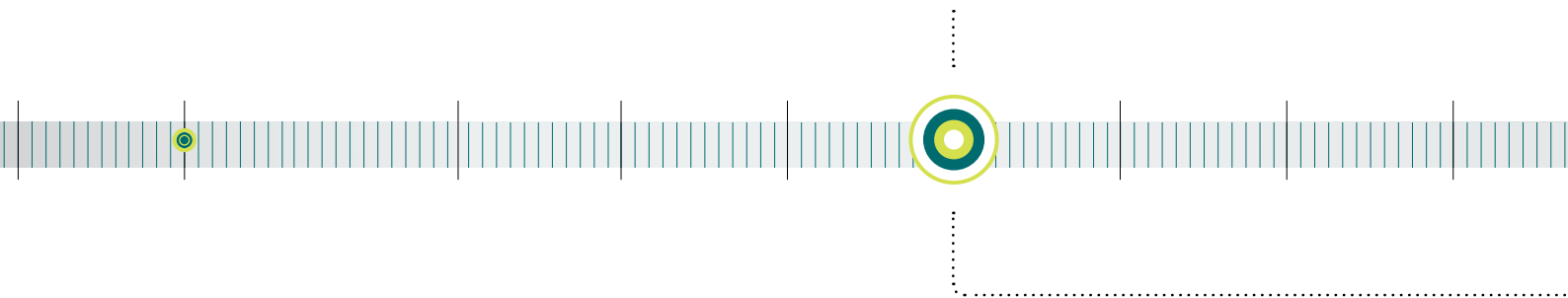




# Q3

## ZWISCHENBERICHT

für den Zeitraum vom  
1. Januar bis  
30. September 2013



# KONZERN-KENNZAHLEN

		9M 2013	9M 2012	Q3 2013	Q3 2012	Q2 2013
Umsatz <sup>1)</sup>	in Mio. €	62,06	54,23	21,58	18,33	20,89
Umsatz aus Dienstleistungen	in Mio. €	61,00	53,42	21,14	18,08	20,60
Umsatz „Premium Club“	in Mio. €	40,08	37,96	13,65	12,71	13,56
Umsatz „E-Recruiting“	in Mio. €	17,06	12,24	6,19	4,34	5,62
Umsatz „Events“	in Mio. €	3,69	2,98	1,25	0,95	1,36
Umsatz „Network“	in Mio. €	0,18	0,24	0,05	0,08	0,07
EBITDA	in Mio. €	17,37	15,41	6,21	5,52	5,86
EBITDA-Marge	in %	28	28	29	30	28
Periodenergebnis	in Mio. €	7,41	6,25	2,72	2,20	2,69
Operativer Cashflow	in Mio. €	17,76	15,10	4,41	4,74	6,95
Ergebnis je Aktie (unverwässert)	in €	1,33	1,14	0,49	0,40	0,48
Eigenkapital	in Mio. €	58,27	48,50	58,27	48,50	55,14
Liquide Mittel	in Mio. €	62,60	55,05	62,60	55,05	60,67
Mitglieder weltweit	in Mio.	13,76	12,65	13,76	12,65	13,46
davon Premium-Mitglieder (weltweit)	in Tsd.	829	795	829	795	825
Mitglieder in D-A-CH	in Mio.	6,72	5,91	6,72	5,91	6,51
davon Premium-Mitglieder (D-A-CH)	in Tsd.	805	770	805	770	801
Mitarbeiter		560	524	560	524	552

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

## UNTERNEHMENSPORTRAIT

Zehn Jahre XING. Im deutschsprachigen Raum (D-A-CH) steht XING wie kein anderes Unternehmen für das Phänomen beruflichen Netzwerkers. Denn in den vergangenen zehn Jahren ist XING der Ort gewesen, an dem eine stetig steigende Anzahl von Mitgliedern sich findet, kontaktiert und vernetzt - zum Beispiel um Erfahrungen auszutauschen, zu diskutieren, Informationen zu bekommen oder selbst einen neuen Job zu finden. Auch nach zehn Jahren gilt: das Potenzial für weiteres Wachstum ist groß, gerade in Zeiten grassierenden Fachkräftemangels, in denen Unternehmen händeringend neue Talente suchen. Für sie ist XING das größte Talentnetzwerk in D-A-CH. Für unsere Mitglieder ist XING dagegen die Plattform, die ihnen alle Möglichkeiten zur Hand gibt, um sich beruflich zu verwirklichen.

## INHALTSVERZEICHNIS

### 2 An unsere Aktionäre

- 2 Brief des Vorstands
- 4 Die XING-Aktie

### 6 Finanzinformationen

- 6 Konzern-Zwischenlagebericht
- 18 Konzern-Zwischenabschluss
  - 18 Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung
  - 19 Konzern-Gesamtergebnisrechnung
  - 20 Konzern-Bilanz
  - 22 Konzern-Kapitalflussrechnung
  - 24 Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung
  - 25 Erläuterungen zum Konzern-Zwischenabschluss

### 29 Service

- 29 Finanztermine, Impressum und Kontakt

# BRIEF DES VORSTANDS

## Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

das vergangene Quartal war ein wichtiges für XING. So haben wir in unseren zwei Kerngeschäftsfeldern mehrere neue Produkte präsentieren können. Produkte, die wichtige Schritte auf dem Weg hin zur Erreichung unserer Wachstumsziele bedeuten. In diesem Zusammenhang freut uns sehr, dass erste Erfolge unserer Neuausrichtung des vergangenen Jahres bereits heute sichtbar sind. So haben einige erst vor wenigen Monaten lancierte Produkte schon jetzt positive Impulse für die Umsatz- und Ergebnisentwicklung geliefert. Mit dem Zwischenergebnis sind wir daher äußerst zufrieden, denn wir konnten unsere Wachstumsrate gegenüber den jeweiligen Vorjahresquartalen im dritten Quartal nochmals beschleunigen. So sind die Gesamtumsätze nach 11 Prozent in Q1 und 15 Prozent in Q2 im dritten Quartal 2013 sogar um 18 Prozent auf 21,58 Mio. € (Q3 2012: 18,33 Mio. €) gestiegen.

Das Wachstum wurde von drei Geschäftsbereichen getragen:

### 1. Premium Club

Die größte Ertrags Säule mit 63 Prozent Anteil am Gesamtumsatz ist im dritten Quartal um sieben Prozent auf 13,65 Mio. € gewachsen. Mit einem Zuwachs von netto rund 4.000 neuen Premium-Mitgliedern im dritten Quartal nutzen Ende September insgesamt mehr als 805.000 Mitglieder in der D-A-CH-Region unsere Premium-Angebote. Seit Jahresbeginn ist die Zahl der Premium-Mitglieder netto um rund 22.000 Nutzer gewachsen. Für die Zukunft haben wir uns auch für das Kerngeschäft viel vorgenommen und im Verlauf des vierten Quartals das „**Neue Premium**“ vorgestellt. Mehr Premium-Funktionen, ein völlig neues Produkterlebnis und echte Offline-Mehrwerte wie beispielsweise der kostenlose Zugang zu den Co-Working Bereichen des Anbieters Design-Offices. Dieser Bereich wird in den kommenden Monaten Schritt für Schritt weiter ausgebaut. Ziel ist dabei immer, Premium-Mitglieder in ihrem beruflichen Alltag zu begleiten. Mit diesen Maßnahmen stellen wir auch im Kerngeschäft die Weichen wieder auf stärkeres Wachstum.

### 2. E-Recruiting

Der größte Wachstumstreiber ist derzeit der Geschäftsbereich E-Recruiting mit einem Umsatzplus von 43 Prozent auf 6,19 Mio. € im dritten Quartal 2013 (Q3 2012: 4,34 Mio. €). Hier haben wir in den vergangenen Monaten zwei wichtige Neuerungen eingeführt. So haben wir im Juli eine neue Form der Stellenausschreibung, die Social Job Ad gelauncht und wachsen damit sogar in einem insgesamt schrumpfenden Markt. Und nur wenige Monate später haben wir die neue Version des XING-Talentmanagers (XTM) auf der größten Messe für Human Resources „Zukunft Personal“ vorgestellt. Besonders stolz sind wir nicht nur auf die mehr als 3.000 verkauften XTM Lizenzen per Ende September, sondern auch auf die Partnerschaft mit der Deutschen Telekom AG beim Thema active Sourcing. Denn die Deutsche Telekom AG griff bereits früh in ihrer Personalarbeit auf XING zurück. Seit Anfang des Jahres nutzt die Fachabteilung auch den XTM. Das Bonner Unternehmen hat in den vergangenen Monaten seine Erfahrungen mit dem Tool gemessen und beeindruckende Ergebnisse im Recruiting-Alltag erzielt. So konnten die Kosten für die Besetzung offener Stellen um 80 Prozent dank Einsatz des XTM reduziert und auch offene Stellen um ein Vielfaches schneller besetzt werden.

Auch externe Studien belegen die führende Marktposition der XING-Plattform für social Recruiting Zwecke. So sind nach einer Umfrage durch das Institute for Competitive Recruiting (ICR) 69 Prozent aller Befragten Personalmanager der Meinung, dass XING die besten Ergebnisse bei active Sourcing liefert. Das spornt uns an gerade in diesem Bereich weiter zu investieren und unsere marktführende Stellung in den kommenden Jahren weiter auszubauen.

### 3. Events

Auch im derzeit noch unprofitablen und jüngsten Geschäftsbereich „Events“ haben wir im dritten Quartal mit einem Zuwachs von 32 Prozent auf einen Quartalsumsatz von 1,25 Mio. € (Q3 2012: 0,95 Mio. €) eine weiterhin positive Wachstumsdynamik. Zukünftig wird amando bzw. XING-Events stärker als Digital Business Partner für anspruchsvolle Veranstalter und weniger als self-service Plattform für Ticketing-Technologie auftreten. Über alle weiteren Schritte zur Neuausrichtung des Events-Geschäfts werden wir in den kommenden Publikationen informieren.

Unterm Strich, also nach Abzug der Kosten haben wir unser operatives Ergebnis (EBITDA) um 12 Prozent auf 6,21 Mio. € im dritten Quartal 2013 gesteigert. In der Folge beträgt der Nettogewinn im dritten Quartal 2,72 Mio. € nach 2,20 Mio. € in Q3 2012. Damit sind wir weiterhin voll auf Kurs unsere gesteckten Ziele für 2013 zu erreichen.

Unsere Strategie und die bisher erreichten Meilensteine haben sich ebenso positiv auf den Aktienkurs der XING AG ausgewirkt. Darüber freuen wir uns sehr und danken ihnen für das entgegengebrachte Vertrauen.

Dr. Thomas Vollmoeller  
CEO  
XING AG

Ingo Chu  
CFO  
XING AG

Timm Richter  
CPO  
XING AG

Jens Pape  
CTO  
XING AG

## DIE XING-AKTIE

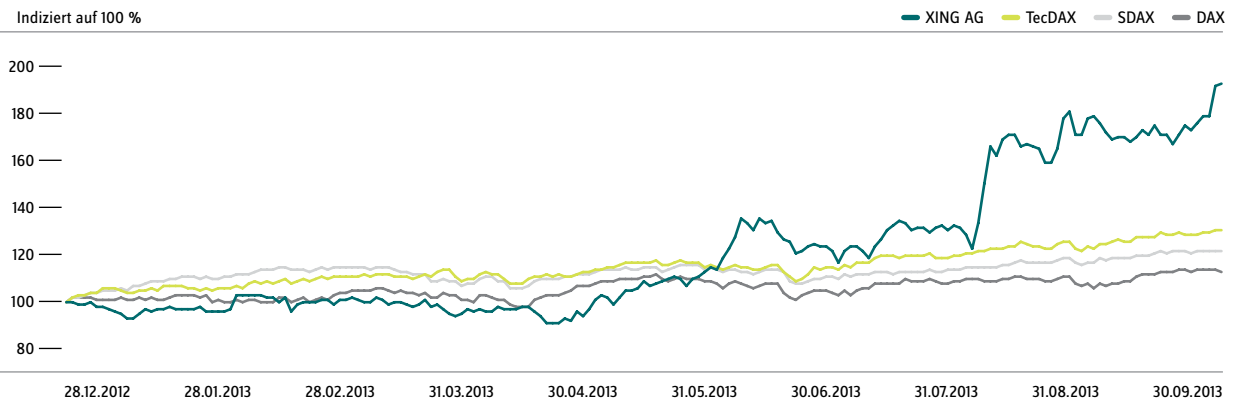
### Stammdaten zur XING-Aktie

<b>Anzahl Aktien per 30.09.2013</b>	5.592.137
<b>Grundkapital in €</b>	5.592.137,00
<b>Aktienart</b>	Namensaktien
<b>Börsengang</b>	07.12.2006
<b>WKN / ISIN</b>	XNG888 / DE000XNG8888
<b>Bloomberg</b>	O1BC
<b>Reuters</b>	OBCGn.DE
<b>Transparenzlevel</b>	Prime Standard
<b>Index</b>	TecDAX
<b>Sektor</b>	Software

### Kennzahlen zur XING-Aktie auf einen Blick

	9M 2013	9M 2012
XETRA-Schlusskurs am Ende der Periode in €	81,27	37,86
Höchstkurs in €	81,27	58,50
Tiefstkurs in €	38,00	33,51
Marktkapitalisierung am Ende der Periode in Mio. €	454,5	207,4
Durchschnittliches Handelsvolumen je Handelstag (XETRA)	9.239	18.570
Rang im TecDAX		
nach Handelsumsatz	28	30
nach FreeFloat-Marktkapitalisierung	31	22
Ergebnis je Aktie (unverwässert) in €	1,33	1,14

## Die XING-Aktie

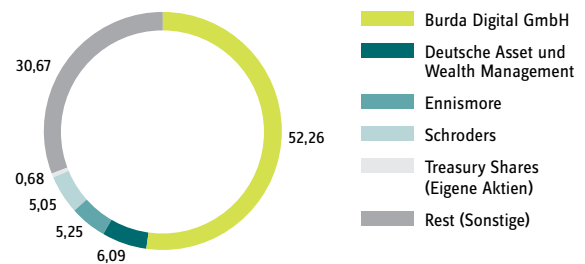
**Aktienkursentwicklung im Vergleich zu den Indizes (vom 28.12.2012 bis 30.09.2013)**  
 in %


Kurs der XING-Aktie am 28.12.2012 41,87 € = 100 %.

**Performance XING-Aktie im Vergleich**  
 in %

9M 2013

XING-Aktie	+94
TecDAX	+31
DAX	+13
SDAX	+22

**Aktionärsstruktur per 6. November 2013**  
 in %

**Analystenempfehlungen für die XING-Aktie per 6. November 2013**

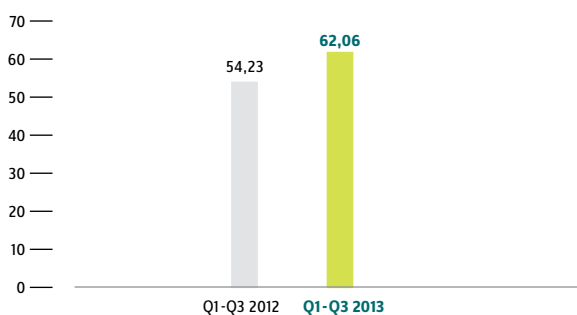
Broker	Analyst	Empfehlung	Kursziel
Berenberg Bank	Sarah Simon	Kaufen	82,00 €
Close Brothers	Marcus Silbe	Kaufen	60,00 €
Commerzbank	Heike Pauls	Kaufen	78,00 €
Deutsche Bank	Benjamin Kohnke	Halten	73,00 €
Hauck & Aufhäuser	Sascha Berresch	Sell	60,00 €
HSBC	Christopher Johnen	Underweight	36,00 €
Jefferies	David Reynolds	Underperform	32,00 €
J.P. Morgan Cazenove	Nicolas J. Dubourg	Halten	46,00 €
Montega	Alexander Braun	Verkaufen	36,50 €
Warburg Research	Jochen Reichert	Halten	65,00 €

# KONZERN-ZWISCHENLAGEBERICHT

für den Zeitraum vom 1. Januar bis 30. September 2013

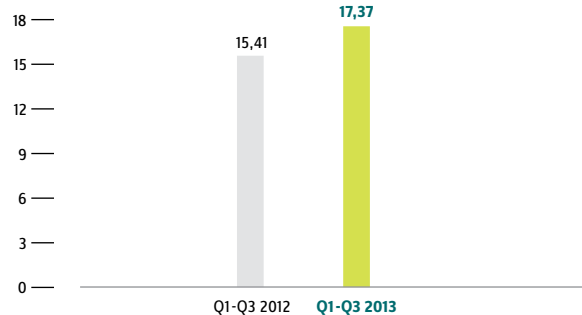
## Umsatz Konzern

in Mio. €



## EBITDA

in Mio. €



## Geschäftsverlauf

### Ertragslage im Konzern

Im den ersten neun Monaten haben wir Umsatz und Ergebnis deutlich ausgebaut. So stieg der Gesamtumsatz (inkl. sonstige betriebliche Erträge) von 54,23 Mio. € (Q1-Q3 2012) um 13 Prozent auf 62,06 Mio. € im Zeitraum von Januar bis September 2013 an. Betrachtet man nur das dritte Quartal, so haben wir unsere Wachstumsraten im Vergleich zu den beiden Vorquartalen dieses Jahres sogar sukzessive gesteigert. So haben wir den Gesamtumsatz im dritten Quartal um 18 Prozent auf 21,58 Mio. € im Vergleich zu 18,33 Mio. € im Vorjahresquartal ausgeweitet (Q1 2013: 11 Prozent, Q2 2013: 15 Prozent).

Auf der Kostenseite haben wir im dritten Quartal - wie angekündigt - die Marketingausgaben erhöht, um insbesondere die Vermarktung der neuen E-Recruiting-Angebote zu unterstützen. Wenngleich im dritten Quartal 2013 der Marketingaufwand mit 1,80 Mio. € mehr als 50 Prozent über dem Vorjahreswert liegt, so liegt er im Betrachtungszeitraum Januar bis September 2013 mit 4,31 Mio. € auf dem Niveau der Vorjahresperiode. Die Personalaufwendungen lagen mit 25,74 Mio. € (41 Prozent vom Gesamtumsatz) 15 Prozent über dem Vergleichswert des Vorjahres (Q1-Q3 2012: 22,46 Mio. €). Dies ist im Wesentlichen in der Akquisition der kununu GmbH im ersten Quartal 2013 und der damit verbundenen höheren Anzahl an Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern begründet. Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen stiegen in Folge der Anmietung neuer Büroflächen und

Serverkapazitäten sowie erhöhter IT- und Produktentwicklungskosten von 11,84 Mio. € (Q1-Q3 2012) auf 14,64 Mio. € im Berichtszeitraum an.

Entsprechend verbesserte sich das operative Ergebnis (EBITDA) des XING-Konzerns von 15,41 Mio. € (Q1-Q3 2012) um 13 Prozent auf 17,37 Mio. € (Q1-Q3 2013). Die EBITDA-Marge gemessen an den gesamten Umsatzerlösen (inkl. sonstiger betrieblicher Erträge) beträgt trotz der Investitionen in zukünftiges Wachstum wie auch im Vorjahreszeitraum 28 Prozent.

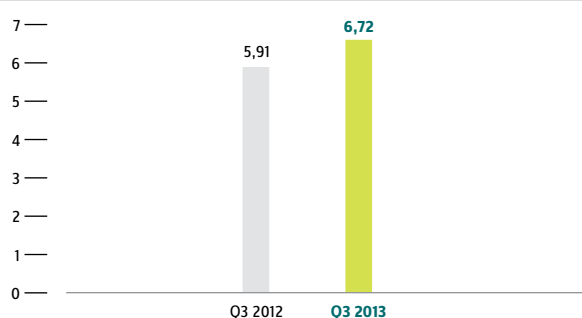
Die planmäßigen Abschreibungen in den ersten neun Monaten des laufenden Geschäftsjahres betragen 6,26 Mio. € (Q1-Q3 2012: 6,02 Mio. €) und beinhalten rund 0,94 Mio. € Abschreibungen für die im Rahmen der Kaufpreisallokation identifizierten Vermögenswerte der akquirierten Gesellschaften amiamo GmbH sowie kununu GmbH.

In der Folge beträgt das EBIT im Berichtszeitraum des laufenden Geschäftsjahres 11,11 Mio. € (Q1-Q3 2012: 9,38 Mio. €). Dies entspricht einer Marge am Gesamtumsatz (inkl. sonstige betriebliche Erträge) in Höhe von 18 Prozent (Vorjahreszeitraum 17 Prozent). Nach Abzug von Steuern in Höhe von 3,79 Mio. € (Steuerquote: 33,9 Prozent) beträgt der Konzernüberschuss 7,41 Mio. € und ist damit um 19 Prozent gegenüber der Vorjahresperiode (Q1-Q3 2012: 6,24 Mio. €) gestiegen. Das Ergebnis je Aktie beträgt 1,33 € für die ersten neun Monate des laufenden Geschäftsjahres (Q1-Q3 2012: 1,14 €).



## Mitglieder in D-A-CH

in Mio.



## Entwicklung im Geschäftsbereich „Network“ und Mitgliederwachstum

Das sich beschleunigende Umsatz- und Ergebniswachstum in den vergangenen Quartalen ist neben den neu etablierten Produkten insbesondere im Bereich „E-Recruiting“ auch ein Ergebnis der stetig wachsenden XING-Plattform. Denn je mehr Angestellte, Freiberufler und Studenten ihre Profile aktiv auf [www.xing.com](http://www.xing.com) pflegen, umso attraktiver wird die Plattform auch für Unternehmen, die in Zeiten des Fachkräftemangels und der Veränderung der Arbeitswelt immer stärker über soziale Medien nach geeigneten Kandidaten suchen müssen.

Im dritten Quartal 2013 konnten wir mit 214.000 neuen Registrierungen in der D-A-CH-Region fast 10 Prozent mehr neue Mitglieder als im Vergleichsquarter des Vorjahres gewinnen. Damit hat sich das Mitgliederwachstum in 2013 - entgegen der üblichen saisonalen Entwicklungen - von Quartal zu Quartal beschleunigt. Insgesamt sind Ende September 2013 mehr als 6,7 Millionen Menschen in der D-A-CH-Region bei XING registriert. Weltweit pflegen insgesamt 13,8 Millionen Menschen ihre beruflichen Kontakte auf XING.

Auf der Produktseite haben wir nach dem großen Launch des neuen Profils Anfang Juli das Thema **Mobile** wieder in den Vordergrund gestellt, nachdem Apple am 10. Juni auf der WWDC Konferenz in San Francisco der Entwicklergemeinde und der Welt die neue Betriebssystem-Version vorstellte. Wir waren positiv überrascht, denn die Designkonzepte haben sich grundlegend geändert: Die Bedienoberfläche tritt in den Hintergrund und

Inhalte in den Vordergrund. Bedienelemente werden zunehmend mit raffinierten Animationen ersetzt. Zudem wird mehr Fokus auf Typographie gelegt.

**Neuigkeiten**

Mitglieder, die Sie kennen könnten

**Tara Anken**  
empfeht folgenden Link:  
**How to improve your mobile testing skills**  
Vor 10 Minuten  
1 findet das interessant | 1 Kommentar

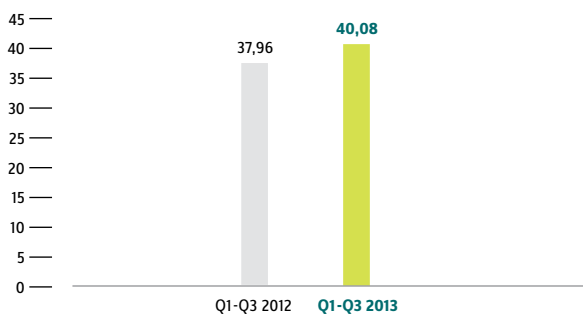
**Victor Altmann**  
hat jetzt **Michael Groth** als neuen Kontakt.  
Vor 48 Minuten

## In wenigen Wochen fit für iOS7

Nachdem wir uns ein ambitioniertes Ziel gesetzt haben, die XING iPhone App zeitgleich mit dem offiziellen iOS7 Vermarktungsstart zu launchen, standen uns nur wenige Wochen zur Verfügung, um unsere iPhone App fit für iOS 7 zu machen. „iOS7 Ready“ bedeutete für uns nicht nur Design-Anpassungen, sondern auch die Unterstützung von neuen Features wie das Herunterladen von neuen Daten im Hintergrund oder die neue systemweite dynamische Schriftgrößenanpassung, mit der unsere Nutzer in iOS7 für alle Apps die Textgröße anpassen können.

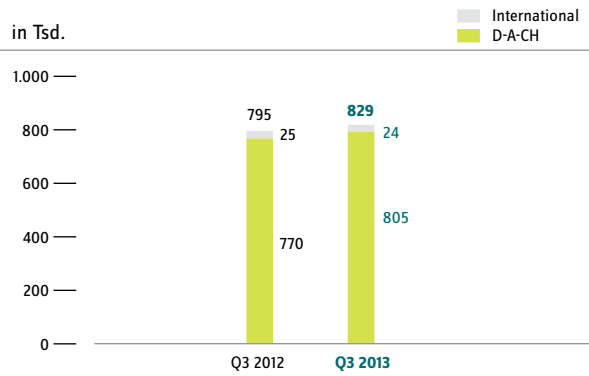
**Umsatz „Premium Club“**

in Mio. €



**Zahlende Mitglieder**

in Tsd.



**Entwicklung im Geschäftsbereich „Premium Club“**

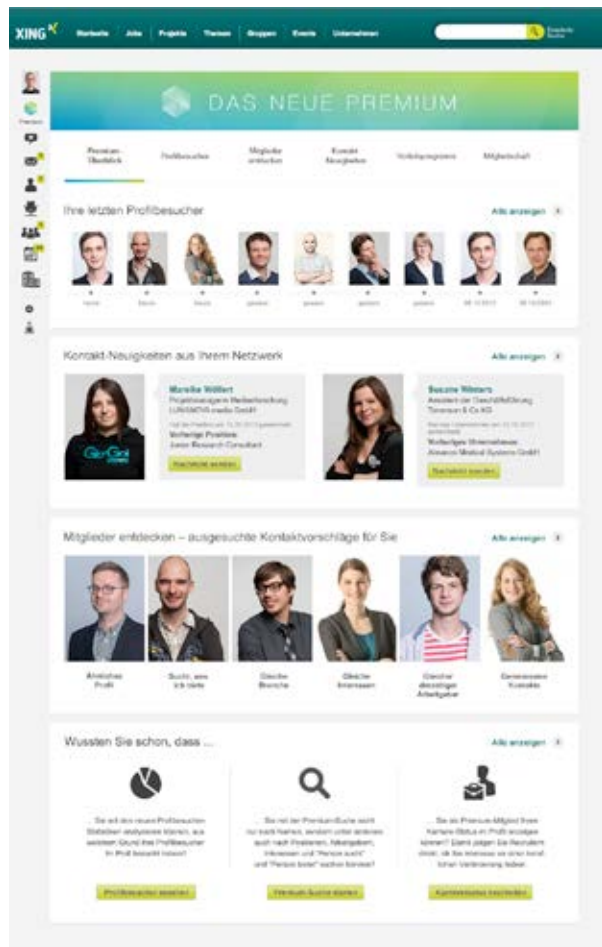
Durch den bewussten Fokus auf die Basismitgliedschaft ist der Anreiz, zur kostenpflichtigen Mitgliedschaft zu wechseln in den vergangenen Jahren gesunken. In der Folge sind die Wachstumsraten in diesem Bereich rückläufig gewesen. Wir sehen jedoch zukünftig weiter großes Potenzial auch den Bereich „Premium-Club“ weiter auszubauen und die Wachstumsraten wieder zu steigern. So haben wir in den vergangenen Quartalen mit Hochdruck an den Vorbereitungen für den Relaunch des XING-Kerngeschäfts, der **Premium-Mitgliedschaft** gearbeitet. Seit Anfang Oktober haben wir einer Gruppe von ausgewählten Beta-Testern im Wochenrhythmus umfassende Neuerungen vorgestellt.

**Worum geht es bei den Neuerungen im Bereich Premium im Detail?**

Grundsätzlich ist uns wichtig die besonders aktive Gruppe der beitragszahlenden XING-Nutzer noch besser an uns zu binden und die Kundenzufriedenheit weiter zu erhöhen nachdem XING sich in den vergangenen Jahren sehr stark auf das Wachstum von Basis-Mitgliedern fokussierte.

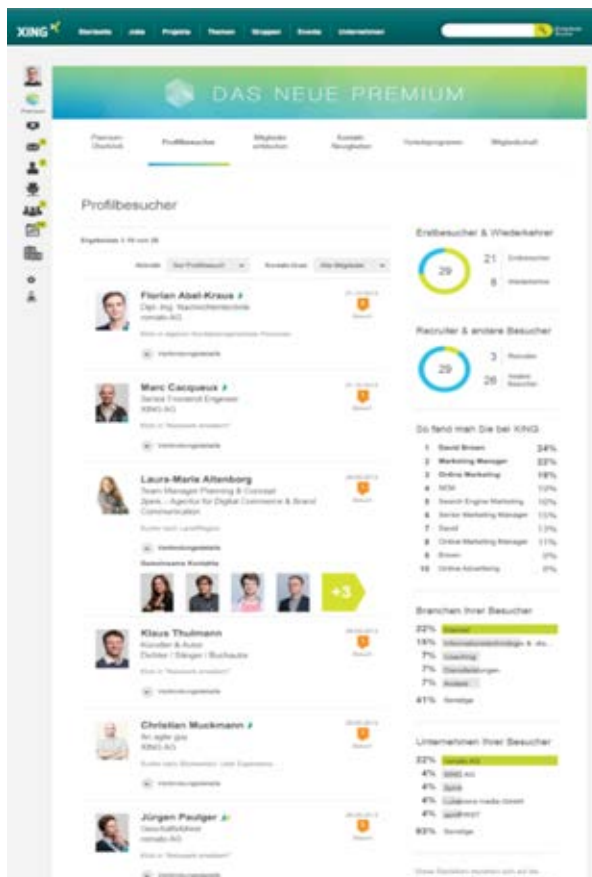
**1. Das persönliche Cockpit: Der Premium Überblick**

Die neue Startseite bzw. das Cockpit für unsere Premium-Mitglieder bündelt alle wesentlichen Informationen rund um die erweiterten Funktionen und ermöglicht eine direkte Navigation innerhalb aller verfügbaren Premium-Funktionen und -Angebote.



## 2. Profilbesucher

Stark erweitert wird die von Mitgliedern besonders geschätzte Übersicht der Profilbesucher. Ab sofort sehen Premium-Mitglieder nicht nur, wer das eigene Profil besucht hat, sondern sie erfahren auch, wie oft einzelne Besucher das Profil besucht haben, über welche Suchbegriffe sie gefunden wurden und aus welchen Branchen oder von welchen Firmen die Besucher schwerpunktmäßig stammen. Auf diese Weise können Premium-Mitglieder ihren eigenen Auftritt noch systematischer optimieren und zielgenauer gefunden werden. Erstmals wird auch nachvollziehbar gemacht, welche Aktivitäten Besucher auf dem XING-Profil ausgeführt haben. So verschaffen sich Premium-Mitglieder einen Überblick darüber, wer ihr Portfolio besucht hat und sich so ein umfassenderes Bild der professionellen Identität gemacht hat. Besonders interessant für Jobsuchende und Wechselwillige: Personaler werden gesondert ausgewiesen.



## 3. Mitglieder entdecken

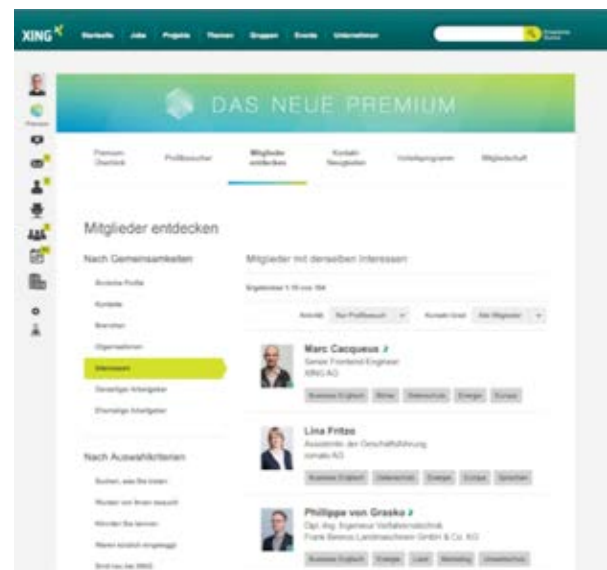
Bei dieser Funktion geht es um die zielgerichtete Erweiterung des persönlichen Netzwerks. Zahlende Mitglieder haben folgende Optionen:

### 1. nach Gemeinsamkeiten

- Ähnliche Profile: Mitglieder mit ähnlichen Profilen
- Kontakte: gemeinsame Kontakte
- Branchen: aus der gleichen Branche
- Organisationen: in den selben Organisationen
- Interessen: gleiche Interessen
- Derzeitiger Arbeitgeber: aktuelle Kollegen
- Ehemalige Arbeitgeber: Mitarbeiter beim vorherigen Arbeitgeber

### 2. nach Auswahlkriterien

- Suchen, was Sie bieten
- Wurden von Ihnen besucht
- Könnten Sie kennen
- Waren kürzlich eingeloggt
- Sind neu bei XING

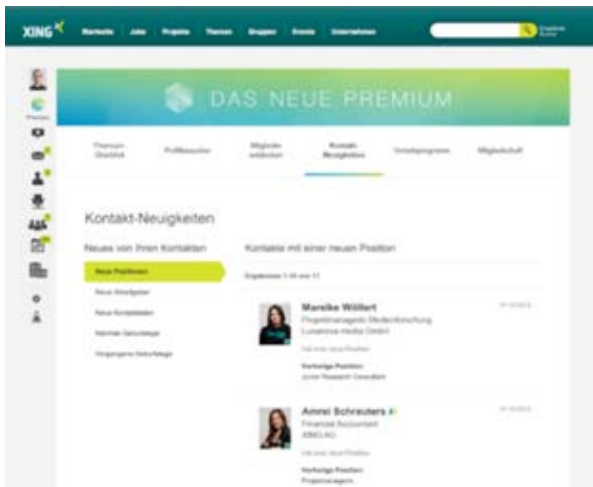


#### 4. Kontakt-Neuigkeiten

Im Bereich „Kontakt-Neuigkeiten“ verschaffen sich Premium-Mitglieder jederzeit einen geordneten Überblick zu den relevantesten Updates ihres persönlichen Netzwerks. So können gerade bestehende Kontakte effizient gepflegt werden. Folgende Neuigkeiten werden angezeigt:

Alle Mitglieder...

- mit neuer Position
- die ihren Arbeitgeber gewechselt haben
- mit neuen Kontaktdaten
- die bald Geburtstag haben
- die vor kurzem Geburtstag hatten



#### 5. Vorteilsprogramm

Mit dem Neuen Premium stellt XING seinen beitragszahlenden Mitgliedern besondere Angebote Dritter zur Verfügung, die sie in ihrem beruflichen Alltag begleiten. Durch Nutzung maßgeschneiderter Angebote erzielen Premium-Mitglieder Vorteile und Mehrwerte in ihrem Berufsalltag. Zum Start des Neuen Premiums erhalten Premium-Mitglieder unter anderem Zugang zu einem Arbeitsplatz in den öffentlichen Co-Working Bereichen des Anbieters Design Offices. Darüber hinaus kann ein Jahr lang auf alle Sachbücher der BildungsApp Blinkist zugegriffen werden.



Der Bereich der Offline-Mehrwerte und Partnerangebote wird in den kommenden Monaten Schritt für Schritt weiter ausgebaut.

#### Erstes Nutzerfeedback fällt sehr positiv aus

Bereits während der Einführungsphase haben wir die Beta-Tester des neuen Premium nach ihrer Meinung bzw. Einschätzung gefragt. Das Ergebnis kann sich sehen lassen: Mehr als 90 Prozent aller Befragten Mitglieder finden das neue Premium gut oder sogar sehr gut.

#### Wachstum vor Relaunch weiter stabil

Betrachten wir den Zeitraum vor dem Relaunch des Premium Clubs sehen wir ein stabiles Wachstum von 22.000 zusätzlichen Premium-Mitgliedern in der D-A-CH-Region zwischen Januar und September 2013 (Q1-Q3 2012: 11.898). Damit nutzten Ende September 2013 rund 805.000 XING-Mitglieder die erweiterten Premium-Funktionen. Weltweit beträgt die Zahl rund 829.000 beitragszahlende Mitglieder. In der Folge wurden im Berichtszeitraum im Geschäftsbereich „Premium Club“, der neben den Mitgliedsbeiträgen auch zu einem geringen Anteil Umsätze aus Vermarktung von Werbeflächen auf XING generiert, insgesamt 40,08 Mio. € (Q1-Q3 2012: 37,96 Mio. €) erzielt.

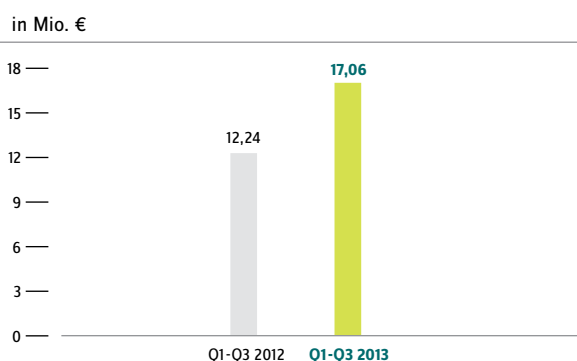
## Entwicklung im Geschäftsbereich „E-Recruiting“

In den ersten neun Monaten des laufenden Geschäftsjahres haben wir im Geschäftsbereich „E-Recruiting“ viel erreicht. Zum Jahresbeginn haben wir das führende Employer-Rating-Portal kununu.com akquiriert und schnell erfolgreich in die XING-Familie integriert. Wir haben als erstes soziales Netzwerk weltweit die „Social Job Ad“ vorgestellt und im September auf der größten Messe für Human Resources „Zukunft Personal“ den neuen XING Talentmanager für aktives Recruiting präsentiert.

### Was sind die Gründe für das anhaltend starke Wachstum bei Recruiting-Lösungen in sozialen Netzwerken wie XING?

Der Arbeitsmarkt wird in den kommenden Jahren von drei wesentlichen Treibern bestimmt, die alle einen wesentlichen Einfluss auf die Personalarbeit haben: **Fachkräftemangel, demografischer Wandel und die gewandelten Ansprüche der neuen Arbeitnehmergeneration.** Es rücken schlichtweg immer weniger Arbeitnehmer auf dem Markt nach, entsprechend nimmt natürlich auch die Zahl der hochqualifizierten Fachkräfte ab. Diese wissen natürlich wie begehrt sie auf dem Arbeitsmarkt sind und haben hohe Anforderungen. Mit teuren Karrierezeiten und einem hohen Gehalt wird man sie jedoch nicht mehr ködern können. Wenn man als Fachkraft heutzutage die Wahl hat, entscheidet man sich nicht mehr für das Unternehmen mit dem Firmenwagen, dem Versprechen eines Tages Abteilungsleiter zu werden und jährlichen Gehaltssteigerungen. Vielmehr wird die Entscheidung zugunsten des Unternehmens ausfallen, das bei der Kinderbetreuung hilft, eine gute Work-Life-Balance bietet, mit transparenten und meinungsfördernden Arbeitsstrukturen aufwartet. Daher wird zum einen das Employer Branding - mitsamt Arbeitgeberbewertungen (kununu.com) - eine wichtige Rolle im Human Resources (HR)-Wesen einnehmen. Und darüber hinaus wird die aktive Suche (Active Sourcing) nach Kandidaten zunehmend wichtiger. Heutzutage durchstöbert keine Fachkraft mehr aus freien Stücken Online-Jobportale. Daher muss das Unternehmen aktiv auf Kandidaten zugehen, sie ausfindig machen und ansprechen.

### Umsatz „E-Recruiting“



Hierzu eignet sich natürlich unsere Plattform mit über 6,7 Millionen Mitgliedern in der D-A-CH-Region hervorragend, was auch durch eine aktuelle Studie des ICR (Institute for Competitive Recruiting) belegt wird. Dabei wurden Nutzer von Active Sourcing Produkten gefragt mit welchem Tool bzw. Netzwerk sie die besten Ergebnisse erzielen. Bei 69 Prozent aller Befragten HR Manager ist XING klare Nummer 1 beim Thema Active Sourcing.

Um diese Marktstellung zu erreichen und weiter auszubauen, haben wir in den vergangenen Monaten mit Hochdruck an der neuen Version des neuen XING Talentmanagers für Active Sourcing gearbeitet. Das Tool ermöglicht Unternehmen eine komfortable Suche und Ansprache von interessanten Kandidaten über die XING Plattform, indem es Personalern eine erweiterte Suche, spezielle Filter und praktische Werkzeuge zur Verwaltung von Kandidatenprofilen an die Hand gibt.

Auf der größten Messe für Human Resources „Zukunft Personal“ haben wir die neue Version des XING Talentmanagers einem interessierten Publikum vorgestellt.

**XING TALENTMANAGER**

Eigene Projekte > Key account manager > Kandidaten Projektetails bearbeiten Kandidaten suchen

**Key account manager - XING AG** In Bearbeitung

Hamburg, Germany In Bearbeitung

**Kandidaten** Empfehlungen Details Alle Statusangaben Neueste zuerst

<p><b>Mathew Reynolds</b> Key account manager Netzer Ltd</p> <p>Hamburg, Germany</p> <p>3 Jahre in derzeitiger Position</p> <p>Interessiert</p> <p>1 5 2</p> <p>Hinzuflügelt von Francisco Staak 10 September um 10:46</p>	<p><b>Janusz Kowalski</b> Account manager Boss GmbH</p> <p>Berlin, Germany</p> <p>7 Monate in derzeitiger Position</p> <p>Kontaktiert</p> <p>2 1 2</p> <p>Hinzuflügelt von Francisco Staak 10 September um 12:30</p>	<p><b>Daniel McHunt</b> Verkaufleiter Quitt AG</p> <p>Hannover, Germany</p> <p>1 Jahr in derzeitiger Position</p> <p>Auf eine Rückmeldung warten</p> <p>1 1 3</p> <p>Hinzuflügelt von Francisco Staak 10 September um 11:09</p>	<p><b>Klaus Schmidt</b> Key account manager LIBAS S.A</p> <p>München, Germany</p> <p>5 Jahre in derzeitiger Position</p> <p>Interessiert</p> <p>5 2 2</p> <p>Hinzuflügelt von Francisco Staak 10 September um 10:15</p>
<p><b>Hannah Müller</b> Key account manager Dondalations</p> <p>Hamburg, Germany</p> <p>6 Jahre in derzeitiger Position</p> <p>Kontaktiert</p>	<p><b>Jonas Petersson</b> Verkaufleiter Trama Deutschland GmbH</p> <p>Köln, Germany</p> <p>5 Jahre in derzeitiger Position</p> <p>Interessiert</p>	<p><b>Rachel Schultz</b> Verkaufleiter Limon, Ltd</p> <p>Münster, Germany</p> <p>4 Jahre in derzeitiger Position</p> <p>Interessiert</p>	<p><b>Lotte Arendt</b> Verkaufleiter Sanfra AG</p> <p>Bremen, Germany</p> <p>1 Jahr in derzeitiger Position</p> <p>Auf eine Rückmeldung warten</p>

Unser Ziel: Wir wollen die richtigen Kandidaten mit den passenden Unternehmen zusammenbringen und das möglichst schnell und einfach. So präsentiert sich der XING Talentmanager den Personalern nicht nur in einem modernen, intuitiven Design, sondern auch mit einer Vielzahl neuer, innovativer Funktionen. Wir haben ein Tool gebaut, das es dem Personalern noch einfacher macht, die richtigen Kandidaten zu finden. „Einfach“ ist das Stichwort: Künftig führen nur noch wenige Arbeitsschritte zum Kandidaten. Der Personalern lädt die Stellenausschreibung im Word- oder PDF-Format in den XTM hoch, woraufhin das System diese umgehend ausliest und einen Projektordner anlegt. Daraufhin schlägt der XTM passende Kandidaten für die Stelle vor. Ebenfalls neu: Exklusive Informationen wie Gehaltsvorstellungen und Wunscharbeitsort, die von den Mitgliedern im Profil für Recruiter freigeschaltet wurden.

Gemeinsam haben Marc-Stefan Brodbeck, Vice President Recruiting & Talent Acquisition, bei der Deutschen Telekom AG (DTAG) und der Vorstandsvorsitzende der XING AG, Dr. Thomas Vollmoeller, den neuen XTM anhand eines Showcases zum Einsatz des XTM bei der DTAG vorgestellt. Die DTAG griff bereits früh in ihrer Personalarbeit auf XING zurück. Seit Anfang des Jahres nutzt die Fachabteilung auch den XTM. Das Bonner Unternehmen hat in den vergangenen Monaten seine Erfahrungen mit dem Tool gemessen und beeindruckende Ergebnisse im Recruiting-Alltag erzielt. So konnten die Kosten für die Besetzung offener Stellen um mehr als 80 Prozent dank Einsatz des XTM reduziert werden und auch offene Stellen um ein Vielfaches schneller besetzt werden. Ende des dritten Quartals konnten bereits mehr als 3.000 XTM Lizenzen an Unternehmenskunden verkauft werden.



Jeder Recruiting-Erfolg hat eine Story.  
Active Sourcing mit dem XING Talentmanager.

„Das Investment für den Talentmanager hat sich für uns gelohnt.“

Das ganze Story auf [www.xing.com/talentmanager](http://www.xing.com/talentmanager)

NEXT LEVEL RECRUITING XING

Wolfgang Brickwedde vom Institute for Competitive Recruiting (ICR) beschreibt den XING Talentmanager wie folgt: „Der neue XING Talentmanager ist ein Mittelklassewagen mit einer Ausstattung, die noch Wünsche offen lässt, aber einem Bedienungssystem, das in der Branche ein Benchmark setzt. Der Wagen ist immer vollgetankt und macht eigenständig Reisevorschläge, weil der die Wünsche des Fahrers kennt.“

### Die neue Stellenanzeige („Social Job Ad“) von XING

Ungeschönt und authentisch: So sollen die Informationen sein, wenn sich Jobinteressenten nach einem neuen Arbeitgeber umschauen. Bislang gingen Wunsch und Wirklichkeit oftmals weit auseinander. Mit teuren Karriereseiten, Firmenbroschüren und Stellenzeigen präsentieren sich Unternehmen im Kampf um die talentiertesten Fachkräfte stets von der besten Seite. Doch wie authentisch sind die dort abgebildeten Aussagen? Lassen sich Bewerber durch die Selbstdarstellung noch ködern? Die Antwort ist eindeutig: In einer aktuellen Umfrage der XING AG unter 532 Angestellten im deutschsprachigen Raum zeigt sich, dass 90 Prozent der Arbeitnehmer bei der Jobsuche Informationen und Meinungen von Mitarbeitern wertvoller finden als die von offiziellen Karriereseiten der Unternehmen.

Die Fachkräfte von heute lassen sich bei der Suche nach neuen beruflichen Herausforderungen nicht mehr von teuren Karriereseiten und Hochglanzbroschüren blenden. Sie wollen wissen, wie es wirklich im Unternehmen aussieht, wollen einen Blick hinter die Fassade werfen, bevor sie sich bewerben. Sie wollen Transparenz auf dem Arbeitsmarkt. Dabei gibt es keine bessere und ehrlichere Quelle als die Mitarbeiter.

Das haben wir zum Anlass genommen, die Stellenanzeige neu zu erfinden. Während sie in der Vergangenheit ausschließlich offizielle Unternehmensdarstellungen waren, erhalten Jobsuchende künftig authentische Erfahrungen und Informationen aus erster Hand. So sehen Jobsuchende auf XING automatisch, welche der eigenen Kontakte in dem Unternehmen arbeiten, das die Anzeige geschaltet hat. Sollte niemand aus dem eigenen Netzwerk für das angestrebte Unternehmen tätig sein, wird der Jobsuchende auf diejenigen seiner Kontakte aufmerksam gemacht, die mit Mitarbeitern aus dem Wunschunternehmen vernetzt sind. Über diese persönlichen Kontakte lassen sich unkompliziert und schnell individuelle Informationen von

Bitten Sie Silke Zielhofer, den Kontakt zu einem Mitarbeiter herzustellen.



Mitarbeitern der Firma einholen, um einen authentischen Blick hinter die Kulissen des potenziellen neuen Arbeitgebers zu werfen. Zudem kann der Interessent den Mitarbeiter um eine persönliche Empfehlung bitten.

Ebenfalls neu ist, dass jeder Jobsuchende auf Stellenanzeigen sofort die Bewertungen von kununu sieht, der größten Arbeitgeberbewertungsplattform im deutschsprachigen Raum. Auf einer Skala von 1 bis 5 erfährt der Jobinteressent unmittelbar, wie aktuelle und ehemalige Mitarbeiter die Arbeitgeberqualität ausgehend von Kriterien wie Arbeitsatmosphäre, Vorgesetztenverhalten oder Work-Life-Balance eingestuft haben. Auf diese Weise bekommt das Mitglied auf einen Blick Informationen zu der Arbeitgeberqualität des Unternehmens und kann ausgehend von dieser Erkenntnis einschätzen, ob eine Bewerbung in Frage kommt.

#### Was kostet eine Stellenanzeige auf XING?

Wir bieten verschiedene Jobanzeigen-Modelle an, die allesamt über die neuen Funktionen verfügen. Für kleinere Firmen, die nur ab und an neue Mitarbeiter suchen, ist beispielsweise die Jobanzeige TEXT geeignet: Diese rein textbasierte Variante hat keine feste Laufzeit, sondern wird per Klick (85 Cent) abgerechnet. Die Firma hat jederzeit Einsicht in die aktuelle Klickstatistik

und kann die Anzeige sofort inaktiv schalten und bezahlt letztlich nur die getätigten Klicks. Zudem können Unternehmen komplett selbst gestaltete Anzeigen auf XING schalten – ganz einfach, indem sie ein PDF der Stellenanzeige hochladen, diese wird automatisch in Form gebracht für die Veröffentlichung auf XING. Diese Jobanzeige DESIGN kostet 595 Euro bei einer Laufzeit von 30 Tagen, dabei ist die Anzahl der Klicks unerheblich. Für 395 € und ebenfalls 30 Tagen Laufzeit gibt es die Jobanzeige LOGO. Diese kann mit dem Firmenlogo versehen werden. Und Unternehmen, die offene Stellen für Werkstudenten, Praktikanten und Diplomanden haben, stellen wir TEXT-Anzeigen kostenfrei zur Verfügung.

Unser Fazit lautet: Unternehmen können sich in Zeiten grassierenden Fachkräftemangels nicht länger erlauben, die öffentlich getätigten Meinungen ihrer Mitarbeiter zu ignorieren. Leider glauben viele Firmen nach wie vor, dass es ausreicht, viel Geld in eine Karriereseite oder Broschüre zu stecken, um sich als guter Arbeitgeber darzustellen. Und dank Social Media hat man heute Kontakt zu viel mehr Personen und Insidern als in der Vergangenheit. Unternehmen müssen sich dem stellen und ihre Mitarbeiter als Teil einer modernen Employer-Branding-Strategie für sich nutzen. Und ganz ehrlich: Wenn ein Arbeitgeber viele schlechte Bewertungen bekommt, ist das natürlich ein klares Indiz dafür, dass etwas getan werden muss – Augen verschließen vor der Wahrheit hilft nicht weiter.



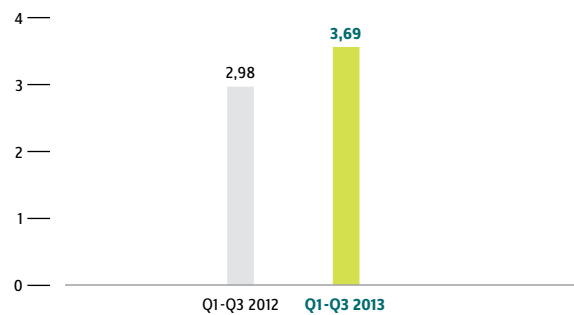
## Entwicklung im Geschäftsbereich „Events“

Nach einer Wachstumsdelle im ersten Quartal 2013 wächst der Geschäftsbereich „Events“ seit Jahresmitte wieder deutlich stärker. Zuletzt 32 Prozent im dritten Quartal 2013. Damit konnte der Umsatz in den ersten neun Monaten des laufenden Geschäftsjahres um 24 Prozent auf 3,67 Mio. € gesteigert werden. Die strategische Neuausrichtung des Events-Geschäfts ist weiter in vollem Gange. Zukünftig wird amiando bzw. XING-Events stärker als Digital Business Partner für anspruchsvolle Veranstalter und weniger als self-service Plattform für Ticketing-Technologie auftreten. Über alle weiteren Schritte zur Neuausrichtung des Events-Geschäfts werden wir in den kommenden Publikationen informieren.

Einen ersten Schritt haben wir bereits mit dem relaunch der amiando-Website getan:

### Umsatz „Events“

in Mio. €



So haben wir im September die neue inhaltliche, gestalterische und technische Optimierung des amiando Webauftritts vorgestellt. Dieser neue Internetauftritt setzt ein deutliches Zeichen: amiando ist der Experte für Business Events und der starke Partner für Veranstalter. Als Experte der Event-Branche bietet amiando nicht nur die Eventmanagement-Software für Online Eventregistrierung und Ticketing an, sondern berät Veranstalter unter anderem zu den Themen Teilnehmermanagement und Eventmarketing.

Der strategischen Neuausrichtung auf Business Events entsprechend wurde die Website komplett überarbeitet und modernisiert.

Der überarbeitete Webauftritt überzeugt mit einem modernen und klaren Design. Ziel des Relaunches ist es, den Bedürfnissen der Besucher zu entsprechen und die partnerschaftliche Beziehung zu den Kunden hervorzuheben.

Die neue Website besticht durch interaktive Elemente, ein intuitives Design und eine ansprechende Bildsprache. Außerdem wurde sie für mobile Endgeräte optimiert. Eine übersichtliche und reduzierte Menüführung vereinfacht die Navigation innerhalb der Seite.

Durch die Optimierung der Funktionalität und zielgruppenspezifisch aufbereitete Informationen können sich Besucher auf der neuen Website schnell und umfassend in 4 Sprachen informieren. Neu hinzugekommen ist der verstärkte Fokus auf Business Kunden sowie umfassende Berichte über das Unternehmen. Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf dem Themenbereich Mobile, der auf der Startseite prominent dargestellt wird.

Das neue Design orientiert sich stark an der XING Ausrichtung. Kunden von amiando können darüber hinaus ihr Event automatisch auf XING veröffentlichen, von viralen Effekten sowie von allen Möglichkeiten des sozialen Business Netzwerkes profitieren.

### **Social Media & Events Report 2013: Wie nutzt die Eventbranche soziale Netzwerke?**

Im August veröffentlichte amiando den dritten Social Media & Events Report.

Der Report hat sich in den letzten Jahren zu einer Pflichtlektüre für Eventveranstalter etabliert und gilt als wichtige Informationsquelle zum Thema Social Media in der Eventindustrie. So wurden beide vorherigen Reports jeweils über 10.000-mal heruntergeladen.

Besonders interessant sind die Entwicklungen und die neuesten Trends von Social Media in der Eventbranche sowie der Vergleich der Umfrage-Ergebnisse von 2013 mit den Daten des vorigen Jahres. Hier einige der Key Facts, die wir aus den Umfrage-Ergebnissen herausarbeiten konnten:

#### **Fakt 1: Social Media ist nach wie vor ein wichtiges Marketingtool**

Veranstalter setzen in der Vermarktung von Events immer noch verstärkt auf Social Media Maßnahmen. Dies ist daraus abzuleiten, dass über 80 Prozent der Veranstalter dieses Jahr ihre Social Media Aktivitäten noch verstärken wollen.

#### **Fakt 2: Großes Vertrauen in Social Media Marketing**

Das Vertrauen in das Potenzial von Social Media Marketing hat sich auch in diesem Jahr gesteigert. Hatten im Jahr 2012 noch drei Viertel der Veranstalter geplant ihre Aktivitäten in Zukunft auszuweiten, planen dieses Jahr über 80 Prozent ihre Maßnahmen zu intensivieren. Ein Großteil der Veranstalter, die im vorherigen Jahr Social Media Maßnahmen ergriffen haben, ist mit den Ergebnissen zufrieden.

#### **Fakt 3: Steigerung der Bekanntheit von Veranstaltung nach wie vor wichtigstes Ziel**

Die wichtigsten Ziele der Social Media Aktivitäten sind nach wie vor die Steigerung der Bekanntheit der einzelnen Veranstaltungen und der gesamten Marke. Knapp die Hälfte (44 Prozent) konnten hier ihre Ziele erreichen, das entspricht einem 76-prozentigen Anteil der Veranstalter, die sich diese Ziele gesetzt haben.

Der Report kann hier heruntergeladen werden: <http://info.amiando.com/social-media-report-2013-DE>

## 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 sind die Kenntnis des Risikomanagementsystems und ein möglichst hohes Risikobewusstsein der Mitarbeiter. Aus diesem Grund sensibilisiert XING die Mitarbeiter für die Bedeutung des Risikomanagements und macht sie mithilfe von Informationsmaterial mit dem Risikomanagementsystem vertraut.

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

# KONZERN-ZWISCHENABSCHLUSS

für den Zeitraum vom 1. Januar bis 30. September 2013

## Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

für den Zeitraum vom 1. Januar bis 30. September 2013

in Tsd. €	01.01.2013 - 30.09.2013	01.01.2012 - 30.09.2012	01.07.2013 - 30.09.2013	01.07.2012 - 30.09.2012
Umsatzerlöse aus Dienstleistungen	61.000	53.419	21.142	18.081
Sonstige betriebliche Erträge	1.060	806	440	252
<b>Gesamte Betriebserträge</b>	<b>62.060</b>	<b>54.225</b>	<b>21.582</b>	<b>18.333</b>
Personalaufwand	-25.742	-22.462	-8.345	-7.687
Marketingaufwand	-4.309	-4.515	-1.789	-1.158
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-14.641	-11.843	-5.243	-3.970
<b>EBITDA</b>	<b>17.368</b>	<b>15.405</b>	<b>6.205</b>	<b>5.518</b>
Abschreibungen	-6.262	-6.021	-2.056	-2.122
<b>EBIT</b>	<b>11.106</b>	<b>9.384</b>	<b>4.149</b>	<b>3.396</b>
Finanzerträge	100	311	37	68
Finanzaufwendungen	0	-10	0	-2
<b>EBT</b>	<b>11.206</b>	<b>9.685</b>	<b>4.186</b>	<b>3.462</b>
Ertragsteuern	-3.793	-3.438	-1.464	-1.263
<b>Periodenergebnis</b>	<b>7.413</b>	<b>6.247</b>	<b>2.722</b>	<b>2.199</b>
Ergebnis je Aktie (unverwässert) in €	1,33	1,14	0,49	0,40
Ergebnis je Aktie (verwässert) in €	1,33	1,12	0,48	0,39

## Konzern-Gesamtergebnisrechnung

für den Zeitraum vom 1. Januar bis 30. September 2013

in Tsd. €	01.01.2013 - 30.09.2013	01.01.2012 - 30.09.2012	01.07.2013 - 30.09.2013	01.07.2012 - 30.09.2012
Periodenergebnis	7.413	6.247	2.722	2.199
Unterschiede aus der Währungsumrechnung	0	3	1	3
<b>Sonstiges Ergebnis</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>3</b>
<b>Gesamtergebnis</b>	<b>7.413</b>	<b>6.250</b>	<b>2.723</b>	<b>2.202</b>

## Konzern-Bilanz

zum 30. September 2013

Aktiva in Tsd. €	30.09.2013	31.12.2012
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>		
Immaterielle Vermögenswerte		
Erworbene Software	3.406	2.876
Selbst entwickelte Software	8.488	7.044
Geschäfts- oder Firmenwert	12.498	5.574
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	3.572	1.582
Sachanlagen		
Mietereinbauten	555	547
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	5.088	4.574
Finanzanlagen		
Beteiligungen	51	51
Andere finanzielle Vermögenswerte	40	23
Latente Steueransprüche	1.059	797
	<b>34.757</b>	<b>23.068</b>
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>		
Forderungen und sonstige Vermögenswerte		
Forderungen aus Dienstleistungen	7.189	7.322
Ertragsteuerforderungen	255	388
Sonstige Vermögenswerte	3.086	2.660
Zahlungsmittel und kurzfristige Einlagen		
Eigenzahlungsmittel	62.597	56.159
Fremdzahlungsmittel	5.251	2.614
	<b>78.378</b>	<b>69.143</b>
	<b>113.135</b>	<b>92.211</b>

<b>Passiva</b> in Tsd. €	<b>30.09.2013</b>	<b>31.12.2012</b>
<b>Eigenkapital</b>		
Gezeichnetes Kapital	5.592	5.554
Eigene Aktien	-1.055	-2.039
Kapitalrücklagen	18.506	17.393
Sonstige Rücklagen	16.354	16.302
Bilanzgewinn	18.876	14.552
	<b>58.273</b>	<b>51.762</b>
<b>Langfristige Verbindlichkeiten</b>		
Latente Steuerverbindlichkeiten	3.513	2.507
Erlösabgrenzung	1.743	1.270
	<b>5.256</b>	<b>3.777</b>
<b>Kurzfristige Verbindlichkeiten</b>		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	861	1.429
Erlösabgrenzung	28.412	23.842
Sonstige Verbindlichkeiten	20.333	11.401
	<b>49.606</b>	<b>36.672</b>
	<b>113.135</b>	<b>92.211</b>

## Konzern-Kapitalflussrechnung

für den Zeitraum vom 1. Januar bis 30. September 2013

in Tsd. €	01.01.2013 - 30.09.2013	01.01.2012 - 30.09.2012
Ergebnis vor Steuern	11.206	9.664
Abschreibungen auf aktivierte Entwicklungskosten	1.795	1.857
Abschreibungen	4.467	4.165
Personalkosten Aktienoptionsprogramm	52	781
Zinserträge	-100	-311
Erhaltene Zinsen	145	418
Zinsaufwendungen	0	10
Gezahlte Steuern	-3.498	-3.601
Nicht aktivierungsfähige Auszahlungen für Akquisition konsolidierter Unternehmen	372	0
Veränderung der Forderungen und sonstiger Aktiva	-355	-389
Veränderung der Verbindlichkeiten und sonstiger Passiva	2.703	2.799
Zahlungsunwirksame Veränderungen durch Änderungen des Konsolidierungskreises	-1.431	0
Veränderung der Erlösabgrenzung	5.043	2.412
Eliminierung amianto Fremdverpflichtung	-2.637	-2.704
<b>Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit</b>	<b>17.762</b>	<b>15.101</b>
Auszahlung für aktivierte Aufwendungen selbst entwickelter Software	-2.895	-1.770
Auszahlung für den Erwerb von Software	-1.675	-1.414
Auszahlungen für den Erwerb von Sachanlagen	-2.851	-1.986
Auszahlung für Akquisition konsolidierter Unternehmen (abzüglich erworbener Finanzmittel)	-2.949	0
<b>Cashflow aus Investitionstätigkeit</b>	<b>-10.370</b>	<b>-5.170</b>



in Tsd. €	01.01.2013 - 30.09.2013	01.01.2012 - 30.09.2012
Auszahlung Kapitalrückgewähr	0	-19.953
Auszahlung Dividende	-3.089	-3.020
Einzahlung aus Verkauf eigener Aktien	984	312
Einzahlung aus Optionsausübungen	1.151	1.582
<b>Cashflow aus Finanzierungstätigkeit</b>	<b>-954</b>	<b>-21.079</b>
Differenzen aus der Währungsumrechnung	0	3
<b>Zahlungswirksame Veränderung des Eigen-Finanzmittelbestands</b>	<b>6.438</b>	<b>-11.145</b>
Eigen-Finanzmittelbestand zu Beginn der Periode	56.159	66.196
<b>Eigen-Finanzmittelbestand am Ende der Periode <sup>1)</sup></b>	<b>62.597</b>	<b>55.051</b>
Fremd-Finanzmittelbestand zu Beginn der Periode	2.614	2.021
Veränderung des Fremd-Finanzmittelbestands	2.637	2.704
<b>Fremd-Finanzmittelbestand am Ende der Periode</b>	<b>5.251</b>	<b>4.725</b>

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

## Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung

für den Zeitraum vom 1. Januar bis 30. September 2013

in Tsd. €	Gezeichnetes Kapital	Kapital- rücklagen	Eigene Anteile	Sonstige Rücklagen	Bilanz- gewinn	Eigenkapital Summe
<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
<b>Summe des direkt im Eigenkapital erfassten Ergebnisses</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>
Jahresergebnis	0	0	0	0	6.247	6.247
<b>Konzern-Gesamtergebnis</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6.247</b>	<b>6.250</b>
Kapitalerhöhung aus anteilsbasierter Vergütung	53	1.529	0	0	0	1.582
Dividendenzahlung	0	0	0	0	-3.020	-3.020
Verkauf eigener Aktien	0	0	312	0	0	312
Personalkosten Aktienoptionsprogramm	0	0	0	781	0	781
<b>Stand 30.09.2012</b>	<b>5.479</b>	<b>15.537</b>	<b>-2.055</b>	<b>16.484</b>	<b>13.056</b>	<b>48.501</b>
<b>Stand 01.01.2013</b>	<b>5.554</b>	<b>17.393</b>	<b>-2.039</b>	<b>16.302</b>	<b>14.552</b>	<b>51.762</b>
Währungsumrechnung	0	0	0	0	0	0
<b>Summe des direkt im Eigenkapital erfassten Ergebnisses</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Jahresergebnis	0	0	0	0	7.413	7.413
<b>Konzern-Gesamtergebnis</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>7.413</b>	<b>7.413</b>
Kapitalerhöhung aus anteilsbasierter Vergütung	38	1.113	0	0	0	1.151
Dividendenzahlung	0	0	0	0	-3.089	-3.089
Verkauf eigener Aktien	0	0	984	0	0	984
Personalkosten Aktienoptionsprogramm	0	0	0	52	0	52
<b>Stand 30.09.2013</b>	<b>5.592</b>	<b>18.506</b>	<b>-1.055</b>	<b>16.354</b>	<b>18.876</b>	<b>58.273</b>

## Erläuterungen zum Konzern-Zwischenabschluss für den Zeitraum vom 1. Januar bis 30. September 2013

### Informationen zu Gesellschaft und Konzern

Die XING AG hat ihren Firmensitz in der Dammtorstraße 29-32, 20354 Hamburg, Deutschland, und ist beim Amtsgericht Hamburg unter HRB 98807 eingetragen. Das Mutterunternehmen der Gesellschaft ist die Burda Digital GmbH, München. Das oberste Mutterunternehmen der Gesellschaft ist seit dem 18. Dezember 2012 die Hubert Burda Media Holding Kommanditgesellschaft, Offenburg, Deutschland.

Gemessen an der weltweiten Gesamtzahl einzelner Besucher betreibt XING eine der führenden Websites für Professional Networking. Die internationale, mehrsprachige, internetbasierte Plattform ist eine „Beziehungsmaschine“, die ihren Mitgliedern die Möglichkeit gibt, neue geschäftliche Kontakte zu finden, bestehende Kontakte aufrechtzuerhalten, ihren Wirkungsbereich auf neue Märkte auszudehnen sowie Meinungen und Informationen auszutauschen. XING erzielt seine Umsatzerlöse im Wesentlichen aus Mitgliedsbeiträgen der Premium-Mitglieder und betreibt die Plattform gegenwärtig frei von bezahlter Werbung für Premium-Mitglieder.

### Grundlagen der Abschlusserstellung sowie Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Der verkürzte Konzern-Zwischenabschluss für die am 30. September 2013 endende Berichtsperiode wurde in Übereinstimmung mit dem von der EU verabschiedeten International Financial Reporting Standard für Zwischenabschlüsse (IAS 34) erstellt. Der verkürzte Konzern-Zwischenabschluss enthält nicht alle für den Konzernabschluss zum Geschäftsjahresende erforderlichen Informationen und Angaben und ist daher in Verbindung mit dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2012 zu lesen.

Der Betrachtungszeitraum umfasst den Zeitraum vom 1. Januar 2013 bis zum 30. September 2013. Als Vergleichsperiode wird der Zeitraum vom 1. Januar 2012 bis zum 30. September 2012 dargestellt. Der Konzern-Zwischenabschluss und der Konzern-Zwischenlagebericht zum 30. September 2013 der XING AG wurden durch den Vorstand am 6. November 2013 zur Veröffentlichung freigegeben.

Die angewandten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden des verkürzten Konzern-Zwischenabschlusses entsprechen den angewandten Methoden im Konzernabschluss zum 31. Dezember 2012. Der Zwischenabschluss wurde vom Abschlussprüfer weder geprüft noch einer prüferischen Durchsicht unterzogen.

### Erwerb der kununu GmbH im Januar 2013

Die XING AG hat mit wirtschaftlicher Wirkung zum 1. Januar 2013 sämtliche Geschäftsanteile an der kununu GmbH, Wien, Österreich, übernommen. Mit Vertragsunterschrift hat die XING AG an den Verkäufer zunächst 3,6 Mio. € gezahlt. In Abhängigkeit von verschiedenen Faktoren, insbesondere der Umsatz- und EBITDA-Entwicklung der kununu GmbH in den Jahren 2013 und 2014, können bis Februar 2015 maximal weitere Zahlungen in Höhe von insgesamt 5,8 Mio. € erfolgen. Im Zusammenhang mit dieser Akquisition sind im Geschäftsjahr 2012 bereits Aufwendungen in Höhe von 0,4 Mio. € angefallen, die in den sonstigen betrieblichen Aufwendungen enthalten sind. Die Erstkonsolidierung erfolgt zum Zeitpunkt der Übertragung der Geschäftsanteile.

Der Zahlungsmittelabfluss aufgrund des Unternehmenserwerbs ist nachfolgend aufgezeigt:

in Tsd. €	2013
Vorläufiger Kaufpreis einschließlich möglicher Earnouts	-9.317
dem Erwerb direkt zurechenbare Kosten	-372
mit dem Tochterunternehmen erworbene Fremdzahlungsmittel	1.085
zzgl. noch nicht geleisteter Kaufpreisanteil	5.655
<b>Zahlungsmittelabfluss (Saldo)</b>	<b>-2.949</b>

Die beizulegenden Zeitwerte der Vermögenswerte und Schulden der kununu GmbH stellten sich zum Erwerbszeitpunkt wie folgt dar:

<b>Erstkonsolidierung</b>	
in Tsd. €	08.01.2013
<b>Vermögenswerte</b>	
Sachanlagen	109
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	15
Sonstige Aktiva	132
Zahlungsmittel	1.085
	<b>1.341</b>
<b>Schulden</b>	
Rückstellungen	-42
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	-95
Sonstige Verbindlichkeiten	-1.391
	<b>-1.528</b>
<b>Summe des identifizierbaren Nettovermögens aufgrund des Unternehmenserwerbs</b>	<b>-187</b>

Die Kaufpreisallokation wurde im Konzern-Zwischenabschluss zum 31. März 2013 auf vorläufiger Basis vorgenommen. Eine endgültige Verteilung des Kaufpreises auf die identifizierbaren und bewertbaren Vermögenswerte wird im Verlauf des Geschäftsjahres 2013 erfolgen. Ein zu erfassender Geschäfts- oder Firmenwert ist auf erwartete Synergien und andere Effekte aus den Aktivitäten der kununu GmbH zurückzuführen. Die vorläufigen beizulegenden Zeitwerte der im Rahmen der Kaufpreisallokation identifizierten Vermögenswerte und Schulden sowie der vorläufige Geschäfts- oder Firmenwert stellen sich zum Erstkonsolidierungszeitpunkt wie folgt dar:

<b>Erstkonsolidierung</b>	
in Tsd. €	08.01.2013
Kaufpreis unter Einbeziehung möglicher Earnouts	9.317
Eigenkapital der kununu GmbH	204
<b>Wert Kaufpreisaufteilung</b>	<b>9.521</b>
Wert selbst erstellte Software	-380
Wert Marke/Domain	-780
Wert Kundenbeziehungen	-2.020
Aktive latente Steuern	-213
Passive latente Steuern	795
<b>Geschäfts- oder Firmenwert</b>	<b>6.924</b>

Im 2. Quartal erfolgte auf Basis des Jahresabschlusses 2012 der kununu GmbH eine Anpassung des Kaufpreises um 72 Tsd. € auf 9.317 Tsd. € sowie des Eigenkapitals der kununu GmbH um 17 Tsd. € auf 204 Tsd. €. Der Geschäfts- oder Firmenwert erhöhte sich somit um 89 Tsd. € auf 6.924 Tsd. €.

Die kununu GmbH hat in den ersten neun Monaten des Jahres 2013 einen Umsatz in Höhe von 2.461 Tsd. € und ein Ergebnis in Höhe von 514 Tsd. € erwirtschaftet.

## Eigene Aktien

Zur Bedienung von Ansprüchen aus Aktienoptionsprogrammen wurden im Betrachtungszeitraum insgesamt 37.500 (Vergleichszeitraum: 11.892) eigene Aktien an Anspruchsberechtigte verkauft. Der Erlös betrug 984 Tsd. €. Zum 30. September 2013 verfügte die XING AG noch über 37.832 eigene Aktien (31.12.2012: 75.332 Aktien).

## Dividendenzahlung

Gemäß Beschluss der Hauptversammlung vom 24. Mai 2013 hat die XING AG am 25. Mai 2013 eine Dividende für das Geschäftsjahr 2012 in Höhe von 0,56 € pro Aktie ausgeschüttet. Bei 5.516.671 dividendenberechtigten Aktien entspricht das einer Auszahlungssumme von 3.089.335,76 €.

## Zusammensetzung der sonstigen betrieblichen Aufwendungen

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

in Tsd. €	01.01.2013 - 30.09.2013	01.01.2012 - 30.09.2012
IT-Dienstleistungen, betriebswirtschaftliche Dienstleistungen und Dienstleistungen für neue Märkte	3.461	2.817
Raumkosten	2.960	2.263
Kosten für Zahlungsabwicklung	1.493	1.261
Server-Hosting, Verwaltung und Traffic	1.489	850
Reise-, Bewirtungs- und sonstige Repräsentationskosten	1.209	1.024
Sonstige Personalkosten	663	647
Abschluss- und Buchführungskosten	619	732
Rechtsberatungskosten	426	501
Fortbildungskosten	384	301
Periodenfremde Aufwendungen	275	119
Kursverluste	268	130
Telefon/Mobilfunk/Porto/Kurier	257	270
Abgaben, Beiträge und Gebühren	219	158
Aufsichtsratsvergütung	210	178
Miete/Leasing	172	92
Bürobedarf	147	103
Forderungsverluste	139	117
Übrige	250	280
<b>Gesamt</b>	<b>14.641</b>	<b>11.843</b>

Die höheren Aufwendungen für Dienstleistungen ergeben sich vor allem aus erhöhten IT- und Produktentwicklungskosten. Der Anstieg der Raumkosten sowie der Kosten für Server-Hosting, Verwaltung und Traffic resultiert im Wesentlichen aus der Erweiterung der Rechenzentren sowie aus zusätzlichen Büroflächen für die gestiegene Anzahl an Mitarbeitern am Hamburger Standort. Die übrigen Aufwendungen umfassen u.a. Versicherungsbeiträge und Kfz-Kosten.

## Segmentinformationen

Die XING AG verfügt über ein berichtspflichtiges Segment mit den Bereichen „Network“ (Basisfunktionen der XING-Plattform und Enterprise Groups), „Premium Club“ (Abonnement-Mitgliedschaften, Display Advertising, Partnerships), „E-Recruiting“ (Stellenanzeigen, Unternehmensprofile und XING-Talentmanager) und „Events“. Die Aufteilung in Bereiche und Regionen entspricht auch der internen Organisationsstruktur und der Berichterstattung an Vorstand und Aufsichtsrat. Zum Ende des Geschäftsjahres 2012 wurden die bestehenden Geschäftsbereiche neu geordnet. Die Vorjahresangaben wurden zu Vergleichszwecken entsprechend angepasst.

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

in Tsd. €	01.01.2013 - 30.09.2013	01.01.2012 - 30.09.2012
Premium Club	40.077	37.956
E-Recruiting	17.058	12.243
Events	3.687	2.979
Network	178	241
<b>Gesamt</b>	<b>61.000</b>	<b>53.419</b>

in Tsd. €	01.01.2013 - 30.09.2013	01.01.2012 - 30.09.2012
D-A-CH	58.197	50.847
International	2.803	2.572
<b>Gesamt</b>	<b>61.000</b>	<b>53.419</b>

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

### Nahe stehende Unternehmen und Personen

Bezüglich der Angaben über Beziehungen zu nahe stehenden Unternehmen und Personen verweisen wir auf den Konzernabschluss zum 31. Dezember 2012. Es haben sich bis zum 30. September 2013 keine wesentlichen Änderungen ergeben.

### Wesentliche Ereignisse nach der Zwischenberichtsperiode

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

Hamburg, 6. November 2013

Der Vorstand

Dr. Thomas Vollmoeller

Ingo Chu

Timm Richter

Jens Pape

## FINANZTERMINE

Datum	Veranstaltung
6. November 2013	Zwischenbericht zum dritten Quartal 2013, Hamburg
28. März 2014*	Geschäftsbericht 2013, Hamburg
6. Mai 2014*	Zwischenbericht zum ersten Quartal 2014, Hamburg
23. Mai 2014	Ordentliche Hauptversammlung, Hamburg
6. August 2014*	Halbjahresbericht 2014, Hamburg
6. November 2014*	Zwischenbericht zum dritten Quartal 2014, Hamburg

\* voraussichtlich

## IMPRESSUM UND KONTAKT

Dieser Zwischenbericht liegt in deutscher und englischer Sprache vor. Beide Fassungen sowie weitere Presseinformationen stehen auch im Internet unter <http://corporate.xing.com> zum Download bereit.

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

XING AG  
Patrick Möller  
Director Investor Relations  
Dammthorstraße 29 - 32  
20354 Hamburg  
Telefon +49 40 41 91 31 - 793  
Telefax +49 40 41 91 31 - 44

### Redaktion

Patrick Möller

### 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](mailto:presse@xing.com)

### Unsere Social Media-Kanäle

<http://blog.xing.com>

(Unternehmensblog der XING AG)

[www.xing.com/net/pr1a41bcx/Anlegerforum\\_XING\\_Aktie](http://www.xing.com/net/pr1a41bcx/Anlegerforum_XING_Aktie)

(Diskussionsforum für XING-Anleger)

Twitter: [xing\\_ir](https://twitter.com/xing_ir)

(kapitalmarktbezogene Themen und Neuigkeiten)

Twitter: [xing\\_de](https://twitter.com/xing_de)

(unternehmensübergreifende Themen und Neuigkeiten)

Twitter: [xing\\_com](https://twitter.com/xing_com)

(unternehmensbezogene Themen und Neuigkeiten auf Englisch)

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

(Youtube-Kanal der XING AG)

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

(Facebook-Präsenz der XING AG)



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