

XING 

Zwischenbericht Q3 2011

bringt

MEHR



Kennzahlen		Q3 2011	Q3 2010	Q2 2011	Q1 2011
Umsatz ¹⁾	in Mio. €	16,56	13,77	16,33	15,65
Umsatz aus Dienstleistungen	in Mio. €	16,34	13,61	16,17	15,42
Umsatz „Subscriptions“	in Mio. €	11,39	10,79	11,32	11,13
Umsatz „E-Recruiting“	in Mio. €	3,05	1,90	2,81	2,71
Umsatz „Advertising“	in Mio. €	1,17	0,89	1,48	1,05
Umsatz „New Verticals“	in Mio. €	0,72	0,01	0,55	0,51
EBITDA	in Mio. €	5,36	4,46	5,67	5,62
EBITDA-Marge	in %	32	32	35	36
Periodenergebnis	in Mio. €	2,60	2,11	2,37	2,69
Operativer Cashflow	in Mio. €	4,70	4,03	-2,03	8,76
Operativer Cashflow je Aktie	in €	0,87	0,77	-0,37	1,66
Ergebnis je Aktie (unverwässert)	in €	0,48	0,41	0,43	0,51
Eigenkapital	in Mio. €	54,31	58,30	70,94	64,11
Liquide Mittel	in Mio. €	65,53	56,37	64,22	62,91
Mitglieder	in Mio.	11,42	10,11	11,12	10,81
davon Premium-Mitglieder	in Tsd.	779	733	769	759
Mitarbeiter		420	305	385	362

¹⁾ Gesamtumsatz inkl. sonstiger betrieblicher Erträge



MEHR VERBINDUNGEN MEHR VERTRAUEN MEHR NUTZEN.

Wer Kontakte hat, kommt weit. Wer gute Kontakte hat, kommt weiter. Waren exklusive Geschäftskontakte früher nur einem kleinen Kreis von Personen vorbehalten, so sind sie über das Internet heute jedem zugänglich – durch XING, das onlinebasierte Netzwerk für berufliche Kontakte. Auf der Plattform kann jedes Mitglied mit den mehr als elf Millionen Geschäftsleuten und Berufstätigen in Kontakt treten, die das Netzwerk für Business, Beruf und Karriere nutzen. Mit maßgeschneiderten Networking-Funktionen und Services fördert XING die Vernetzung und die professionelle Kontaktpflege unter den Mitgliedern. Darüber hinaus bietet das berufliche Netzwerk rund 50 Tausend Expertengruppen und jährlich weltweit gut 200 Tausend von Mitgliedern organisierte Networking-Events. Eine weitere Möglichkeit, aus beruflichen Kontakten echten Mehrwert zu generieren, sind die Stellenangebote, die den Mitgliedern über XING Jobs zur Verfügung stehen.

XING. DAS PROFESSIONELLE NETZWERK.

Inhalt

An unsere Aktionäre

- 2 Brief des Vorstands
- 4 XING-Aktie

Finanzinformationen

- 6 Konzern-Zwischenlagebericht
- 14 Konzern-Zwischenabschluss
- 14 Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung
- 15 Konzern-Gesamtergebnisrechnung
- 16 Konzern-Bilanz
- 18 Konzern-Kapitalflussrechnung
- 20 Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung
- 22 Erläuterungen zum Konzern-Zwischenabschluss

Service

- 27 Finanztermine 2011
- 27 Impressum und Kontakt

BRIEF DES VORSTANDS

Sehr geehrte Aktionäre, liebe Mitarbeiter und XING-Mitglieder, sehr geehrte Damen und Herren,

die Dynamik im Sektor der sozialen Medien bleibt weiter ungebrochen. Mehr als die Hälfte der Bundesbürger ist mittlerweile Mitglied in einem sozialen Netzwerk. Im dritten Quartal entschieden sich mehr als 200 Tausend neue Mitglieder für ein XING-Profil, die Gesamtzahl der Mitglieder in der D-A-CH-Region wuchs dadurch auf 5,1 Millionen. Im deutschsprachigen Raum sind wir damit die klare Nummer eins. Der Anteil der XING-Nutzer in der wichtigen Zielgruppe der deutschen Fach- und Führungskräfte sowie Selbständigen liegt bei 32 Prozent - unter den Besserverdienenden gar bei 44 Prozent, so die Ergebnisse einer repräsentativen forsa-Umfrage.

Lokale Verankerung zählt

Fach- und Führungskräfte finden bei uns ein weit verzweigtes Kontaktnetz im deutschsprachigen Raum, das sie noch erfolgreicher macht. Denn auch in der globalisierten Welt zählen lokale Kontakte: Laut der aktuellen forsa-Umfrage pflegen 82 Prozent der Befragten ihre Geschäftskontakte hauptsächlich in D-A-CH - knapp die Hälfte sogar überwiegend in ihrer Region. Genau in der lokalen Verankerung liegt die Kernkompetenz von XING.

Dynamischer Mobilbereich

Neben dem Mitgliederzuwachs in sozialen Netzwerken ist ein weiterer Mega-Trend die starke Wachstumsdynamik im Bereich „Mobile“. Die XING-Plattform ist auf allen mobilen Endgeräten entweder über native Applikationen oder angepasste mobile Webansichten verfügbar. So hat sich die Nutzung des mobilen Portals seit dem Vorjahresquartal um 130 Prozent gesteigert. Mittlerweile werden bereits knapp 20 Prozent der Aktivitäten auf XING über mobile Endgeräte generiert. Um diesen positiven Trend für XING weiter zu nutzen, haben wir im dritten Quartal verstärkt in die Weiterentwicklung unserer mobilen Applikationen investiert.

Technische Weiterentwicklung

Gleichzeitig wurden die anderen XING-Bereiche auch nach dem großen Umbau vom Juni 2011 kontinuierlich optimiert und weiterentwickelt. Die Neuerungen betrafen insbesondere die Mitteilungen an das eigene Netzwerk sowie den Zugriff auf die jüngsten Gruppenbeiträge. Darüber hinaus haben wir zu Beginn des vierten Quartals mit der Einführung der neuen Sales-Mitgliedschaft, des XING Lunchplaners sowie der Jobanzeige MINI den Nutzwert der Plattform für unsere Mitglieder weiter erhöht.

Finanziell voll im Plan

Mit der finanziellen Entwicklung sind wir sehr zufrieden - wir liegen voll im Plan. Mit einem Gesamtumsatz von 16,56 Millionen Euro im dritten Quartal konnten wir ein Wachstum von 20 Prozent gegenüber dem Vorjahr verbuchen. Das operative Ergebnis (EBITDA) liegt mit 5,4 Millionen Euro und einer Marge von rund 32 Prozent mehr als 20 Prozent über dem Vorjahresquartal. Der Gewinn konnte sogar um 23 Prozent gegenüber dem dritten Quartal 2010 auf 2,60 Millionen Euro erhöht werden.

Wir freuen uns auch, dass die Deutsche Börse die XING-Aktie am 19. September 2011 in den TecDAX aufgenommen hat. Dadurch hat unsere Aktie weiter an Aufmerksamkeit und Attraktivität gewonnen.

Wir sind zuversichtlich, diese gute Entwicklung auch im vierten Quartal fortzusetzen und danken Ihnen für das uns entgegengebrachte Vertrauen.

Hamburg, im November 2011



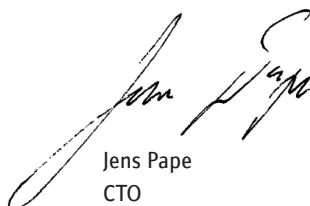
Dr. Stefan Groß-Selbeck
CEO



Ingo Chu
CFO



Dr. Helmut Becker
CCO



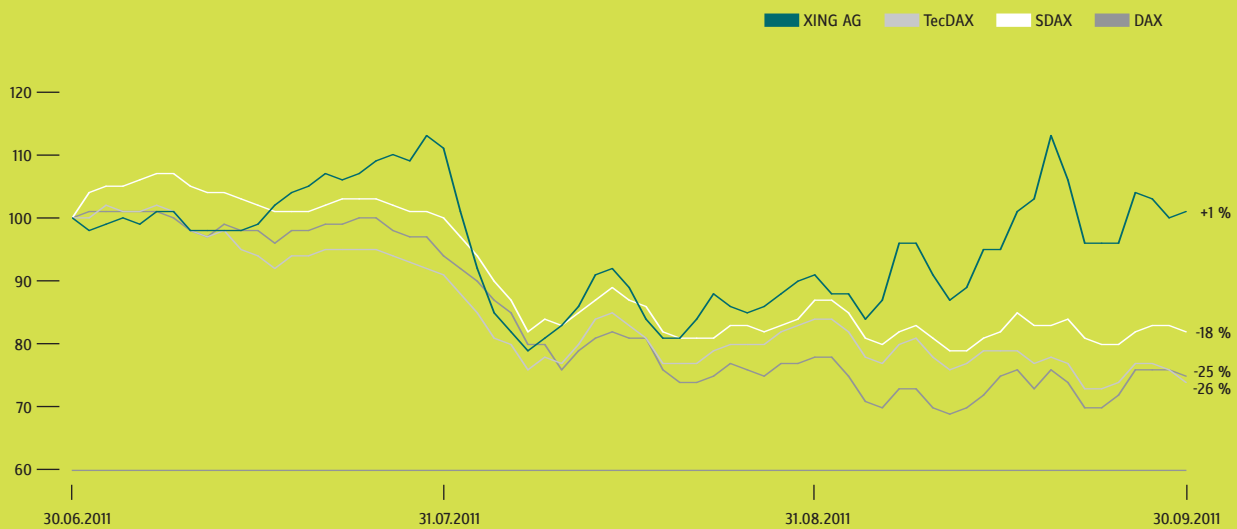
Jens Pape
CTO

XING-AKTIE

Stammdaten zur XING-Aktie

Anzahl der Aktien	5.410.771
Aktienart	Namensaktien
Börsengang	7. Dezember 2006
Kürzel	O1BC
Wertpapierkennnummer (WKN)	XNG888
ISIN	DE000XNG8888
Bloomberg	O1BC
Reuters	O1BCG.DE
Tranzparenzlevel	Prime Standard
Index	TecDAX
Sektor	DAXsector All Software (Performance)

Aktienkursentwicklung im Vergleich zu den Indizes in %



Wichtige Kennzahlen zur XING-Aktie	Q3 2011	Q3 2010
XETRA-Schlusskurs	54,61 €	28,80 €
Höchstkurs	61,32 €	29,87 €
Tiefstkurs	42,57 €	27,40 €
Marktkapitalisierung	295 Mio. €	152 Mio. €
Durchschnittliches Handelsvolumen je Handelstag (XETRA)	28.355	5.566
Rang im TecDAX		
nach Umsatz	25	45
nach Börsenkapitalisierung	29	36
Ergebnis je Aktie (unverwässert)	0,48 €	0,41 €
Operativer Cashflow je Aktie	0,87 €	0,77 €
Eigenkapital je Aktie	10,04 €	11,06 €

Finanzinformationen

für den Zeitraum vom 1. Januar bis 30. September 2011

Konzern-Zwischenlagebericht

7

Geschäftsverlauf

11

Produktneuerungen und Ausbau von XING Mobile

12

Forschung und Produktentwicklung

13

Risikobericht

Konzern-Zwischenabschluss

14

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

15

Konzern-Gesamtergebnisrechnung

16

Konzern-Bilanz

18

Konzern-Kapitalflussrechnung

20

Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung

22

Erläuterungen zum Konzern-Zwischenabschluss

KONZERN-ZWISCHENLAGEBERICHT

Geschäftsverlauf

Entwicklung der Mitgliederzahlen

Im Zeitraum Juni bis September 2011 hat die Gesellschaft rund 210 Tausend neue Mitglieder in ihrer Kernregion – dem deutschsprachigen Raum (D-A-CH) – gewinnen können. Damit ist die Mitgliederbasis im Kernmarkt auf 5,09 Millionen per Ende September 2011 angestiegen. Auch die Zahl der Premium-Mitglieder konnte weiter gesteigert werden. So entschieden sich etwa 10 Tausend XING-Mitglieder für die erweiterten Funktionalitäten der Plattform. Damit nutzen knapp 780 Tausend XING-Mitglieder – 751 Tausend allein in der D-A-CH-Region – die erweiterten Funktionen der Plattform.

Entwicklung der Geschäftsbereiche

Entwicklung im Geschäftsbereich „Subscriptions“

Die größte Ertragsssäule mit einem Umsatzanteil von 70 Prozent generierte insgesamt 11,4 Mio. € nach 10,8 Mio. € im Vorjahresquartal. Mit 10 Tausend neuen zahlenden Mitgliedern liegt das Wachstum trotz der im Juni durchgeführten Preiserhöhung für Neukunden auf Vorquartalsniveau. Die neuen Konditionen für Vertragskunden sehen seit April 2011 nur noch zwei Laufzeitvarianten vor: Die 3-Monatsmitgliedschaft kostet 7,95 € pro Monat und die 12-Monatsmitgliedschaft wird den Mitgliedern mit 6,95 € je Monat in Rechnung gestellt. Die Zweijahresmitgliedschaft wird nicht mehr an Neukunden verkauft.

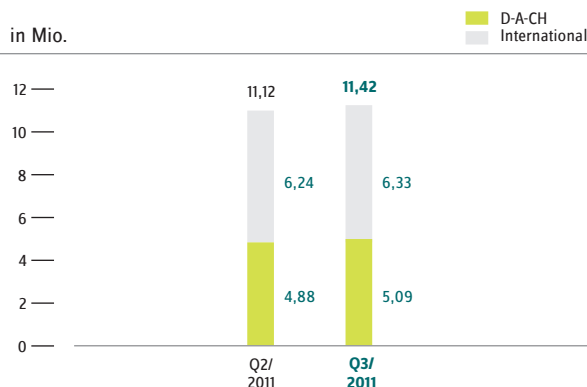
Darüber hinaus haben wir Mitte des vierten Quartals eine weitere Mitgliedschaftsform eingeführt. Mit der sogenannten **Sales-Mitgliedschaft** können besonders aktive XING-Nutzer mit starkem Vertriebshintergrund ihre Sales-Prozesse vereinfachen und beschleunigen. Über eine gezielte Suche können sie potenzielle Adressaten deutlich besser filtern und identifizieren und ihre Sales-Tätigkeiten noch effektiver organisieren. Dazu vergeben sie an identifizierte Geschäftskontakte einen aktuellen „Sales-Status“. Außerdem verwalten sie potenzielle Geschäftspartner auch ohne direkte bilaterale Kontaktverbindung.

Das und vieles mehr bietet Ihnen die XING Sales-Mitgliedschaft:

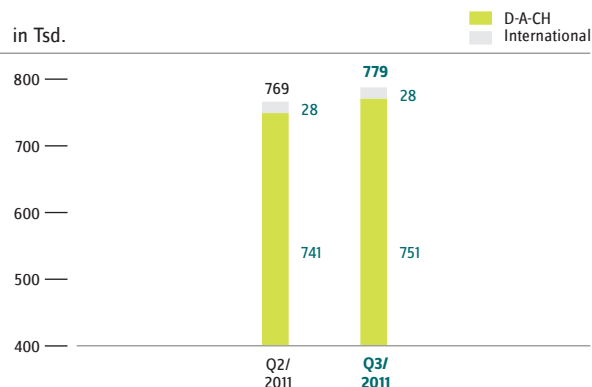
✓ Qualifizierte Kontakte ganz einfach finden.	✓ Wichtige Informationen auf einen Blick.	✓ Gefundene Personen bequem verwalten.	✓ Mitglieder-Daten immer auf dem neuesten Stand.
Mit speziellen Sales-Filtern suchen Sie gezielt nach Ihren individuellen Anforderungen, z. B. nach Unternehmensgröße, beruflicher Position oder einer Premiummitgliedschaft.	Bei der Suche nach Neukontakten sehen Sie bereits in der Ergebnisliste Infos zur Person, Ihre gemeinsame Kommunikationshistorie, gemeinsam Kontakte u. v. m.	Allen XING-Mitgliedern können Sie einen selbst definierten Status wie „interessant“ oder „Angebot abgegeben“ zuweisen und diese in einer speziellen Sales-Übersicht verwalten.	Die Daten Ihrer Kontakte werden bei Änderungen immer automatisch angepasst, ganz ohne manuelle Aktualisierung.

Auch in Zukunft wird sich die XING AG an den individuellen Bedürfnissen der unterschiedlichen Nutzertypen orientieren und diese mit maßgeschneiderten Mitgliedschaften bedienen.

Mitgliederentwicklung

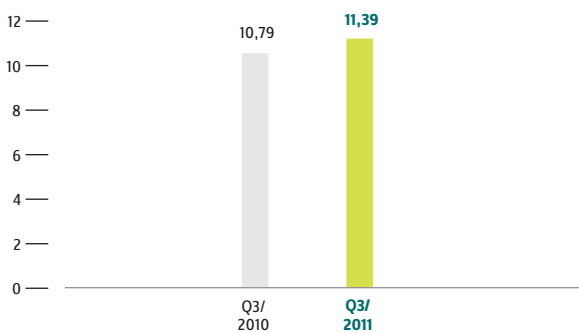


Zahlende Mitglieder



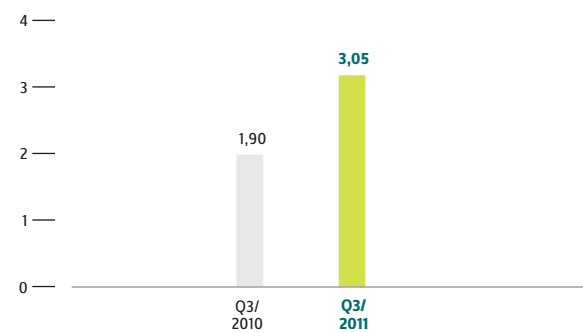
Umsatz „Subscriptions“

in Mio. €



Umsatz „E-Recruiting“

in Mio. €



Entwicklung im Geschäftsbereich „E-Recruiting“

Die zweite starke Säule der XING-Plattform mit einem Umsatzanteil von knapp 20 Prozent ist das Geschäftsfeld „E-Recruiting“. Personalierer können mehr als fünf Millionen qualifizierte Fach- und Führungskräfte zielgerichtet über die XING-Plattform erreichen. 80 Prozent der Mitglieder sind in Vollzeit, über ein Drittel in höheren Führungspositionen beschäftigt. Jedes dritte Mitglied ist Akademiker. Eine wichtige Rolle in Zeiten des Fachkräftemangels spielen latent Jobsuchende. Über XING können Personalierer diese finden und mit ihnen ins Gespräch kommen. Unternehmen bzw. Personalierer nutzen die XING-Plattform, um sich als attraktiver Arbeitgeber zu positionieren oder aktiv (über die Recruiter-Mitgliedschaft oder klassische Stellenanzeigen) nach geeigneten Kandidaten zu suchen. Dabei spielt XING insbesondere für Mittelständler eine große Rolle. Denn sie können sich – anders als viele Großkonzerne – nicht auf die Strahlkraft ihrer weltweit bekannten Marken verlassen.

Im Herbst hat XING eine breit angelegte Branding-Kampagne betrieben, um die Aufmerksamkeit der relevanten Zielgruppe weiter zu erhöhen und XING noch stärker als effizienten Recruiting-Kanal zu positionieren. In zahlreichen Print- und Online-Medien wurden gezielte Kampagnen durchgeführt. Darüber hinaus trat XING als Gold-Sponsor für Europas größte Fachmesse für Personalmanagement auf.

Im Oktober 2011 führte XING ergänzend zu den bezahlten Anzeigen TEXT, LOGO und DESIGN eine weitere Anzeigenform im deutschsprachigen Raum ein: Mit der Jobanzeige CAMPUS können Personalierer gezielt Praktikanten, Werkstudenten und Auszubildende auf XING erreichen. Die Ausschreibung wird nicht nur über die XING-Suche gefunden, sondern geeigneten Bewerbern auch empfohlen, wobei Lebenslauf, Werdegang und Interessen berücksichtigt werden. Insgesamt erreichen Personalierer so 330 Tausend Studierende (D-A-CH) aus den unterschiedlichsten Fachrichtungen auf XING. Die Anzeige CAMPUS wurde kostenlos eingeführt.

Für jede Aufgabe
gibt es das perfekte Werkzeug.

Haare schneiden

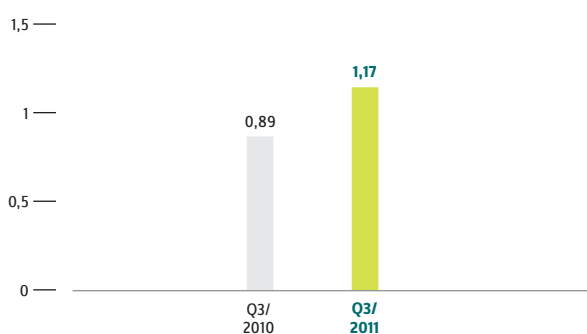
Wand streichen

XING
Mitarbeiter finden

XING – das perfekte Werkzeug, um neue Mitarbeiter zu finden
Erreichen Sie unter 11 Millionen Fach- und Führungskräfte Ihres Top-Kandidaten
Schalten Sie Jobanzeigen oder suchen Sie direkt mit der Recruiter-Mitgliedschaft
www.recruiting.xing.com

Umsatz „Advertising“

in Mio. €



Die Umsätze im Segment „E-Recruiting“ konnten im dritten Quartal weiter deutlich gesteigert werden. So wurden erstmals mehr als 3 Mio. € in einem Quartal mit der Vermarktung von Stellenanzeigen und Recruiter-Mitgliedschaften auf XING Erlöst. Das ist ein Anstieg von 60 Prozent gegenüber dem Vorjahresquartal.

Entwicklung im Geschäftsbereich „Advertising“

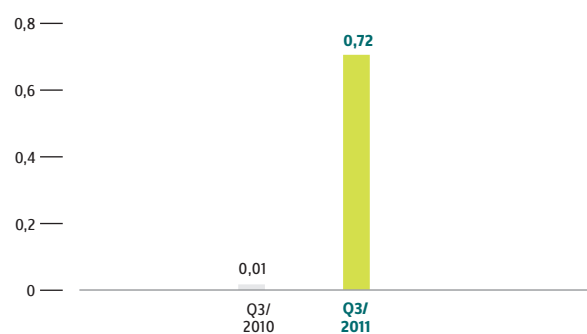
Der Geschäftsbereich „Advertising“ generierte mit den Erlösquellen „Display Advertising“, „Partnerships“ und „Unternehmensprofile“ im dritten Quartal einen Umsatz von insgesamt 1,17 Mio. €. Damit konnte ein Anstieg gegenüber dem Vorjahresquartal von 31 Prozent erzielt werden. Gegenüber dem Vorquartal ging der Umsatz leicht zurück. Dies ist im Wesentlichen auf die stärkere unterjährige Schwankung aufgrund des im zweiten Quartal gelaunchten „Special“ Angebots zurückzuführen.

Start neuer mobiler Werbeformen

XING hat sein Angebot im Bereich mobile Werbung weiter ausgebaut. Sowohl für die mobilen Apps als auch für die Web-App wurden neue Werbeformen entwickelt. Diese sind auf der mobilen Startseite über den Menüpunkt „Unterwegs“ erreichbar. Nutzer finden hier die Dienste ausgewählter Werbepartner. Zum Start mit dabei waren das Hotelbuchungsportal HRS, die Autovermietung Sixt und die Direktbank Cortal Consors sowie der Paketdienst Hermes.

Umsatz „New Verticals“ (Events)

in Mio. €



Mit den neuen Services erhalten XING-Kunden ein attraktives Werbeumfeld und die wachsende mobile Nutzerschaft neue berufsbezogene Angebote, die ihnen unterwegs konkreten Mehrwert bieten.

Im Zuge der Neuerungen eröffnete XING auch einen eigenen App Shop. Unternehmen können hier beruflich relevante Apps präsentieren. Auch in Zukunft wird der mobile Bereich bei XING kontinuierlich weiter ausgebaut.

Innovative Partnerschaft: Eigene Markenwelt für Cortal Consors-Kunden auf XING

XING eröffnet Neukunden von Cortal Consors eine eigene Markenwelt innerhalb des beruflichen Netzwerks. So werden die Bankkunden auch auf XING von ihrem Geldinstitut begleitet – etwa durch eine gebrandete Startseite, wo sie regelmäßig Informationen zum Unternehmen oder zu Angeboten erhalten und wo sie sich mit Finanzexperten der Direktbank vernetzen können. Ein Unternehmensprofil und eine Präsenz im mobilen Angebot ergänzen die Markenwelt. Für die langfristig angelegte Partnerschaft bucht Cortal Consors umfangreiche Werbemaßnahmen auf XING. Außerdem übernimmt das Finanzinstitut drei Monate lang die Kosten einer XING Premium-Mitgliedschaft für Neukunden eines Tagesgeldkontos sowie neun Monate lang für Neukunden eines Depot- oder Traderkontos.

Die beiden Partner ergänzen sich gut: Laut Arbeitsgemeinschaft Onlineforschung haben XING-Nutzer eine überdurchschnittlich hohe Affinität zum Kauf von Geldanlagen, Aktien, Wertpapieren oder Fonds. Im Vergleich zum Durchschnitt der Online-Nutzer ist diese um mehr als 40 Prozent höher (AGOF internet facts 2011-03).

Unternehmensprofile:

Zum Ende des dritten Quartals präsentierten sich über 70 Tausend kleine und mittlere Unternehmen sowie Konzerne und Freiberufler mit einem eigenen Unternehmensprofil auf XING. Aus dieser Vielzahl an Profilen generiert XING jetzt auch Empfehlungen an die Mitglieder, deren Interessen zum Unternehmen passen. Diese Neuerung erleichtert die Suche nach geeigneten Geschäftspartnern oder Arbeitgebern. Seit Oktober können Beiträge, die in einem Unternehmensprofil PLUS erschienen sind, von allen XING-Mitgliedern kommentiert werden. Auf diese Weise treten Unternehmen jetzt mit ihren Kunden in einen Dialog. Sie gehen beispielsweise auf Fragen und Anregungen von ihren Kunden, potenziellen neuen Arbeitnehmern oder Kooperationspartnern ein. Des Weiteren war XING offizieller Partner der Internet-Initiative „Online Motor Deutschland“ für den Mittelstand und hat dort das Produkt „Unternehmensprofile“ über sechs Tausend Mittelständlern und Einzelunternehmen nähergebracht.

Entwicklung im Geschäftsbereich „New Verticals“ (Events)

Im dritten Quartal 2011 verlief die Umsatzentwicklung bei der XING-Tochter amiando sehr positiv. Im Vergleich zum Vorquartal stiegen die Erlöse um 31,5 Prozent auf 722 Tsd. €. Im Vorjahresvergleich (amiando vor Akquisition) entspricht dies einem Anstieg von 105 Prozent. Der neue XING-Geschäftsbereich entwickelt sich damit sehr dynamisch. Erstmals konnte auch der mit Tickets erzielte Außenumsatz im dritten Quartal die Schwelle von 10 Mio. € überschreiten und kletterte auf insgesamt 10,95 Mio. €.

Seit September 2011 bietet amiando auch einen Ticketshop innerhalb von Facebook an. Damit können Veranstalter den Ticketverkauf und die Vermarktung eines Events dort über ein integriertes Tool abwickeln. Die Einführung dieses Angebots verlief sehr erfolgreich.

Insgesamt wird bei amiando der Prozess zur Erstellung von Events weiter optimiert, was auch für die XING-Nutzer eine deutliche Vereinfachung bedeuten wird. Dieser Prozess soll im Laufe des vierten Quartals 2011 abgeschlossen werden. Insbesondere für neue Event-Veranstalter wird das Einrichten von Events dann noch intuitiver und schneller möglich sein.

Produktneuerungen und Ausbau von XING Mobile

Nach dem grundlegenden Umbau der Informationsarchitektur im Juni 2011 wurde die XING-Plattform auch im dritten Quartal 2011 kontinuierlich weiterentwickelt. Die Neuerungen betreffen insbesondere die Mitteilungen an das eigene Netzwerk sowie den Zugriff auf die jüngsten Gruppenbeiträge.

Neuigkeiten einfacher mitteilen

Über das erweiterte Eingabefeld auf der Startseite kann jedes Mitglied das eigene Netzwerk jetzt noch einfacher über Neues und Interessantes auf dem Laufenden halten. Das Eingabefeld umfasst die drei Reiter: „Mitteilung“, „Link“ und „Jobangebot“.



Zudem können jetzt deutlich längere Inhalte geteilt werden: Die Anzahl der zulässigen Zeichen wurde auf maximal 420 von zuvor 140 erhöht. Im Text enthaltene Links lassen sich dadurch besser komplett darstellen. Nach wie vor können Mitteilungen auch direkt mit Twitter-Followern geteilt werden.

Artikel und Videos werden nun automatisch mit einer Vorschau angezeigt. Dies sorgt bei den Empfängern für mehr Aufmerksamkeit.

Jobanzeige MINI für Selbständige

Viele Mitglieder weisen in ihren Statusmeldungen auf offene Stellen hin. Mit dem jetzt geschaffenen Reiter „Jobangebot“ können sie ihre Kontakte noch einfacher über interessante Jobangebote informieren. Ein Klick auf das Angebot führt zu einer MINI-Anzeige im Bereich XING Jobs. Die Anzeige eignet sich besonders gut für kleine Firmen oder Selbständige, die im eigenen Kontaktnetz Mitarbeiter oder Projektunterstützung suchen.

Jederzeit Zugriff auf die aktuellen Gruppenbeiträge

XING hat auch die Nutzung und Erreichbarkeit der rund 50 Tausend Fachgruppen auf XING weiter optimiert: In der stets sichtbaren Leiste „Mein XING“ wird nun auch eine Liste der jüngsten Gruppenartikel gezeigt. Dadurch sind Mitglieder stets über laufende Diskussionen in den eigenen Gruppen informiert – egal, wo sie sich gerade auf der Plattform befinden. Die Liste enthält bis zu zehn Beiträge.

XING mobil nutzen: Update für Smartphone-Apps

Das mobile Internet erfreut sich immer größerer Beliebtheit. Nach Angaben des Marktforschungsinstituts Allensbach ist die Zahl der Deutschen, die zum Beispiel per Smartphone oder Tablet-PC im Internet surfen, in den letzten zwei Jahren rasant angestiegen und liegt inzwischen bei über acht Millionen.

Auch bei XING gewinnt der Mobil-Bereich an Fahrt: Die Nutzer der XING iPhone und der Android-Apps haben jetzt auch unterwegs kompletten Zugriff auf die Neuigkeiten aus ihrem Netzwerk. Sie können sehen, welche Kommentare zu den Beiträgen aus ihrem Netzwerk abgegeben wurden und wie oft andere Mitglieder diese als „interessant“ markiert haben. Darüber hinaus können sie selbst aktiv werden und Mitteilungen kommentieren, als „interessant“ markieren oder weiterempfehlen, zum Beispiel bei Unternehmensprofilen.



Nutzer anderer Smartphone-Betriebssysteme haben mit der Mobile Web App und der nativen Android-Anwendung ebenfalls die Möglichkeit, den gesamten Netzwerk-Strom zu nutzen.

Forschung und Produktentwicklung

Im dritten Quartal 2011 wurden die bewährten Prozesse in der Software-Entwicklung bei XING konsequent fortgeführt und optimiert. Diese umfassen die Agile Entwicklung, mit der wir gleichzeitig Flexibilität und Effizienz sicherstellen können sowie den Einsatz spezialisierter Entwicklungsteams.

Produktseitig hat XING im dritten Quartal 2011 zum einen an einer Neuausrichtung der Basisstrategie gearbeitet und zum anderen die Produktorganisation durch eine Aufteilung in einen Core- und einen Vertical-Bereich optimiert. Dies ermöglicht eine Konzentration auf die wesentlichen Grundfunktionalitäten der Plattform, ohne dabei die neuen Business-Verticals zu vernachlässigen.

Im dritten Quartal wurden insbesondere Optimierungen und Erweiterungen der zentralen Funktion „Neues aus Ihrem Netzwerk“ umgesetzt, etwa ein verbessertes und erweitertes Eingabefeld auf der Startseite, eine Vorschau-Funktion sowie die Umsetzung der Netzwerk-Nachrichten auf mobilen Geräten. Im Bereich der Stellenanzeigen wurde mit der Jobanzeige MINI ein neues Produkt eingeführt und durch die Kooperation mit kimeta die Anzahl der angebotenen Stellenanzeigen deutlich erhöht.

Als neues Angebot für Werbe-Kunden wurden Anzeigen in den mobilen Versionen von XING eingeführt und erweiterte Branding-Optionen auf der Startseite implementiert, die neue Formen der Kooperation mit Anzeigenkunden ermöglichen.

Im Bereich der Site Operations wurde in diesem Quartal der Umzug des Rechenzentrums geplant, vorbereitet und teilweise durchgeführt. Ziel ist es, einen zukunftsfähigen, skalierbaren Betrieb an einem Ort mit optimierter Netzanbindung umzusetzen.

Um den Betrieb weiterhin sicherzustellen und die Plattform weiterzuentwickeln, setzt XING neben der bewährten Perl-Technologie auf das innovative Web-Entwicklungsframework Ruby on Rails. Spezialisierte Architekturteams sorgen hierbei für eine zukunftssichere modulare Systemarchitektur und aktuelle Versionsstände der verwendeten Technologien im Frontend und in der Applikationsstruktur der Plattform.

Risikobericht

Die permanente Überwachung und das Management von Risiken sind zentrale Aufgaben jedes börsennotierten Unternehmens. Zu diesem Zweck hat XING das nach § 91 Abs. 2 AktG erforderliche Risikofrüherkennungssystem implementiert und entwickelt es vor dem Hintergrund aktueller Markt- und Unternehmensgegebenheiten fortlaufend weiter. Der Konzernabschlussprüfer hat die Funktionsfähigkeit des Systems bestätigt. 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 macht XING die Mitarbeiter in regelmäßigen Einführungsveranstaltungen sowie mit Hilfe von Informationsmaterial mit dem Risikomanagementsystem vertraut und sensibilisiert sie für die Bedeutung des Risikomanagements. 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.

KONZERN-ZWISCHENABSCHLUSS

für den Zeitraum vom 1. Januar bis 30. September 2011

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

für den Zeitraum vom 1. Januar bis 30. September 2011

in Tsd. €	01.01.2011 – 30.09.2011	01.01.2010 – 30.09.2010	01.07.2011 – 30.09.2011	01.07.2010 – 30.09.2010
Umsatzerlöse aus Dienstleistungen	47.931	38.876	16.343	13.611
Sonstige betriebliche Erträge	613	749	217	155
Gesamte Betriebserträge	48.544	39.625	16.560	13.766
Personalaufwand	-17.053	-14.103	-5.930	-4.413
Marketingaufwand	-3.992	-5.188	-1.500	-2.073
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-10.849	-8.834	-3.773	-2.824
EBITDA	16.650	11.500	5.357	4.456
Abschreibungen	-5.405	-3.727	-1.753	-1.285
EBIT	11.245	7.773	3.604	3.171
Finanzerträge	328	59	227	20
Finanzaufwendungen	-12	-57	-5	-57
EBT	11.561	7.775	3.826	3.134
Ertragsteuern	-3.900	-3.064	-1.229	-1.026
Gesamt-Konzernergebnis	7.661	4.711	2.597	2.108
Ergebnis je Aktie (unverwässert) in €	1,42	0,91	0,48	0,41
Ergebnis je Aktie (verwässert) in €	1,41	0,91	0,48	0,41

Konzern-Gesamtergebnisrechnung

für den Zeitraum vom 1. Januar bis 30. September 2011

in Tsd. €	01.01.2011 - 30.09.2011	01.01.2010 - 30.09.2010	01.07.2011 - 30.09.2011	01.07.2010 - 30.09.2010
Jahresüberschuss	7.661	4.711	2.597	2.108
Unterschiede aus der Währungsumrechnung	33	-6	44	-23
Sonstiges Ergebnis	33	-6	44	-23
Gesamtergebnis	7.694	4.705	2.641	2.085

Konzern-Bilanz

zum 30. September 2011

Aktiva in Tsd. €	30.09.2011	31.12.2010
Langfristige Vermögenswerte		
Immaterielle Vermögenswerte		
Erworbene Software	2.203	2.969
Selbstentwickelte Software	7.237	7.416
Geschäfts- oder Firmenwerte	21.363	13.440
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	2.380	3.368
Sachanlagen		
Mietereinbauten	874	883
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	3.233	2.012
Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	0	350
Finanzanlagen		
Beteiligungen	50	50
Andere finanzielle Vermögenswerte	24	35
Latente Steueransprüche	490	485
	37.854	31.008
Kurzfristige Vermögenswerte		
Forderungen und sonstige Vermögenswerte		
Forderungen aus Dienstleistungen	5.735	4.573
Ertragsteuerforderungen	0	139
Sonstige Vermögenswerte	2.391	825
Zahlungsmittel und kurzfristige Einlagen		
Eigene Zahlungsmittel und kurzfristige Einlagen	65.532	59.036
Fremd-Zahlungsmittel	4.508	0
	78.166	64.573
	116.020	95.581

Passiva in Tsd. €	30.09.2011	31.12.2010
Eigenkapital		
Gezeichnetes Kapital	5.411	5.292
Eigene Aktien	-2.291	-3.041
Kapitalrücklagen	13.465	29.586
Sonstige Rücklagen	15.592	14.867
Bilanzgewinn	22.136	14.475
	54.313	61.179
Langfristige Verbindlichkeiten		
Latente Steuerverbindlichkeiten	2.791	2.831
Erlösabgrenzung	1.297	1.337
	4.088	4.168
Kurzfristige Verbindlichkeiten		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	756	514
Erlösabgrenzung	22.096	18.893
Ertragsteuerverbindlichkeiten	1.414	4.884
Sonstige Verbindlichkeiten	33.353	5.943
	57.619	30.234
	116.020	95.581

Konzern-Kapitalflussrechnung

für den Zeitraum vom 1. Januar bis 30. September 2011

in Tsd. €	01.01.2011 - 30.09.2011	01.01.2010 - 30.09.2010	01.07.2011 - 30.09.2011	01.07.2010 - 30.09.2010
Ergebnis vor Steuern	11.561	7.776	3.826	3.135
Abschreibungen auf aktivierte Entwicklungskosten	2.280	1.253	628	431
Abschreibungen	3.125	2.474	1.126	854
Personalkosten Aktienoptionsprogramm	691	911	225	272
Zinserträge	-331	-57	-234	-18
Erhaltene Zinsen	177	57	80	18
Zinsaufwendungen	10	54	10	54
Gezahlte Zinsen	-10	-54	-10	-54
Gezahlte Steuern	-7.312	-1.875	-171	-1.492
Veränderung der Forderungen und sonstiger Aktiva	-1.596	3.367	3	135
Veränderung der Verbindlichkeiten und sonstiger Passiva	4.627	469	1.695	155
Veränderungen der sonstigen Aktiva und Passiva durch die Akquisition konsolidierter Unternehmen	-1.802	0	0	0
Veränderung der Erlösabgrenzung	3.163	3.885	-39	544
Eliminierung amiando Fremdverpflichtung	-3.165	0	-2.441	0
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	11.418	18.260	4.698	4.034
Auszahlung für aktivierte selbst entwickelter Software	-1.829	-2.335	-470	-942
Auszahlung für den Erwerb von sonstiger Software	-437	-471	-35	-7
Auszahlungen für den Erwerb von sonstigen immateriellen Vermögenswerten	-25	-1.050	0	-350
Auszahlungen für den Erwerb von Sachanlagen	-2.001	-888	-1.247	-271
Auszahlung für die Akquisition konsolidierter Unternehmen	-5.411	0	-337	0
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-9.703	-4.744	-2.089	-1.570

in Tsd. €	01.01.2011 – 30.09.2011	01.01.2010 – 30.09.2010	01.07.2011 – 30.09.2011	01.07.2010 – 30.09.2010
Einzahlungen aus Kapitalerhöhungen	3.998	0	725	0
Einzahlungen aus dem Verkauf eigener Aktien	750	0	0	0
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	4.748	0	725	0
Differenzen aus der Währungsumrechnung	33	-6	44	-23
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelbestands	6.496	13.510	3.378	2.441
Eigen-Finanzmittelbestand zu Beginn der Periode	59.036	42.862	62.154	53.931
Eigen-Finanzmittelbestand am Ende der Periode	65.532	56.372	65.532	56.372
Fremd-Finanzmittelbestand zu Beginn der Periode	0	0	2.067	0
Konsolidierungsbedingte Zuführung des Fremd-Finanzmittelbestandes	1.343	0	0	0
Veränderung des Fremdmittelbestands	3.165	0	2.441	0
Fremd-Finanzmittelbestand am Ende der Periode	4.508	0	4.508	0

Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung

für den Zeitraum vom 1. Januar bis 30. September 2011

in Tsd. €	Gezeichnetes Kapital	Kapital- rücklagen	Eigene Aktien
Stand 01.01.2010	5.272	40.586	-3.041
Währungsumrechnung	0	0	0
Summe des direkt im Eigenkapital erfassten Ergebnisses	0	0	0
Jahresergebnis	0	0	0
Gesamtes Periodenergebnis	0	0	0
Zuführungen aus Aktienoptionsprogramm	0	0	0
Stand 30.09.2010	5.272	40.586	-3.041
Stand 01.01.2011	5.292	29.586	-3.041
Währungsumrechnung	0	0	0
Summe des direkt im Eigenkapital erfassten Ergebnisses	0	0	0
Jahresergebnis	0	0	0
Gesamtes Periodenergebnis	0	0	0
Umgliederung aufgrund Verlustausgleich bei der XING AG	0	0	0
Kapitalerhöhung aus anteilsbasierter Vergütung	119	3.879	0
Kapitalrückgewähr	0	-20.000	0
Verkauf eigener Aktien	0	0	750
Zuführungen aus Aktienoptionsprogramm	0	0	0
Stand 30.09.2011	5.411	13.465	-2.291

	Sonstige Rücklagen	Bilanz-gewinn	Eigenkapital gesamt
	2.607	7.264	52.688
	-6	0	-6
	-6	0	-6
	0	4.711	4.711
	-6	4.711	4.705
	911	0	911
	3.512	11.975	58.304
	14.867	14.475	61.179
	33	0	33
	33	0	33
	0	7.661	7.661
	33	7.661	7.694
	0	0	0
	0	0	3.998
	0	0	-20.000
	0	0	750
	692	0	692
	15.592	22.136	54.313

Erläuterungen zum Konzern-Zwischenabschluss

zum 30. September 2011

Grundlagen der Abschlusserstellung sowie Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Der Konzern-Zwischenabschluss umfasst die 9-Monatsperiode vom 1. Januar 2011 bis zum 30. September 2011. Er wurde in Übereinstimmung mit den von der EU verabschiedeten International Financial Reporting Standards für Zwischenabschlüsse (IAS 34) erstellt.

Als Vergleichsperiode wird der Zeitraum vom 01. Januar 2010 bis zum 30. September 2010 ausgewiesen. Die Bilanzvergleichszahlen beziehen sich entsprechend der IFRS-Vorgaben auf den 31. Dezember 2010.

Die angewandten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden des Konzern-Zwischenabschlusses sind gegenüber den angewandten Methoden im Konzernabschluss zum 31. Dezember 2010 unverändert.

Konsolidierungskreis

Der Konsolidierungskreis im Konzern-Zwischenabschluss umfasst folgende Unternehmen:

	30.09.2011 in %	31.12.2010 in %	Erstkon- solidierung	Eigenkapital Stand 30.09.2011 in Tsd. €	Ergebnis Januar - September in Tsd. €
XING Hong Kong Ltd., Hong Kong, China	100	100	2006	-48	-4
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	-11	-6
XING International Holding GmbH, Hamburg, Deutschland	100	100	2007	-31	0
XING Networking Spain, S.L., Barcelona, Spanien ¹⁾	100	100	2007	194	68
EUDA Uluslararası Danışmanlık ve Bilisim Hizmetleri Limited Sirketi (XING Turkey), Istanbul, Türkei ²⁾	100	100	2008	116	-5
XING Switzerland GmbH, Sarnen, Schweiz ¹⁾	100	100	2008	36	7
XING Italy S.R.L., Mailand, Italien ¹⁾	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 ²⁾	100	100	2010	-1	0
amiando GmbH, Hamburg, Deutschland (vormals XING Events GmbH)	100	100	2010	77	-1.857

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

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

Alle konzerninternen Salden, Geschäftsvorfälle, Erträge und Aufwendungen sowie sämtliche Ergebnisse aus konzerninternen Transaktionen wurden in voller Höhe eliminiert.

Unternehmenserwerbe

Im Dezember 2010 erwarb die XING AG die Kronen tausend 615 GmbH mit Sitz in Berlin mit einem gezeichneten Kapital von 25 Tsd. €. 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. € und zusätzlichen Earnouts in einer Bandbreite von 0,00 € bis 3,3 Mio. €. Deren exakte Höhe wird Anfang 2013, abhängig von der geschäftlichen Entwicklung der amiando AG, abschließend ermittelt. Zu diesem Zeitpunkt ist auch die Auszahlung fällig.

Die amiando AG wurde im April 2011 rückwirkend zum 30. Dezember 2010 auf die XING Events GmbH, bei gleichzeitiger Neufirmierung in amiando GmbH, verschmolzen. Die Erstkonsolidierung erfolgte zum Zeitpunkt der Aktienübertragung.

Der Zahlungsmittelabfluss aufgrund des Unternehmenserwerbs ist nachfolgend aufgezeigt:

in Tsd. €	
Kaufpreis	-5.074
Dem Erwerb direkt zurechenbare Kosten	-539
Mit dem Tochterunternehmen erworbene Zahlungsmittel	1.343

Die vorläufigen beizulegenden Zeitwerte der identifizierbaren Vermögensgegenstände und Schulden der amiando stellen sich zum Erwerbszeitpunkt wie folgt dar:

in Tsd. €	
Vermögenswerte	
Sachanlagen	25
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	458
Sonstige Aktiva	129
Zahlungsmittel	1.343
	1.955
Schulden	
Rückstellungen	-246
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	-40
Sonstige Verbindlichkeiten	-2.206
	-2.492
Summe des identifizierbaren Nettovermögens aufgrund des Unternehmenserwerbs	-537

Die Kaufpreisallokation wurde im Konzernzwischenabschluss zum 31. März 2011 auf vorläufiger Basis vorgenommen. Eine endgültige Verteilung des Kaufpreises auf die identifizierbaren und bewertbaren Vermögenswerte wird im Verlauf des vierten Quartals des Geschäftsjahres 2011 auf Basis eines Gutachtens erfolgen, das bereits beauftragt wurde. Ein zu erfassender Geschäfts- oder Firmenwert ist auf erwartete Synergien und andere Effekte aus den Aktivitäten der amiando zurückzuführen.

Der vorläufig ermittelte Goodwill errechnet sich wie folgt:

in Tsd. €	
Kaufpreis	7.412
Langfristiges Vermögen der amiando	-25
Kurzfristiges Vermögen der amiando	-1.931
Verbindlichkeiten der amiando	2.492
Eigenkapital der XING Events GmbH	-25
Goodwill	7.923

Im Juni 2010 wurde die XING İnsan Kaynakları Uluslararası Danışmanlık Hizmetleri Ltd. Sti. mit einem Eigenkapital von 5 Tsd. TL gegründet. Das Eigenkapital ist noch nicht eingezahlt.

Aktionsoptionsplan

Es wurden im Betrachtungszeitraum 40 Tausend Aktienoptionen im Rahmen des bestehenden Aktienoptionsprogramms 2010 und aufgrund einer Individualvereinbarung 50 Tausend weitere Aktienoptionen jeweils an Vorstandsmitglieder ausgegeben. Der Gesamtaufwand für die bestehenden und neuen Zusagen betrug im Betrachtungszeitraum in Summe 691 Tsd. € (Vergleichsperiode: 911 Tsd. €).

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

Zu- und Abgänge von Vermögenswerten

Im 9-Monatszeitraum zwischen dem 1. Januar 2011 und dem 30. September 2011 wurden 1.829 Tsd. € (Vergleichsperiode: 2.335 Tsd. €) in selbst entwickelte Software für Weiterentwicklungen und weitere Funktionen der Website von XING investiert. Für die mobilen Applikationen der XING-Plattform auf Smartphones wurden in 2011 bis zum 30. September 464 Tsd. € (Vergleichsperiode: 287 Tsd. €) aktiviert, in das XING-Testingtool 114 Tsd. € (Vergleichsperiode: 0 Tsd. €).

Neben der planmäßigen Abschreibung der Plattform wurden bisher in 2011 außerplanmäßige Abschreibungen in Höhe von 1.014 Tsd. € auf nicht mehr genutzte Module vorgenommen. Davon sind rund 600 Tsd. € auf den umfassenden Plattform Relaunch im zweiten Quartal 2011 zurück zu führen.

Der Konzern tätigte Investitionen für den Erwerb von EDV-Software und -Hardware sowie sonstiger Geschäftsausstattung in den ersten neun Monaten 2011 in Höhe von 2.463 Tsd. € (Vergleichsperiode: 1.352 Tsd. €).

Zusammensetzung der sonstigen betrieblichen Aufwendungen

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

in Tsd. €	01.01.2011 – 30.09.2011	01.01.2010 – 30.09.2010
IT-Dienstleistungen, betriebswirtschaftliche Dienstleistungen und Dienstleistungen für neue Märkte	2.037	2.880
Rechtsberatungs-, Prüfungs- und Buchführungskosten	1.542	1.047
Raumkosten	1.106	990
Kosten für Zahlungsabwicklung	1.283	956
Miete/Leasing	158	565
Server-Hosting, Verwaltung und Traffic	1.618	551
Reise-, Bewirtungs- und sonstige Geschäftskosten	891	530
Sonstige Personalkosten	393	298
Übrige	1.821	1.017
Gesamt	10.849	8.834

Miet-/Leasingaufwand und Kosten für Server-Hosting, Verwaltung und Traffic sind im Gegensatz zum Vorjahr getrennt ausgewiesen. Der Ausweis der Vorjahreszahlen wurde entsprechend angepasst.

Die Übrigen Aufwendungen umfassen im Wesentlichen Ausgaben für Bürobedarf, Kommunikationsaufwendungen sowie Versicherungen, Beiträge und Abgaben. Außerdem sind Aufwendungen aus Kursdifferenzen und Forderungsverluste enthalten.

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), Events und Sonstige. Der Zuwachs im Bereich „Events“ ist durch den Erwerb und die Erstkonsolidierung der Münchner Events-Plattform amiando AG verursacht.

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

in Tsd. €	01.01.2011 – 30.09.2011	01.01.2010 – 30.09.2010	01.07.2011 – 30.09.2011	01.07.2010 – 30.09.2010
Subscriptions	33.843	31.381	11.387	10.792
E-Recruiting	8.569	4.890	3.048	1.900
Advertising	3.701	2.544	1.172	893
Events	1.778	16	722	7
Other	40	45	14	19
Gesamt	47.931	38.876	16.343	13.611

in Tsd. €	01.01.2011 – 30.09.2011	01.01.2010 – 30.09.2010	01.07.2011 – 30.09.2011	01.07.2010 – 30.09.2010
D-A-CH	45.762	37.535	15.563	13.146
International	2.169	1.341	780	465
Gesamt	47.931	38.876	16.343	13.611

Auf eine Untergliederung des langfristigen Vermögens wird auf Grund unwesentlicher Veränderungen verzichtet.

Eventualverbindlichkeiten

Wie im Vorjahr hatte der Konzern im Zeitraum vom 1. Januar bis 30. September keine Vermögensgegenstände geleast. Weitere Eventualverbindlichkeiten bestehen und bestanden auch in der Vergleichsperiode nicht.

Nahestehende Unternehmen und Personen

In den ersten drei Monaten 2010 wurden Leistungen der epublica GmbH in Höhe von 34 Tsd. € (Vergleichsperiode: 72 Tsd. €) in Anspruch genommen.

Desweiteren hat die zum Burda-Konzern gehörende DLD Media GmbH in Höhe von 60 Tsd. € (Vergleichsperiode: 90 Tsd. €) Leistungen für die XING AG erbracht.

Umsätze wurden in Höhe von 4 Tsd. € (Vergleichsperiode: 0 Tsd. €) mit der epublica GmbH und in Höhe von 2 Tsd. € (Vergleichsperiode: 0 Tsd. €) mit der Burda Creative Group GmbH erzielt.

Wesentliche Ereignisse während und nach der Zwischenberichtsperiode

Nach Ablauf der ersten neun Monate des Jahres 2011 haben sich bis zum Berichtsdatum keine für den Konzern wesentlichen Ereignisse ergeben.

Hamburg, 14. November 2011

Dr. Stefan Groß-Selbeck

Ingo Chu

Dr. Helmut Becker

Jens Pape

FINANZTERMINE 2011

Datum	Veranstaltung
14. November 2011	Zwischenbericht zum 3. Quartal 2011, Hamburg

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 zum Download bereit.

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

Weitere Redakteure

Sonja Heer
Andreas Gehret
Carsten Ludowig
Ines Rathgeb

Konzept und Gestaltung

HGB Hamburger Geschäftsberichte
GmbH & Co. KG

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



www.xing.com