in Mio. €	35,34	31,59	17,88	16,17	17,46
Umsatz „Subscriptions“	in Mio. €	23,67	22,46	11,93	11,32	11,75
Umsatz „e-Recruiting“	in Mio. €	6,84	5,52	3,37	2,81	3,47
Umsatz „Advertising“	in Mio. €	2,78	2,53	1,56	1,48	1,22
Umsatz „New Verticals“	in Mio. €	2,03	1,06	1,01	0,55	1,02
EBITDA	in Mio. €	9,89	11,29	5,09	5,67	4,80
EBITDA-Marge	in %	28	35	28	35	27
Periodenergebnis	in Mio. €	4,04	5,06	2,07	2,37	1,97
Operativer Cashflow	in Mio. €	10,36	6,73	3,90	-2,03	6,46
Ergebnis je Aktie (unverwässert)	in €	0,74	0,94	0,38	0,43	0,36
Eigenkapital	in Mio. €	45,90	70,94	45,76	70,94	44,85
Liquide Mittel	in Mio. €	51,72	64,22	51,72	64,22	51,40
Mitglieder weltweit	in Mio.	12,39	11,12	12,39	11,12	12,10
davon zahlende Mitglieder (weltweit)	in Tsd.	793	769	793	769	793
Mitglieder in D-A-CH	in Mio.	5,71	4,88	5,71	4,88	5,51
davon zahlende Mitglieder (D-A-CH)	in Tsd.	767	741	767	741	766
Mitarbeiter		519	381	519	381	488

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

## UNTERNEHMENS PORTRAIT

› XING ist das soziale Netzwerk für berufliche Kontakte. Über 12 Millionen Mitglieder nutzen die Internet-Plattform weltweit für Geschäft, Job und Karriere, davon 5,7 Millionen im deutschsprachigen Raum. Auf XING vernetzen sich Berufstätige aller Branchen, suchen und finden Jobs, Mitarbeiter, Aufträge, Kooperationspartner, fachlichen Rat oder Geschäftsideen. Mitglieder tauschen sich online in über 50 Tausend Fachgruppen aus und treffen sich persönlich auf XING-Events. Die XING AG wurde 2003 in Hamburg gegründet, ist seit 2006 börsennotiert und seit September 2011 im TecDAX gelistet.

## INHALT

### An unsere Aktionäre

**2** Brief des Vorstands

**4** Die XING-Aktie

### Finanzinformationen

**7** Konzern-Zwischenlagebericht

**16** Konzern-Zwischenabschluss

16 Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

17 Konzern-Gesamtergebnisrechnung

18 Konzern-Bilanz

20 Konzern-Kapitalflussrechnung

22 Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung

23 Erläuterungen zum Konzern-Zwischenabschluss

28 Bescheinigung nach prüferischer Durchsicht

29 Versicherung der gesetzlichen Vertreter

### Service

**30** Finanztermine 2012

**30** Impressum und Kontakt



Dr. Stefan Groß-Selbeck  
Chief Executive Officer  
(CEO)

Jens Pape  
Chief Technological Officer  
(CTO)

Ingo Chu  
Chief Financial Officer  
(CFO)

Dr. Helmut Becker  
Chief Commercial Officer  
(CCO)

## BRIEF DES VORSTANDS

### Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

in den ersten sechs Monaten des laufenden Geschäftsjahres haben wir die Rahmenbedingungen für das zukünftige Wachstum der XING AG weiter verbessert. So haben wir planmäßig die im dritten Quartal 2011 begonnene Phase beschleunigter Investitionen fortgesetzt und uns weiter stark auf die Mitgliedergewinnung in der D-A-CH-Region und Entwicklung neuer Produkte konzentriert.

Gerade die starke Fokussierung auf Wachstum in unseren Kernmärkten zeigt deutliche Erfolge. So haben wir im ersten Halbjahr 2012 das stärkste Mitgliederwachstum der ersten Jahreshälfte seit drei Jahren erzielt. Insgesamt meldeten sich knapp 440 Tausend neue Mitglieder im deutschsprachigen Raum (D-A-CH) auf [www.xing.com](http://www.xing.com) an, um ihre beruflichen Kontakte zu pflegen, Weiterentwicklungs- und Karrierechancen zu verbessern oder neue Geschäftspartner zu identifizieren. Damit haben wir unsere Position als größtes und bedeutendstes soziales Netzwerk für berufliche Kontakte in der D-A-CH-Region weiter gestärkt.

Die Ausweitung der Monetarisierung beispielsweise über zusätzliche Geschäftsmodelle oder neue kostenpflichtige Funktionalitäten stand in den vergangenen Quartalen nicht im Vordergrund unserer Aktivitäten. Des Weiteren beobachten wir eine zunehmend vorsichtige Haltung bezüglich zukünftiger Ausgaben für Marketing und Personal bei unseren Kunden. Entsprechend hat sich das Umsatzwachstum etwas verlangsamt. So stieg der Gesamtumsatz von 32,0 Mio. € (Vorjahresperiode) im ersten Halbjahr um 12 Prozent auf 35,9 Mio. €. In den vertikalen Geschäftsbereichen („e-Recruiting“, „Advertising“ und „New Verticals“) stieg der Umsatz deutlich stärker um 28 Prozent auf 11,7 Mio. € in der ersten Jahreshälfte an. Das operative Ergebnis (EBITDA) liegt im ersten Halbjahr 2012 durch die beschleunigten Investitionen mit 9,9 Mio. € leicht unter dem Vorjahreswert von 11,3 Mio. €. In der zweiten Jahreshälfte werden wir in den Geschäftsbereichen „e-Recruiting“ und „Advertising“ neue Produkte vorstellen und erwarten auf Konzernebene wieder steigende Ergebnisse.

Einen wichtigen Meilenstein zur Steigerung des Shareholder Value haben wir auf der diesjährigen Hauptversammlung im Juni erreicht. Dort haben die anwesenden Aktionäre und Aktionärsvertreter mit deutlicher Mehrheit allen Beschlussvorschlägen der Verwaltung zugestimmt und damit auch die Einführung einer regelmäßigen Dividende beschlossen. Erstmals wurden am Tag nach dem Aktionärstreffen 0,56 € je Aktie an unsere Anteilseigner ausgeschüttet.

Wir danken Ihnen für das uns entgegengebrachte Vertrauen sowie Ihre Unterstützung auf der diesjährigen Hauptversammlung.

Dr. Stefan Groß-Selbeck  
CEO

Ingo Chu  
CFO

Dr. Helmut Becker  
CCO

Jens Pape  
CTO

## DIE XING-AKTIE

### Stammdaten zur XING-Aktie

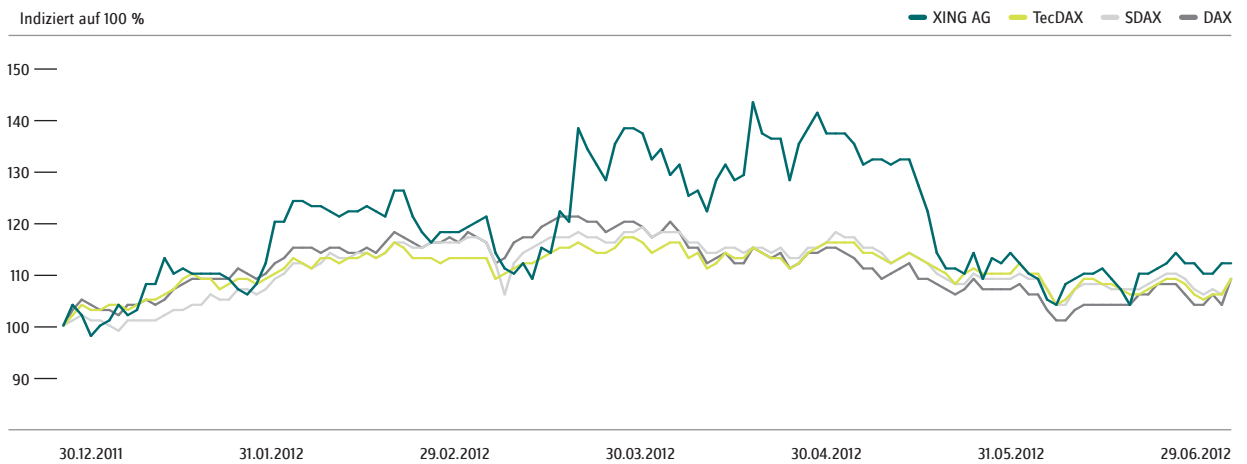
<b>Anzahl Aktien per 30.06.2012</b>	5.474.110
<b>Grundkapital in €</b>	5.474.110,00
<b>Aktienart</b>	Namensaktien
<b>Börsengang</b>	07.12.2006
<b>WKN / ISIN</b>	XNG888 / DE000XNG8888
<b>Bloomberg</b>	OIBC
<b>Reuters</b>	OBCGn.DE
<b>Transparenzlevel</b>	Prime Standard
<b>Index</b>	TecDAX seit 19.09.2011
<b>Sektor</b>	Software

### Kennzahlen zur XING-Aktie auf einen Blick

	HJ 2012	HJ 2011
XETRA-Schlusskurs am Periodenende in €	46,00	54,15
Höchstkurs in €	58,50	58,17
Tiefstkurs in €	44,22	35,50
Marktkapitalisierung am Periodenende in Mio. €	251,8	292,2
Durchschnittliches Handelsvolumen je Handelstag (XETRA)	19.732	17.139
Rang im TecDAX		
nach Handelsumsatz	18	25
nach Free Float-Marktkapitalisierung	24	31
Ergebnis je Aktie (unverwässert) in €	0,74	0,94
Eigenkapital je Aktie in €	8,38	13,15

Die XING-Aktie

Aktienkursverlauf im Vergleich vom 30.12.2011 bis 29.06.2012



Kurs der XING-Aktie am 30.12.2011 41,05 € = 100 %.

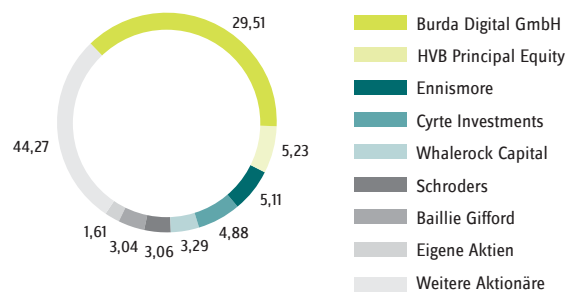
Performance XING-Aktie im Vergleich

HJ 2012

XING AG	+12 %
TecDAX	+9 %
SDAX	+9 %
DAX	+9 %

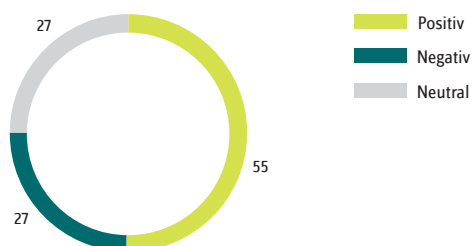
Aktionärsstruktur per 10.08.2012

in %



Analystenempfehlungen für die XING-Aktie per 10.08.2012

in %



# Finanzinformationen

für das erste Halbjahr vom 1. Januar bis 30. Juni 2012

## Konzern-Zwischenlagebericht

- 7 Geschäftsverlauf
- 13 Risikobericht
- 13 Prognose- und Chancenbericht –  
Voraussichtliche Entwicklung

## Konzern-Zwischenabschluss

- 16 Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung
- 17 Konzern-Gesamtergebnisrechnung
- 18 Konzern-Bilanz
- 20 Konzern-Kapitalflussrechnung
- 22 Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung
- 23 Erläuterungen zum Konzern-Zwischenabschluss
- 28 Bescheinigung nach prüferischer Durchsicht
- 29 Versicherung der gesetzlichen Vertreter



# KONZERN-ZWISCHENLAGEBERICHT

für das erste Halbjahr vom 1. Januar bis 30. Juni 2012

## Geschäftsverlauf

### Gesamt- und branchenwirtschaftliche Rahmenbedingungen

#### Allgemeine Wirtschaftslage

Die deutsche Wirtschaft zeigte sich im zweiten Quartal 2012 stabil, dennoch sind die Risiken für die konjunkturelle Erholung wieder stärker ins Blickfeld gerückt. Ökonomen verweisen insbesondere auf externe Risiken angesichts der Sorgen über das Wirtschaftswachstum in der Eurozone. Auch die Stimmungsindikatoren spiegeln die gestiegene Unsicherheit wider. Der ifo Geschäftsklimaindex für die gewerbliche Wirtschaft fiel im Juni auf ein Zwei-Jahrestief, während die Konjunkturerwartungen deutscher Finanzexperten laut ZEW-Index im Juni so stark eingebrochen sind wie seit 1998 nicht mehr.

#### Marktentwicklung

Auch wenn sich die deutsche Binnenkonjunktur im zweiten Jahresviertel 2012 nach Einschätzung des Bundeswirtschaftsministeriums robust darstellt, ist bei Unternehmenskunden eine zögerliche und zunehmend vorsichtige Haltung bezüglich zukünftiger Ausgaben für Marketing und Personal festzustellen. Entsprechende Auswirkungen auf das Wachstum in den Geschäftsbereichen „e-Recruiting“ und „Advertising“ sind möglich.

Der Trend zur Nutzung sozialer Netzwerke gerade bei Führungskräften ist nach wie vor ungebrochen. Nach einer aktuellen Social-Media-Studie von LAB & Company, einer international tätigen Personalberatung, ist XING das mit Abstand am häufigsten genutzte Netzwerk (72 Prozent) für berufliche Themen. Auch im Bereich Social Recruiting liegt XING mit einer Nutzung von 51 Prozent der befragten Personen weit vorn.

#### Wettbewerb

XING ist das soziale Netzwerk für berufliche Kontakte im Internet und steht damit im direkten Wettbewerb zu den auf Business Networking fokussierten Plattformen in Europa. Mit 5,7 Millionen Mitgliedern im deutschsprachigen Raum ist XING Marktführer in Deutschland, Österreich und der Schweiz.

#### Entwicklung der Mitgliederzahlen

In den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2012 hat die Gesellschaft weltweit 677 Tausend neue Mitglieder gewinnen können. Damit ist die Mitgliederbasis weltweit auf 12,39 Millionen per Ende Juni 2012 angestiegen. Der strategische Fokus liegt weiterhin auf der Mitgliedergewinnung im deutschsprachigen Raum - der D-A-CH-Region. Hier hat die XING AG ihr Wachstum in den vergangenen Quartalen gegenüber dem Vorjahr weiter beschleunigt. So konnten im saisonal starken ersten Quartal 233 Tausend neue Mitglieder in der D-A-CH-Region gewonnen werden. Im zweiten Quartal waren es 203 Tausend. Mit 436 Tausend neuen Mitgliedern in der D-A-CH-Region hat die XING AG damit das stärkste Halbjahreswachstum seit 2009 erzielt. Damit pflegen im deutschsprachigen Raum Ende Juni 2012 mehr als 5,7 Millionen Menschen ihre beruflichen Kontakte auf XING.

#### Ertragslage im XING-Konzern

Die XING AG hat im ersten Halbjahr 2012 den Umsatz gegenüber der Vorjahresperiode um 3,8 Mio. € (+11,9 Prozent) ausgeweitet. Dieser Umsatzanstieg wurde u. a. auch durch die Ausweitung der Vertriebsaktivitäten und zusätzliche Marketingmaßnahmen erreicht. Die Ausgaben für Marketing wurden um 0,9 Mio. € bzw. 34,7 Prozent auf 3,4 Mio. € im ersten Halbjahr 2012 erhöht. Die Personalaufwendungen betragen im ersten Halbjahr 14,8 Mio. € gegenüber 11,1 Mio. € in der Vorjahresperiode (+32,8 Prozent) und verdeutlichen die seit dem dritten Quartal 2011 beschleunigten

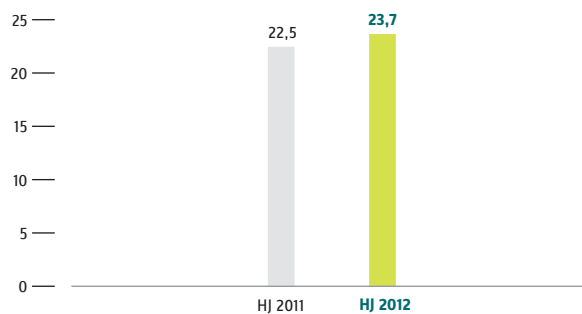
Investitionen u. a. in Produktentwicklung und Vertrieb. Auch die sonstigen betrieblichen Aufwendungen stiegen - im Wesentlichen begründet durch Expansionsaufwendungen - von 7,1 Mio. € auf 7,9 Mio. € (+11,4 Prozent). Insgesamt konnte ein EBITDA von 9,9 Mio. € erzielt werden. Dieses liegt plangemäß durch die erheblichen zusätzlichen Investitionen in Wachstum und Weiterentwicklung der Plattform um 1,4 Mio. € unter dem EBITDA des Vorjahres (11,3 Mio. €). Die EBITDA-Marge, bezogen auf die gesamten Betriebserträge, fiel mit 27,5 Prozent gegenüber der Vorjahresperiode (35,3 Prozent) erwartungsgemäß niedriger aus.

Die planmäßigen Abschreibungen in Höhe von 3,8 Mio. € sind aufgrund verstärkter Investitionen vor allem im Bereich des Rechenzentrums 1,0 Mio. € gegenüber dem Vergleichswert angestiegen. Außerplanmäßige Abschreibungen fielen im ersten Halbjahr 2012 in Höhe von 0,1 Mio. € an (Vorjahresperiode: 0,8 Mio. €).

Das EBIT beträgt damit 6,0 Mio. € im ersten Halbjahr 2012 nach 7,6 Mio. € im gleichen Vorjahreszeitraum. Unter Berücksichtigung des positiven Zinsergebnisses von 0,2 Mio. € (Vorjahresperiode: 0,1 Mio. €) und des Ertragssteueraufwands von 2,2 Mio. € (Vorjahresperiode: 2,7 Mio. €) ergibt sich damit für das erste Halbjahr 2012 ein Konzernergebnis von 4,0 Mio. € (Vorjahresperiode: 5,1 Mio. €).

#### Umsatz „Subscriptions“

in Mio. €



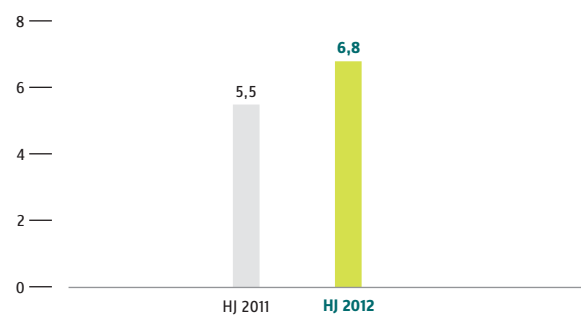
#### Entwicklung der Geschäftsbereiche

##### Entwicklung im Geschäftsbereich „Subscriptions“

Die Zahl der beitragszahlenden Mitglieder in der D-A-CH-Region ist in der ersten Jahreshälfte 2012 leicht angestiegen. Insgesamt hat sich die Wachstumsdynamik aufgrund der starken Fokussierung auf die Beschleunigung des Wachstums von Basismitgliedern und Steigerung der Aktivität jedoch wie erwartet verlangsamt. In der D-A-CH-Region entschieden sich 8 Tausend XING-Mitglieder für die erweiterten Funktionalitäten der Plattform. Nach 7 Tausend neuen zahlenden Mitgliedern im ersten Quartal hat sich im saisonal schwächeren zweiten Quartal 2012 das Nettowachstum auf 1 Tausend verlangsamt. Die Umsatzerlöse der ersten sechs Monate konnten durch die im zweiten Quartal 2011 durchgeführte Änderung der Tarifstruktur sowie dem Verkauf der höherpreisigen Sales-Mitgliedschaft um 5 Prozent auf 23,7 Mio. € gesteigert werden. Aufgrund des dynamischeren Wachstums der vertikalen Geschäftsbereiche hat sich der Umsatzanteil des größten Geschäftsbereichs **Subscriptions** gegenüber dem Vorjahreszeitraum von 71 auf 67 Prozent verringert.

### Umsatz „e-Recruiting“

in Mio. €



### Entwicklung im Geschäftsbereich „e-Recruiting“

Der Geschäftsbereich **e-Recruiting** hat sich als zweitgrößte Ertragssäule der XING AG längst etabliert. Trotz der derzeit leicht gestiegenen Zurückhaltung von Personalabteilungen und Personalagenturen bei Anzeigenschaltungen hat die XING AG den Halbjahresumsatz in diesem Bereich um 24 Prozent gegenüber der Sechsmonatsperiode 2011 auf 6,8 Mio. € gesteigert.

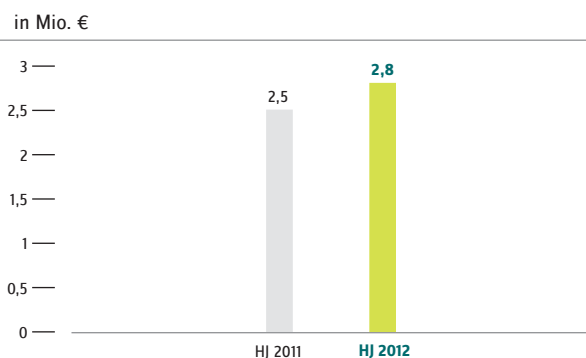
Laut dem Statistischen Bundesamt sind mittlerweile mehr als 53 Prozent aller deutschen Internetnutzer in sozialen Netzwerken aktiv. Wenn es um die Ansprache potenzieller Arbeitnehmer geht, ist die XING-Plattform nach einer Studie des Institute for Competitive Recruiting das meist genutzte Instrument für Social Recruiting. Mit mehr als 5,7 Mio. Profilen im deutschsprachigen Raum verfügt die XING AG über die größte Datenbank von Angestellten und Freiberuflern. Die Möglichkeiten der zielgerichteten Ansprache geeigneter Kandidaten oder auch der passiven Stellenvermarktung im sozialen Kontext können gerade in Zeiten des Fachkräftemangels zu einem Wettbewerbsvorteil werden, wenn berufliche Netzwerke von Personalberatern und Arbeitgebern gezielt eingesetzt werden.

Gerade mit dem Eintreten der jüngeren, internet-affinen Generation in den Arbeitsmarkt sollte der Trend zum Social Recruiting noch zunehmen – denn die Generation, die mit dem Internet aufgewachsen ist, informiert sich in ihrem Online-Netzwerk auch über einen potenziellen Arbeitgeber und stellt an diesen neue Erwartungen: Kandidaten wollen schon vor dem Eintritt ins Unternehmen über die Firmenkultur informiert werden; sie erwarten, über ihr soziales Netzwerk gefunden und auf ein passendes Angebot angesprochen zu werden. Dies gilt für die Zielgruppen Hochschulabsolventen und Young Professionals genauso wie für Fach- und Führungskräfte mit langjähriger Berufserfahrung.

So machen sich innovative Personalmarketing-Verantwortliche gezielt zunutze, dass Recruiting und Employer Branding immer mehr eine Einheit bilden. Gerade kleinere und mittelständische Unternehmen profitieren davon – schließlich können sie zum Beispiel im Business-Netzwerk unabhängig von ihrer Größe durch ein interessantes, interaktiv nutzbares Profil auf sich aufmerksam machen. Je intensiver sie dabei die Empfehlungsmöglichkeit im Netzwerk, die Veröffentlichung karriererelevanter Nachrichten oder auch die Generierung von Followern nutzen, desto größer ist die Chance, begehrte Talente zu erreichen und ihr Interesse zu wecken. Durch die Hebel sozialer Netzwerke lassen sich dabei schon mit moderaten Budgets deutliche Mehrwerte in der kandidaten-orientierten Personalarbeit und im Employer Branding erzielen. Unterstützt wird der Rekrutierungserfolg in sozialen Medien durch die sorgfältige Auswahl passender Profile, die professionelle, individuelle Ansprache sowie das Kandidaten-Handling – dazu gehört auch die zügige Bearbeitung, denn im Netz kommuniziert man in Echtzeit.

Fazit: Mitarbeitersuche ist heute keine kurzfristige Maßnahme mehr. Soziale Netzwerke eröffnen die Chance, in einen dauerhaften Dialog mit Fachkräften zu treten und diesen als Arbeitgeber Transparenz zu bieten. Im sozialen Netzwerk bleiben die Kontaktdaten aktuell – Unternehmer und Kandidaten verlieren sich nicht mehr aus den Augen.

### Umsatz „Advertising“



### Entwicklung im Geschäftsbereich „Advertising“

Im Geschäftsbereich **Advertising** konzentriert sich die XING AG auf die Vermarktung von Werbeflächen (Display Advertising) auf [www.xing.com](http://www.xing.com) sowie bezahlte Unternehmensprofile ([www.xing.com/companies](http://www.xing.com/companies)) und Vorteilsangebote ([www.xing.com/bestoffers](http://www.xing.com/bestoffers)). Insgesamt erzielte die XING AG in diesem Geschäftsbereich einen Umsatz von 2,78 Mio. € im ersten Halbjahr 2012 gegenüber 2,53 Mio. € in den ersten sechs Monaten des Vorjahres.

Bei XING stand im Geschäftsbereich „Advertising“ das zweite Quartal im Zeichen des Ausbaus der Vermarktungsangebote. Eingeführt wurde ein von XING entwickeltes, besonders aufmerksamkeitsstarkes Mobile-Werbeformat: Das Mobile Release Sponsoring. Diese sehr exklusive und derzeit nur bei XING erhältliche Werbeformat überzeugte bereits zur Einführung Ende des zweiten Quartals einen ersten Kunden – die Gelben Seiten. Das Sponsoringformat erscheint einmalig nach dem Update auf die aktuelle Version bzw. nach der Erst- oder Neuinstallation im Login-Screen der Android- und iPhone-App während der User auf die Kontaktsynchronisation wartet. Zudem wird dem Nutzer für 48 Stunden nach der Installation bzw. dem Update ein Reminder desselben Sponsors im Activity Stream angezeigt. Damit erweitert XING sein Werbeformat-Angebot in seinen stark wachsenden mobilen Anwendungen (über 20 Prozent des XING-Traffics kommen bereits über Mobile Devices) und partizipiert vom ebenfalls stark wachsenden Mobile Werbemarkt.

Ein mit einem Partner für XING entwickeltes Selbstbuchungssystem wurde im zweiten Quartal fertiggestellt und inzwischen in einer BETA-Version auf XING.com eingeführt, um zu Beginn insbesondere kleineren und mittelständischen Unternehmen die Möglichkeit zu bieten, Werbung auf XING selbst einzubuchen und mit einem ausgeklügelten Targeting zielgruppengenau auszusteuern.

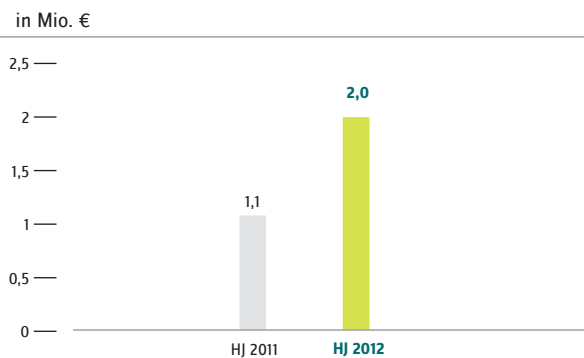
Bereits eingeführte Produkte, wie das sog. „Special“, (ein umsatzstarkes Kooperationsformat für Kunden, die Mehrwert für den User bieten) konnte erneut verkauft und umgesetzt werden.

Zum Ende des zweiten Quartals hat XING den Meilenstein von 100 Tausend Unternehmensprofilen überschritten (25 Prozent Zuwachs im Vergleich zum Vorjahr). Diese Profile werden von Vertretern aus Personal, Marketing oder PR gepflegt und mit Neuigkeiten gespeist. Interessierte können die Profile über die XING Plattform direkt sowie über Google und andere Suchmaschinen aufrufen. Die Sichtbarkeit der Unternehmensprofile in den sogenannten „Natural Listings“ der Suchresultate wurde im zweiten Quartal aus technischer Sicht verbessert, so dass heute bereits 18 Prozent der Besucher via Suchmaschinen auf die XING Unternehmenspräsenzen aufmerksam werden; ein großer Mehrwert besonders für kleinere Unternehmen oder Freiberufler.

Seit Juli können Unternehmensvertreter zudem mediale Inhalte wie Videos, Bilder und PDF-Dokumente in ihrem XING Unternehmensprofil einstellen. Somit lassen sich Dienstleistungen, die eigene Arbeitgebermarke oder Produkte noch anschaulicher präsentieren. Der neue Bereich ist direkt auf der Startseite der jeweiligen Unternehmensprofile eingebunden und sorgt somit auf dem ersten Blick für eine umfassende und aussagekräftige Unternehmenspräsenz. Der Editor eines Unternehmensprofils kann Bilder- und PDF-Dateien direkt hochladen sowie auf Videos von YouTube und Vimeo verlinken. Besucher des Unternehmensprofils können dann die einzelnen Elemente direkt im Profil aufrufen.

Insgesamt sind Branchenexperten für den deutschen Online-Werbemarkt vorsichtig optimistisch. Sollte sich die Konjunktur jedoch verlangsamen erwartet die Gesellschaft entsprechende Kürzungen in den Werbeetats und damit negative Auswirkungen auf die Umsatzentwicklung im Geschäftsbereich „Advertising“.

### Umsatz „New Verticals“ (Events)



#### Entwicklung im Geschäftsbereich „New Verticals“ (Events)

Seit Erwerb der amiamo GmbH Ende 2010 hat sich der jüngste Geschäftsbereich „New Verticals“ (Events) sehr positiv entwickelt. Mit dem professionellen Ticketing-Geschäft wurden in den ersten sechs Monaten des laufenden Geschäftsjahres 2,03 Mio. € Umsatz generiert. Das bedeutet ein Anstieg von 92 Prozent. Damit ist der Events-Bereich das am schnellsten wachsende Geschäftsfeld der XING AG. Im Verlauf des zweiten Quartals konnte beispielsweise der namhafte und führende Konferenz- und Seminaranbieter Euroforum ([www.euroforum.de](http://www.euroforum.de)) als Kunde für die Ticketing-Lösungen sowie das gesamte Einlassmanagement gewonnen werden. Auf internationaler Ebene wurde mit dem französischen Branchenverband der Eventveranstalter ([www.afo-evenements.fr](http://www.afo-evenements.fr)) eine offizielle Partnerschaft eingegangen. In der zweiten Jahreshälfte wird zudem die Verzahnung zwischen der amiamo GmbH und dem XING Event-Bereich noch stärker vorangetrieben und die Bedienfreundlichkeit weiter verbessert.

#### Vermögenslage

Zum Zwischenbilanzstichtag am 30. Juni 2012 lag der Wert der langfristigen Vermögenswerte bei 23,7 Mio. € (31. Dezember 2011: 24,1 Mio. €). Bei einem langfristig gebundenen Kapital von 49,6 Mio. € ergibt sich eine Überdeckung von 208,7 Prozent des langfristigen Kapitals über das langfristige Vermögen (31. Dezember 2011: 46,4 Mio. € entspricht 192,6 Prozent Überdeckung). Gegenüber dem nahezu unveränderten Langfristvermögen hat sich das langfristige Kapital überwiegend aufgrund des Halbjahresergebnisses 2012 (+ 4,0 Mio. €) und Kapitaleinzahlungen aus Aktienoptionsprogrammen (+1,7 Mio. €) erhöht. Gegenläufig wirkte sich die Zahlung einer Dividende für das Geschäftsjahr 2011 in Höhe von 3,0 Mio. € aus.

Auch die kurzfristigen Vermögenswerte ohne Eigenzahlungsmittel blieben mit 9,8 Mio. € gegenüber dem Vergleichszeitpunkt (9,6 Mio. €) fast unverändert. Die Veränderung der kurzfristigen Verbindlichkeiten resultiert im Wesentlichen aus der Bezahlung einer im Vorjahr beschlossenen Sonderdividende von 20,0 Mio. €. Bei einem gleichzeitigen Anstieg der Verpflichtungen aus kurzfristigen Umsatzabgrenzungen und einigen weiteren geringen Änderungen ergibt sich insgesamt eine Minderung von 17,8 Mio. € (33,2 Prozent) auf 35,7 Mio. € (31. Dezember 2011: 53,5 Mio. €).

Damit hat sich die Bilanzsumme zum Stichtag gegenüber dem 31. Dezember 2011 (99,8 Mio. €) um 14,5 Mio. € (14,6 Prozent) auf 85,3 Mio. € verringert. Der Bestand an eigenen liquiden Mitteln ist mit 60,7 Prozent (31. Dezember 2011: 66,3 Prozent) der Bilanzsumme nach wie vor der Hauptposten auf der Aktivseite. Lässt man die von der Amiamo treuhänderisch vereinnahmten Kundenzahlungen für Veranstaltungstickets, die als Fremd-Zahlungsmittel in der Bilanz ausgewiesen werden, außer Acht, beträgt der Anteil an eigenen Zahlungsmitteln an der Bilanzsumme sogar 62,8 Prozent (Vergleichsstichtag: 67,7 Prozent).

### Finanzlage

In den ersten sechs Monaten des Jahres 2012 erzielte der XING-Konzern einen positiven Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit in Höhe von 10,4 Mio. € gegenüber 6,7 Mio. € im ersten Halbjahr 2011. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass der Vorjahres-Cashflow durch periodenfremde Steuernachzahlungen in Höhe von rd. 4,5 Mio. € belastet war. Im Wesentlichen waren für den positiven Cashflow das operative Ergebnis und ein weiterer Anstieg der im Voraus geleisteten Kundenzahlungen in Höhe von 2,0 Mio. € (Vorjahresperiode: +3,2 Mio. €) verantwortlich.

Der Cashflow aus Investitionstätigkeit betrug im ersten Halbjahr 2012 -3,6 Mio. € (Vorjahresperiode: -7,6 Mio. €). Der deutlich höhere Wert des Vorjahres war im Wesentlichen durch die Akquisition der Amiando (-5,1 Mio. €) bedingt.

Der Cashflow aus Finanzierungstätigkeit im ersten Halbjahr 2012 beläuft sich auf -21,2 Mio. €. Im der Vergleichszeitraum 2011 betrug der Cashflow aus Finanzierungstätigkeit +4,0 Mio. €. Die Ausgaben betreffen mit 23 Mio. € Dividendenzahlungen an Aktionäre (davon 20,0 Mio. € Sonderzahlung aus Kapitalrückgewähr; Vorjahresperiode: 0,0 €). Demgegenüber stehen Einzahlungen aus Optionsausübungen und dem Verkauf eigener Aktien im Rahmen von Optionsprogrammen in Höhe von 1,7 Mio. € (Vorjahresperiode: 4,0 Mio. €).

Zum Ende der Periode beliefen sich die liquiden Eigenmittel des XING-Konzerns auf 51,7 Mio. € gegenüber 62,2 Mio. € am Ende des ersten Halbjahres 2011. Zusätzlich werden 2,9 Mio. € Fremdmittel verwaltet.

Die Cashflow-Marge liegt mit 29,3 Prozent (Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit/Umsatz aus Dienstleistungen) wie bereits seit Jahren auf einem hohen Niveau. Dies bestätigt die Werthaltigkeit des Geschäfts und ermöglicht weitere Wachstumsinvestitionen.

Mit einer Eigenkapitalquote von 53,8 Prozent zum 30. Juni 2012 (31. Dezember 2011: 42,7 Prozent) ist der XING-Konzern nach wie vor überwiegend durch Eigenkapital finanziert. Dies stellt eine solide Basis dar, die der Gesellschaft auch bei möglichen negativen Entwicklungen eine hohe Stabilität verleiht.

### Produktentwicklung

#### Blog-Import per RSS

Im Juni 2012 veröffentlichte XING im Rahmen der Beta Labs das Feature: Blog-Import per RSS. Damit machen wir es unseren Mitgliedern noch einfacher, ihre im Blog oder auf ihrer Website vertretenen Meinungen und die gezeigte Expertise auch gleichzeitig im beruflichen Netzwerk zu präsentieren. Dazu fügen unsere Mitglieder lediglich ein weiteres Web-Profil von sich hinzu. Danach werden Inhalte eines Blogs oder Content-Management-Systems automatisch als neue Mitteilung an das eigene Netzwerk übertragen - mit den gewohnten Optionen zum weiteren Teilen und Diskutieren.

Die Beta Labs sind eine Innovationsplattform auf XING. Hier werden neue Funktionen in einem frühen Entwicklungsstadium für eine begrenzte User-Gruppe bereitgestellt. Unsere Mitglieder helfen uns mit ihrem Feedback, die neuen Features zu verbessern.

#### Profileinträge bestätigen

Ebenfalls im Juni 2012 wurde im Rahmen der Beta Labs die neue Funktion „Profileinträge bestätigen“ eingeführt. Damit hat XING zwei wichtige Elemente für das Berufsleben zusammengeführt: die eigenen Kompetenzen und Erfahrungen - sichtbar im Mitglieder-Profil - und die beruflichen Kontakte. Mit dem neuen Feature wird das Netzwerk zum Fürsprecher der eigenen Fähigkeiten: Profilbesucher können Einträge, die Mitglieder in ihrem Profil unter „Ich biete“ angegeben haben, bestätigen - egal, ob sie ein direkter Kontakt sind oder nicht. Bestätigte Kompetenzen erscheinen in den Netzwerk-Neuigkeiten sowohl des Bestätigten als auch des Bestätigenden. So können unsere Mitglieder viral die Aufmerksamkeit für ihre Qualifikationen steigern und langfristig ihre Online-Reputation gestalten. Um Einträge für die Bestätigung freizugeben, müssen unsere Nutzer das Feature zunächst in den Beta Labs aktivieren.

## Risikobericht

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

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 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 Informationsmaterial mit dem Risikomanagementsystem vertraut.

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

Die Tochtergesellschaft amianto GmbH wurde im Jahr 2011 in das Risikomanagementsystem des Konzerns integriert. Auch dort werden potenzielle Risiken laufend identifiziert und analysiert und Risikoverantwortliche und Führungskräfte quartalsweise zum Risikostatus befragt. Durch diese Integration ist sichergestellt, dass aus der Tochtergesellschaft herrührende Risiken, die sich nachhaltig negativ auf den Konzern auswirken könnten, frühzeitig erkannt werden.

## Prognose- und Chancenbericht – Voraussichtliche Entwicklung

### Voraussichtliche Entwicklung der Ertragslage

Die XING AG hat die Diversifizierung der Umsatz- und Erlösquellen weiter forciert. Im laufenden Geschäftsjahr verfolgt die Gesellschaft zwei wesentliche Ziele: Mitgliederwachstum und Aktivitätssteigerung – also nicht finanzielle Performance-Indikatoren – haben eine deutlich höhere Priorität als die Steigerung von finanziellen Kennzahlen. Das Management ist optimistisch, auch in den kommenden zwei Jahren die Umsätze und das um einmalige Sondereinflüsse bereinigte operative Ergebnis (EBITDA) steigern zu können. Zu bereinigende Sondereinflüsse sind beispielsweise Restrukturierungsaufwendungen, Veräußerungsergebnisse, Wertminderungsaufwendungen, weitere nicht operative Aufwendungen sowie andere nicht operative Erträge. Bei den Sondereinflüssen handelt es sich um einmalig bzw. selten auftretende positive oder negative Effekte, die in ihrer Art und Höhe ungewöhnlich sowie von wesentlicher Bedeutung sind und damit das Ergebnis der Geschäftstätigkeit überlagern.

### Voraussichtliche Finanz- und Vermögenslage

Die XING AG verfügt über ein starkes Geschäftsmodell. Ein signifikanter Umsatzanteil – auch in den vertikalen Geschäftsbereichen – wird von Kunden/Mitgliedern im Voraus entrichtet. Entsprechend hoch ist der operative Cashflow der Gesellschaft. Die vorhandene Liquidität wird nicht zur Finanzierung des operativen Geschäfts benötigt. Das Investitionsvolumen wird in den kommenden zwei Jahren im hohen einstelligen Millionenbereich pro Jahr liegen. Darüber hinaus ist die XING AG unverschuldet und verfügt damit über ein hohes Maß an finanzieller Flexibilität auch in den kommenden Jahren.

## Chancenbericht

Die XING-Plattform ist mit mehr als 5,7 Millionen Mitgliedern die größte und gleichzeitig aktivste Business-Community im deutschsprachigen Raum. Sie bietet die Basis für zahlreiche Chancen, um den Erfolg und die guten finanziellen Ergebnisse sowie die hohe Profitabilität der XING AG in den kommenden Jahren fortzusetzen oder auszuweiten. Das Wachstumspotenzial ist erheblich. So liegt die Penetrationsrate von beruflichen Netzwerken in der D-A-CH-Region derzeit bei rund sechs Prozent. In anderen europäischen Ländern haben berufliche Netzwerke bereits mehr als 15 Prozent der Gesamtbevölkerung erreicht. Hieraus ergibt sich auch für die Kernmärkte der XING AG weiteres Wachstumspotenzial in den kommenden Jahren – auch durch bessere Durchdringung neuer Zielgruppen wie beispielsweise Studenten oder weiterer Branchen. Die Innovationskraft der XING AG und die damit verbundenen Plattformverbesserungen und Produktneuerungen wie XING Beta Labs, der mobile Bereich und die Öffnung der Plattform für Drittanbieter (API) eröffnen ebenfalls zahlreiche Chancen, die Gesamtaktivität der Community weiter zu steigern oder auch neue Monetarisierungspotenziale zu identifizieren.

### „Subscriptions“

In der Folge kann auch der mit 67 Prozent Umsatzanteil größte Geschäftsbereich „Subscriptions“ durch Konvertierung von Basis- zu Premium-Mitgliedschaften sowie der Etablierung weiterer neuer Mitgliedschaftsformen – beispielsweise die im November 2011 eingeführte „Sales-Mitgliedschaft“ – neue Kundensegmente ansprechen und auch in diesem Bereich weitere Wachstumsimpulse geben. Insgesamt wird sich das Umsatzwachstum in diesem Geschäftsbereich aufgrund des bereits erreichten hohen Anteils zahlender Mitglieder naturgemäß weiter verlangsamen und der Umsatzanteil wird in den kommenden Jahren zugunsten der vertikalen Geschäftsbereiche weiter abnehmen.

### „e-Recruiting“

Im Geschäftsbereich „e-Recruiting“ bietet die Gesellschaft einen effizienten und kostengünstigen Kanal, offene Positionen auszuschreiben sowie talentiertes Personal zu identifizieren und anzusprechen. Nach Einschätzung des Managements gibt es in diesem Bereich zwei wesentliche Chancen für die XING AG, sich als der führende deutsche Anbieter im Social Media-Recruitment zu etablieren. Einerseits wird sich der Anteil von „Offline-Stellenanzeigen“ in Tageszeitungen, Magazinen etc. weiter verringern und in der Zukunft entsprechend höhere Personalmarketingbudgets in den Bereich „Online-Stellenanzeigen“ fließen. Andererseits werden diese Budgets nach Einschätzung der XING AG weg von traditionellen Online-Stellenanzeigen immer stärker hin zu „Social Media-Recruiting“ fließen. Diese Einschätzung wird auch durch eine aktuelle Umfrage des Portals [www.socialmedia-recruiting.com](http://www.socialmedia-recruiting.com) bestätigt. So sehen knapp 60 Prozent aller befragten Personalverantwortlichen Handlungsbedarf für den Bereich „Social Media-Recruiting“. Diese Trends bieten zahlreiche Chancen, die Umsätze des Geschäftsbereichs „e-Recruiting“ in den kommenden Jahren weiter zu steigern.

### „Advertising“

Im Geschäftsbereich „Advertising“ werden die Umsätze und Erträge im Wesentlichen mit der Vermarktung von Werbeflächen auf [www.xing.com](http://www.xing.com) (Display Advertising) sowie den kostenpflichtigen Unternehmensprofilen (Company Profiles) generiert. Weitere Potenziale und Chancen ergeben sich in diesem Bereich aus einer steigenden Plattformnutzung, der Einführung neuer Werbeformen und -formate sowie einem weiter zunehmenden Interesse von Unternehmen, ihre Social Media-Kommunikationsstrategie auszuweiten und eigene Präsenzen in beruflichen Netzwerken wie XING aufzubauen und zu pflegen. Eine Verschlechterung der konjunkturellen Entwicklung wird sich nach Einschätzung der Gesellschaft allerdings negativ auf die Werbeerträge auswirken.



**„New Verticals“ (Events)**

Der jüngste Geschäftsbereich „New Verticals“ umfasst das Event-Geschäft der XING AG. Seit dem ersten Quartal 2011 erwirtschaftet die XING AG über die amiamo GmbH Umsatzerlöse mit der Abwicklung und Vermarktung kostenpflichtiger Events. Damit hat sich die Gesellschaft weiteres Wachstumspotenzial erschlossen. Die Studie „Social Media & Events Report 2012“ belegt die starke Bedeutung von Social Media als Marketing Tool für die Event-Branche. Und durch die Integration der Ticketing-Funktion in die XING-Plattform, die weitere internationale Expansion dieses Teilbereichs und die Etablierung mobiler Anwendungen in den kommenden Jahren, kann sich dieser Geschäftsbereich zu einer wichtigen und wachstumsstarken Säule für die XING AG entwickeln.

Hamburg, 13. August 2012

Der Vorstand

Dr. Stefan Groß-Selbeck

Ingo Chu

Dr. Helmut Becker

Jens Pape

# KONZERN-ZWISCHENABSCHLUSS

für das erste Halbjahr vom 1. Januar bis 30. Juni 2012

## Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

für das erste Halbjahr vom 1. Januar bis 30. Juni 2012

in Tsd. €	01.01.2012 - 30.06.2012	01.01.2011 - 30.06.2011	01.04.2012 - 30.06.2012	01.04.2011 - 30.06.2011
Umsatzerlöse aus Dienstleistungen	35.338	31.588	17.877	16.171
Sonstige betriebliche Erträge	554	391	313	157
<b>Gesamte Betriebserträge</b>	<b>35.892</b>	<b>31.979</b>	<b>18.190</b>	<b>16.328</b>
Personalaufwand	-14.775	-11.123	-7.489	-5.675
Marketingaufwand	-3.357	-2.492	-1.502	-1.353
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-7.873	-7.070	-4.112	-3.629
<b>EBITDA</b>	<b>9.887</b>	<b>11.294</b>	<b>5.087</b>	<b>5.671</b>
Abschreibungen	-3.900	-3.651	-2.075	-2.184
<b>EBIT</b>	<b>5.987</b>	<b>7.643</b>	<b>3.012</b>	<b>3.487</b>
Finanzerträge	243	97	120	65
Finanzaufwendungen	-8	0	-5	0
<b>EBT</b>	<b>6.222</b>	<b>7.740</b>	<b>3.127</b>	<b>3.552</b>
Ertragsteuern	-2.180	-2.676	-1.059	-1.183
<b>Periodenergebnis</b>	<b>4.042</b>	<b>5.064</b>	<b>2.068</b>	<b>2.369</b>
Ergebnis je Aktie (unverwässert) in €	0,74	0,94	0,38	0,44
Ergebnis je Aktie (verwässert) in €	0,73	0,93	0,38	0,43

## Konzern-Gesamtergebnisrechnung

für das erste Halbjahr vom 1. Januar bis 30. Juni 2012

in Tsd. €	01.01.2012 - 30.06.2012	01.01.2011- 30.06.2011	01.04.2012 - 30.06.2012	01.04.2011- 30.06.2011
Periodenergebnis	4.042	5.064	2.068	2.369
Unterschiede aus der Währungsumrechnung	3	-11	3	-2
<b>Sonstiges Ergebnis</b>	<b>3</b>	<b>-11</b>	<b>3</b>	<b>-2</b>
<b>Gesamtergebnis</b>	<b>4.045</b>	<b>5.053</b>	<b>2.071</b>	<b>2.367</b>

## Konzern-Bilanz

zum 30. Juni 2012

Aktiva in Tsd. €	30.06.2012	31.12.2011
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>		
Immaterielle Vermögenswerte		
Erworbene Software	2.619	2.296
Selbst entwickelte Software	7.053	7.072
Geschäfts- oder Firmenwert	5.574	5.574
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	2.263	2.915
Sachanlagen		
Mietereinbauten	797	850
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	4.642	4.512
Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	0	20
Finanzanlagen		
Beteiligungen	51	51
Andere finanzielle Vermögenswerte	23	23
Latente Steueransprüche	717	758
	<b>23.739</b>	<b>24.071</b>
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>		
Forderungen und sonstige Vermögenswerte		
Forderungen aus Dienstleistungen	5.198	5.663
Ertragsteuerforderungen	96	7
Sonstige Vermögenswerte	1.623	1.888
Zahlungsmittel und kurzfristige Einlagen		
Eigene Zahlungsmittel und kurzfristige Einlagen	51.720	66.196
Fremd-Zahlungsmittel	2.889	2.021
	<b>61.526</b>	<b>75.775</b>
	<b>85.265</b>	<b>99.846</b>

<b>Passiva</b> in Tsd. €	<b>30.06.2012</b>	<b>31.12.2011</b>
<b>Eigenkapital</b>		
Gezeichnetes Kapital	5.474	5.426
Eigene Aktien	-2.055	-2.367
Kapitalrücklagen	15.393	14.008
Sonstige Rücklagen	16.237	15.700
Bilanzgewinn	10.851	9.829
	<b>45.900</b>	<b>42.596</b>
<b>Langfristige Verbindlichkeiten</b>		
Latente Steuerverbindlichkeiten	2.392	2.510
Erlösabgrenzung	1.258	1.248
	<b>3.650</b>	<b>3.758</b>
<b>Kurzfristige Verbindlichkeiten</b>		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	724	1.060
Erlösabgrenzung	23.595	21.617
Ertragsteuerverbindlichkeiten	0	30
Sonstige Verbindlichkeiten	11.396	30.785
	<b>35.715</b>	<b>53.492</b>
	<b>85.265</b>	<b>99.846</b>

## Konzern-Kapitalflussrechnung

für das erste Halbjahr vom 1. Januar bis 30. Juni 2012

in Tsd. €	01.01.2012 - 30.06.2012	01.01.2011 - 30.06.2011
Ergebnis vor Steuern	6.222	7.740
Abschreibungen auf aktivierte Entwicklungskosten	1.174	1.651
Abschreibungen	2.726	2.000
Personalkosten Aktienoptionsprogramm	268	467
Personalkosten Mitarbeiteraktien	266	0
Zinserträge	-243	-95
Erhaltene Zinsen	301	95
Gezahlte Steuern	-2.384	-7.141
Veränderung der Forderungen und sonstiger Aktiva	680	-1.599
Veränderung der Verbindlichkeiten und sonstiger Passiva	228	2.936
Veränderung der sonstigen Aktiva und Passiva durch die Akquisition konsolidierter Unternehmen	0	-1.802
Veränderung der Erlösabgrenzung	1.988	3.202
Eliminierung amianto Fremdverpflichtung	-868	-724
<b>Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit</b>	<b>10.358</b>	<b>6.730</b>
Auszahlung für aktivierte Aufwendungen selbst entwickelter Software	-1.155	-1.359
Auszahlung für den Erwerb von Software	-1.082	-402
Auszahlungen für den Erwerb von sonstigen immateriellen Vermögenswerten	0	-25
Auszahlungen für den Erwerb von Sachanlagen	-1.372	-754
Auszahlung für Akquisition konsolidierter Unternehmen (abzüglich erworbener Finanzmittel)	0	-5.074
<b>Cashflow aus Investitionstätigkeit</b>	<b>-3.609</b>	<b>-7.614</b>

in Tsd. €	01.01.2012 - 30.06.2012	01.01.2011 - 30.06.2011
Auszahlung Kapitalrückgewähr	-19.953	0
Auszahlung Dividende	-3.020	0
Einzahlung aus Verkauf eigener Aktien	312	750
Einzahlung aus Optionsausübungen	1.433	3.273
<b>Cashflow aus Finanzierungstätigkeit</b>	<b>-21.228</b>	<b>4.023</b>
Differenzen aus der Währungsumrechnung	3	-21
<b>Zahlungswirksame Veränderung des Eigen-Finanzmittelbestands</b>	<b>-14.476</b>	<b>3.118</b>
Eigen-Finanzmittelbestand zu Beginn der Periode	66.196	59.036
<b>Eigen-Finanzmittelbestand am Ende der Periode<sup>1)</sup></b>	<b>51.720</b>	<b>62.154</b>
Fremd-Finanzmittelbestand zu Beginn der Periode	2.021	0
Konsolidierungsbedingte Zuführung des Fremd-Finanzmittelbestands	0	1.343
Veränderung des Fremd-Finanzmittelbestands	868	724
<b>Fremd-Finanzmittelbestand am Ende der Periode</b>	<b>2.889</b>	<b>2.067</b>

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

## Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung

für das erste Halbjahr vom 1. Januar bis 30. Juni 2012

in Tsd. €	Gezeichnetes Kapital	Kapital- rücklagen	Eigene Anteile	Sonstige Rücklagen	Bilanz- gewinn	Eigenkapital Summe
<b>Stand 01.01.2011</b>	<b>5.292</b>	<b>29.586</b>	<b>-3.041</b>	<b>14.867</b>	<b>14.475</b>	<b>61.179</b>
Währungsumrechnung	0	0	0	-11	0	-11
Jahresergebnis	0	0	0	0	5.064	5.064
<b>Gesamtes Periodenergebnis</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>-11</b>	<b>5.064</b>	<b>5.053</b>
Kapitalerhöhung aus anteilsbasierter Vergütung	102	3.385	0	0	0	3.487
Verkauf eigener Aktien	0	76	674	0	0	750
Personalkosten aus						
Aktionsoptionsprogramm	0	0	0	467	0	467
Mitarbeiteraktien	0	0	0	0	0	0
<b>Stand 30.06.2011</b>	<b>5.394</b>	<b>33.047</b>	<b>-2.367</b>	<b>15.323</b>	<b>19.539</b>	<b>70.936</b>
<b>Stand 01.01.2012</b>	<b>5.426</b>	<b>14.008</b>	<b>-2.367</b>	<b>15.700</b>	<b>9.829</b>	<b>42.596</b>
Währungsumrechnung	0	0	0	3	0	3
Jahresergebnis	0	0	0	0	4.042	4.042
<b>Gesamtes Periodenergebnis</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>4.042</b>	<b>4.045</b>
Kapitalerhöhung aus anteilsbasierter Vergütung	48	1.385	0	0	0	1.433
Dividendenzahlung	0	0	0	0	-3.020	-3.020
Verkauf eigener Aktien	0	0	312	0	0	312
Personalkosten aus						
Aktionsoptionsprogramm	0	0	0	268	0	268
Mitarbeiteraktien	0	0	0	266	0	266
<b>Stand 30.06.2012</b>	<b>5.474</b>	<b>15.393</b>	<b>-2.055</b>	<b>16.237</b>	<b>10.851</b>	<b>45.900</b>



## Erläuterungen zum Konzern-Zwischenabschluss

für das erste Halbjahr vom 1. Januar bis 30. Juni 2012

### Grundlagen der Abschlusserstellung sowie Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Der verkürzte Konzern-Zwischenabschluss für das am 30. Juni 2012 endende Halbjahr 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 2011 zu lesen.

Der Betrachtungszeitraum umfasst den Zeitraum vom 1. Januar 2012 bis zum 30. Juni 2012. Als Vergleichsperiode wird der Zeitraum vom 1. Januar 2011 bis zum 30. Juni 2011 dargestellt.

Der Konzern-Zwischenabschluss und der Konzern-Zwischenlagebericht zum 30. Juni 2012 der XING AG wurden durch den Vorstand am 13. August 2012 zur Veröffentlichung freigegeben.

Die angewandten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden des verkürzten Konzern-Zwischenabschlusses entsprechen den angewandten Methoden im Konzernabschluss zum 31. Dezember 2011. Eine Ausnahme von diesem Grundsatz bilden folgende zum 1. Januar 2012 erstmals angewandte Standards und Interpretationen:

**Neue und geänderte Standards und Interpretationen, die erstmals anzuwenden waren, hatten keine Auswirkung auf Rechnungslegungsmethoden oder die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns:**

#### Änderung des IAS 12 - Latente Steuern: Realisierung zugrunde liegender Vermögenswerte

Die Änderung stellt klar, wie latente Steuern auf als Finanzinvestitionen gehaltene Immobilien, die zum beizulegenden Zeitwert bewertet werden, zu ermitteln sind. Die Änderung des Standards hat auf den Abschluss der XING keinen Einfluss, da XING keine derartigen Immobilien hat.

#### Änderung von IFRS 7 - Finanzinstrumente: Angaben bei Übertragungen finanzieller Vermögenswerte

Die Änderung bestimmt umfangreiche neue Angaben zu übertragenen finanziellen Vermögenswerten, die nicht vollständig ausgebucht wurden, um den Adressaten des Konzernabschlusses ein Verständnis über diese Vermögensgegenstände und die zugehörigen Schulden zu ermöglichen. Bei vollständiger Ausbuchung der übertragenen finanziellen Vermögenswerte werden Angaben gefordert, sofern ein Engagement beibehalten wird.

#### Änderung von IFRS 1 - Drastische Hyperinflation und Streichung der festen Daten für erstmalige Anwender

Wenn bei einer rechnungslegenden Einheit, deren funktionale Währung einer drastischen Hyperinflation unterlegen hat, der Zeitpunkt der Umstellung auf IFRS am oder nach dem Zeitpunkt der Normalisierung der funktionalen Währung liegt, dann kann die Einheit wahlweise alle Vermögenswerte und Schulden, die vor dem Zeitpunkt der Normierung der funktionalen Währung gehalten wurden, zum beizulegenden Zeitwert zum Zeitpunkt der Umstellung auf IFRS bewerten.

Weitere neue oder geänderte veröffentlichte, aber noch nicht verpflichtend anzuwendende Standards und Interpretationen wurden vom Konzern nicht vorzeitig angewandt.

Die Nutzungsdauer der selbsterstellten User-Plattform der XING AG wurde zum 1. Januar 2012 auf fünf Jahre neu festgelegt. Die Restnutzungsdauer für die selbst entwickelte Website beträgt somit am 30. Juni 2012 noch 54 Monate.

## Konsolidierungskreis

Der Konsolidierungskreis im Konzern-Zwischenabschluss umfasst folgende Unternehmen:

	30.06.2012 in %	31.12.2011 in %	Erstkonsolidierung	Eigenkapital Stand 30.06.2012 in Tsd. €	Ergebnis Q2 2012 in Tsd. €
XING Hong Kong Ltd., Hongkong, China	100	100	2006	-50	-1
openBC Network Technology (Beijing) Co. Ltd., Beijing, China	100	100	2006	30	0
Grupo Galenicom Tecnologias de la Informacion (eConozco), S.L., Barcelona, Spanien	100	100	2007	-13	-3
XING International Holding GmbH, Hamburg, Deutschland	100	100	2007	-32	-1
XING Networking Spain, S.L., Barcelona, Spanien <sup>1)</sup>	100	100	2007	109	-51
EUDA Uluslararası Danışmanlık ve Bilisim Hizmetleri Limited Sirketi (XING Turkey), Istanbul, Türkei <sup>2)</sup>	100	100	2008	92	-5
XING Switzerland GmbH, Sarnen, Schweiz <sup>1)</sup>	100	100	2008	41	4
XING Italy S.R.L., Mailand, Italien <sup>1)</sup>	100	100	2009	35	0
Socialmedian Inc., Wilmington, Delaware, USA	100	100	2009	0	0
XING İnsan Kaynakları Uluslararası Danışmanlık Hizmetleri Ltd. Sti., Istanbul, Türkei <sup>2)</sup>	100	100	2010	-5	-1
amiando GmbH, Hamburg, Deutschland	100	100	2010	-1.273	-1.306

<sup>1)</sup> 100 Prozent werden mittelbar über Anteile in Höhe von 100 Prozent an der XING International Holding GmbH, Hamburg, Deutschland, gehalten.

<sup>2)</sup> Anteile in Höhe von 99,5 Prozent werden mittelbar durch die XING International Holding GmbH, Hamburg, Deutschland, und 0,5 Prozent der Anteile werden direkt von der XING AG gehalten.

## Unternehmenserwerbe

Im Dezember 2010 erwarb die XING AG die Kronen tausend 615 GmbH mit Sitz in Berlin mit einem gezeichneten Kapital von 25 Tsd. €, welche anschließend umfirmiert wurde in XING Events GmbH mit Sitz in Hamburg. Diese erwarb im Dezember 2010 100 Prozent der Anteile der Münchner Events-Plattform amiando AG. Die Übertragung der Aktien erfolgte am 5. Januar 2011. Der Kaufpreis bestand aus einem Fixanteil in Höhe von 7,4 Mio. € zahlbar in zwei Raten (5,4 Mio. € in 2011 nach dem Closing und

2,0 Mio. € Ende 2012). Zusätzlich wurden Earnouts in einer Höhe von 0,4 Mio. € vereinbart. Die Auszahlung der Earnouts sowie der 2. Kaufpreisrate soll am 31. Dezember 2012 erfolgen.

Die amiando AG wurde rückwirkend zum 30. Dezember 2010 auf die XING Events GmbH, bei gleichzeitiger Neufirmierung in amiando GmbH, verschmolzen. Die Erstkonsolidierung erfolgte zum Zeitpunkt der Aktienübertragung am 5. Januar 2011 unter Berücksichtigung der Verschmelzung der beiden Gesellschaften.

Der Zahlungsmittelabfluss in 2011 aufgrund des Unternehmenserwerbs ist nachfolgend aufgezeigt:

in Tsd. €	
Mit dem Tochterunternehmen erworbene Zahlungsmittel	1.343
abzgl. erworbene Fremd-Zahlungsmittel	-1.343
	<b>0</b>
Abfluss von Zahlungsmittel (1. Rate)	-5.411
<b>Zahlungsmittelabfluss (Saldo)</b>	<b>-5.411</b>

Die im Rahmen der Kaufpreisallokation (PPA) ermittelten Zeitwerte der identifizierten Vermögensgegenstände und Schulden der amianto GmbH stellen sich zum Erstkonsolidierungszeitpunkt wie folgt dar:

Erstkonsolidierung	
in Tsd. €	05.01.2011
Kaufpreis unter Einbeziehung möglicher Earnouts	7.821
Eigenkapital der XING Events GmbH	-27
Eigenkapital der amianto AG	539
<b>Wert Kaufpreisaufteilung</b>	<b>8.333</b>
Wert selbsterstellte Software	-445
Wert Marke/Domain	-1.205
Wert Kundenbeziehungen	-1.015
Aktive latente Steuern	-973
Passive latente Steuern	879
<b>Geschäfts- oder Firmenwert</b>	<b>5.574</b>

Die Kaufpreisallokation wurde zum 5. Januar 2011 vorgenommen. Der Geschäfts- oder Firmenwert ist auf erwartete Synergien und andere Effekte aus den Aktivitäten der amianto zurückzuführen.

Die amianto GmbH hat im ersten Halbjahr 2012 einen Umsatz in Höhe von 2.026 Tsd. € (Vorjahresperiode: 1.056 Tsd. €) und ein Ergebnis in Höhe von -1.306 Tsd. € (Vorjahresperiode: -1.168 Tsd. €) erwirtschaftet.

## Mitarbeiteraktien- und Aktienoptionsplan

Es wurden im Betrachtungszeitraum 3.450 Mitarbeiteraktien im Rahmen des bestehenden Mitarbeiteraktienprogramms 2011 an Mitarbeiter ausgegeben. Der Gesamtaufwand für die bestehenden und neuen Zusagen betrug im ersten Halbjahr 2012 in Summe 266 Tsd. € (Vorjahresperiode: 0 Tsd. €).

Neue Aktienoptionen wurden im ersten Halbjahr 2012 nicht ausgegeben. Der Gesamtaufwand für die bestehenden Zusagen betrug im Berichtszeitraum 268 Tsd. € (Vorjahresperiode: 467 Tsd. €).

Die Bewertung der jeweiligen Aktien- bzw. Aktienoptionszusagen wurde von Mercer Deutschland GmbH vorgenommen.

## Eigene Aktien

Zur Bedienung von Ansprüchen aus Aktienoptionsprogrammen wurden im ersten Halbjahr 2012 insgesamt 11.892 eigene Aktien an Anspruchsberechtigte verkauft (Vorjahresperiode: 25.000). Der Erlös betrug 312 Tsd. €. Zum 30. Juni 2012 verfügte die XING AG noch über 75.940 eigene Aktien (Vorjahresperiode: 87.832 Aktien).

## Zu- und Abgänge von Vermögenswerten

Der Konzern tätigte Investitionen für den Erwerb von EDV-Software und -Hardware sowie sonstiger Geschäftsausstattung im ersten Halbjahr 2012 in Höhe von 2.454 Tsd. € (Vorjahresperiode: 1.181 Tsd. €). Außerdem wurden 1.155 Tsd. € (Vorjahresperiode: 1.359 Tsd. €) in die Entwicklung eigener Software investiert.

Neben der planmäßigen Abschreibung der Plattform wurden im ersten Halbjahr 2012 außerplanmäßige Abschreibungen aufgrund der anhaltenden Neugestaltung und Weiterentwicklung der Plattform in Höhe von 135 Tsd. € (Vorjahresperiode: 799 Tsd. €) vorgenommen.

## Eigenkapital

Zur Analyse der Veränderungen des Eigenkapitals verweisen wir auf die Eigenkapitalveränderungsrechnung.

## Dividendenzahlung

Gemäß Beschluss der Hauptversammlung vom 14. Juni 2012 hat die XING AG am 15. Juni 2012 eine Dividende für das Geschäftsjahr 2011 in Höhe von 0,56 € pro Aktie ausgeschüttet. Bei 5.393.783 dividendenberechtigten Aktien entspricht das einer Auszahlungssumme von 3.020.518,48 €.

## Zusammensetzung der sonstigen betrieblichen Aufwendungen

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

in Tsd. €	01.01.2012 - 30.06.2012	01.01.2011 - 30.06.2011
IT-Dienstleistungen, betriebswirtschaftliche Dienstleistungen und Dienstleistungen für neue Märkte	2.074	1.358
Raumkosten	1.455	635
Kosten für Zahlungsabwicklung	849	840
Leasing, Server-Hosting, Verwaltung und Traffic	687	1.043
Reise-, Bewirtungs- und sonstige Geschäftskosten	676	587
Rechtsberatungs- und Buchführungskosten	538	979
Sonstige Personalkosten	389	289
Fortbildungskosten	191	138
Telefon/Mobilfunk/Porto/Kurier	175	120
Prüfungskosten	153	120
Aufsichtsratsvergütung	140	103
Forderungsverluste	77	93
Bürobedarf	74	74
Übrige	395	691
<b>Gesamt</b>	<b>7.873</b>	<b>7.070</b>

Die Erhöhung der Raumkosten hängt im Wesentlichen mit der Anmietung weiterer Büroräume zusammen, die im Zuge der Expansion sowohl bei XING als auch bei amando nötig war.

Die übrigen Aufwendungen umfassen im Wesentlichen periodenfremde Aufwendungen, Kursdifferenzen, Versicherungen und Beiträge sowie Sonstiges.

## Segmentinformationen

Die XING AG verfügt über ein berichtspflichtiges Segment mit den Bereichen „Subscriptions“ (Abonnement-Mitgliedschaften), „e-Recruiting“ (Stellenanzeigen und Recruiter-Mitgliedschaften), „Advertising“ (Display Advertising, Enterprise Groups, Best Offers und Unternehmensprofile), „New Verticals“ (Events) und „Other“. Für den Zuwachs im Bereich „New Verticals“ ist vor allem der plangemäße Ausbau der Aktivitäten mit der im Januar 2011 neu erworbenen amando-Plattform verantwortlich.

Die aufgeteilten Umsätze des Berichtszeitraums sind in den nachfolgenden Tabellen abgebildet:

in Tsd. €	01.01.2012 - 30.06.2012	01.01.2011 - 30.06.2011
Subscriptions	23.672	22.456
e-Recruiting	6.843	5.521
Advertising	2.779	2.529
New Verticals (Events)	2.029	1.056
Other	15	26
<b>Gesamt</b>	<b>35.338</b>	<b>31.588</b>

in Tsd. €	01.01.2012 – 30.06.2012	01.01.2011 – 30.06.2011
D-A-CH	33.604	30.200
International	1.734	1.388
<b>Gesamt</b>	<b>35.338</b>	<b>31.588</b>

Auf die Darstellung des langfristigen Vermögens wird aufgrund unwesentlicher Veränderungen verzichtet.

### Eventualverbindlichkeiten

Wie im Vorjahr hatte der Konzern im ersten Halbjahr 2012 keine Vermögensgegenstände geleast. Weitere Eventualverbindlichkeiten bestehen und bestanden auch in der Vergleichsperiode nicht.

### Nahe stehende Unternehmen und Personen

Im ersten Halbjahr 2012 wurden Leistungen der zum Burda-Konzern gehörenden Burda direct GmbH in Höhe von 9 Tsd. € (Vorjahresperiode: 0 Tsd. €) in Anspruch genommen.

Außerdem hat im ersten Halbjahr 2012 die zum Burda-Konzern gehörende DLD Media GmbH in Höhe von 48 Tsd. € (Vorjahresperiode: 48 Tsd. €) Leistungen für XING erbracht.

Für die ebenfalls zum Burda-Konzern gehörenden Gesellschaften Cellular GmbH und Elite Medianet GmbH hat XING im ersten Halbjahr 2012 Leistungen in Höhe von 5 Tsd. € bzw. 1 Tsd. € erbracht (Vorjahresperiode: jeweils 0 Tsd. €).

Die Burda Creative Group GmbH hat Leistungen in Höhe von 2 Tsd. €, die Burda Services GmbH Leistungen in Höhe von 1 Tsd. € in Anspruch genommen (Vorjahresperiode: jeweils 0 Tsd. €).

### Wesentliche Ereignisse nach der Zwischenberichtsperiode

Nach Ablauf des ersten Halbjahres 2012 sind keine für den Konzern wesentlichen Ereignisse eingetreten.

Hamburg, 13. August 2012

Der Vorstand

Dr. Stefan Groß-Selbeck      Ingo Chu

Dr. Helmut Becker          Jens Pape

## BESCHEINIGUNG NACH PRÜFERISCHER DURCHSICHT

An die XING AG, Hamburg:

Wir haben den verkürzten Konzernzwischenabschluss - bestehend aus Gewinn- und Verlustrechnung, Gesamtergebnisrechnung, Bilanz, Kapitalflussrechnung, Eigenkapitalveränderungsrechnung sowie ausgewählten erläuternden Anhangangaben - und den Konzernzwischenlagebericht der XING AG, Hamburg für den Zeitraum vom 1. Januar 2012 bis 30. Juni 2012, die Bestandteile des Halbjahresfinanzberichts nach § 37w WpHG sind, einer prüferischen Durchsicht unterzogen. Die Aufstellung des verkürzten Konzernzwischenabschlusses nach den IFRS für Zwischenberichterstattung, wie sie in der EU anzuwenden sind, und des Konzernzwischenlageberichts nach den für Konzernzwischenlageberichte anwendbaren Vorschriften des WpHG liegt in der Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, eine Bescheinigung zu dem verkürzten Konzernzwischenabschluss und dem Konzernzwischenlagebericht auf der Grundlage unserer prüferischen Durchsicht abzugeben.

Wir haben die prüferische Durchsicht des verkürzten Konzernzwischenabschlusses und des Konzernzwischenlageberichts unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze für die prüferische Durchsicht von Abschlüssen vorgenommen. Danach ist die prüferische Durchsicht so zu planen und durchzuführen, dass wir bei kritischer Würdigung mit einer gewissen Sicherheit ausschließen können, dass der verkürzte Konzernzwischenabschluss in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den IFRS für Zwischenberichterstattung, wie sie in der EU

anzuwenden sind, und der Konzernzwischenlagebericht in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den für Konzernzwischenlageberichte anwendbaren Vorschriften des WpHG aufgestellt worden sind. Eine prüferische Durchsicht beschränkt sich in erster Linie auf Befragungen von Mitarbeitern der Gesellschaft und auf analytische Beurteilungen und bietet deshalb nicht die durch eine Abschlussprüfung erreichbare Sicherheit. Da wir auftragsgemäß keine Abschlussprüfung vorgenommen haben, können wir einen Bestätigungsvermerk nicht erteilen.

Auf der Grundlage unserer prüferischen Durchsicht sind uns keine Sachverhalte bekannt geworden, die uns zu der Annahme veranlassen, dass der verkürzte Konzernzwischenabschluss in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den IFRS für Zwischenberichterstattung, wie sie in der EU anzuwenden sind, oder dass der Konzernzwischenlagebericht in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den für Konzernzwischenlageberichte anwendbaren Vorschriften des WpHG aufgestellt worden ist.

Hamburg, 14. August 2012

Ernst & Young GmbH  
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Klimmer  
Wirtschaftsprüfer

Schröder  
Wirtschaftsprüferin

## VERSICHERUNG DER GESETZLICHEN VERTRETER

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

Der Vorstand

Hamburg, 14. August 2012

## FINANZTERMINE 2012

Datum	Veranstaltung
14. August 2012	Halbjahresbericht 2012
12. November 2012	Zwischenbericht zum dritten Quartal 2012

## IMPRESSUM UND KONTAKT

Dieser Zwischenbericht liegt in deutscher und englischer Sprache vor. Beide Fassungen sowie weitere Presseinformationen stehen auch im Internet unter [www.xing.com](http://www.xing.com) zum Download bereit. Aufgrund von Rundungen ist es möglich, dass sich Zahlen nicht genau zur angegebenen Summe aufaddieren und Prozentangaben nicht genau die absoluten Angaben wiedergeben.

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

XING AG  
Patrick Möller  
Investor Relations  
Gänsemarkt 43  
20354 Hamburg  
Telefon +49 40 41 91 31 - 793  
Telefax +49 40 41 91 31 - 44

### **Chefredakteur**

Patrick Möller  
(Director Investor Relations)

### **Weitere Redakteure**

Sonja Heer  
Carsten Ludowig  
Mirja Bester  
Ines Rathgeb  
Gerhard Mohr

Presseinformationen und aktuelle Informationen zur XING AG erhalten Sie über:

### **Corporate Communications**

Telefon +49 40 41 91 31 - 763  
Telefax +49 40 41 91 31 - 11  
[presse@xing.com](mailto:presse@xing.com)

### **Foto**

Jens Knüppel (S. 2)

### **Konzept und Gestaltung**

HGB Hamburger Geschäftsberichte GmbH & Co. KG