



Get Connected — Web 2.0 an der Börse

Hauptversammlung
13. Juni 2007, Hamburg

OPEN Business Club AG, XING

HAFTUNGSAUSSCHLUSS

Diese Präsentation ist von der OPEN Business Club AG (das "Unternehmen") für den alleinigen Zweck erstellt worden, am 13. Juni 2007 bei der Präsentation für Investoren verwendet zu werden und ist streng vertraulich zu behandeln. Sie dient ausschließlich der Informationsvermittlung und darf weder kopiert, verbreitet, noch auf irgendeine andere Weise einer dritten Person zugänglich gemacht werden. Die Präsentation darf weder im Original noch als Kopie in die Vereinigten Staaten von Amerika eingeführt oder gesendet werden und darf dort auch nicht verbreitet werden. Jeglicher Verstoß gegen diese Auflagen stellt eine Verletzung der amerikanischen Wertpapiergesetze dar. Die Verbreitung dieses Dokuments in anderen Rechtssystemen kann ebenfalls gesetzlich eingeschränkt sein, und Personen, die diese Präsentation erhalten, sollten sich über derartige Auflagen informieren und sie befolgen. Die in diesem Dokument enthaltenen Fakten und Informationen sind auf dem neuesten Stand (zum Zeitpunkt der Erstellung). Weder das Unternehmen, seine Mutter- oder Tochtergesellschaften noch ihre Vorstandsmitglieder, Mitarbeiter, Berater oder andere Personen übernehmen die Garantie für die Richtigkeit und Vollständigkeit der in dieser Präsentation enthaltenen Informationen. Das Unternehmen, seine Mutter- oder Tochtergesellschaften sowie ihre Vorstandsmitglieder, Mitarbeiter, Berater oder anderen Personen können für eventuell entstandene Verluste durch die mittelbare oder unmittelbare Verwendung dieser Präsentation nicht haftbar gemacht werden. Dasselbe gilt für alle weiteren Informationen, die im Rahmen dieser Präsentation weitergegeben werden. Obwohl sorgfältig geprüft wurde, dass alle Fakten in diesem Dokument der Richtigkeit entsprechen und die hierin geäußerten Meinungen angemessen und plausibel sind, ist zu beachten, dass dieses Dokument selektiv ist und als Einleitung sowie Überblick über das Unternehmen gedacht ist. Jegliche Informationen und Statistiken, die von externen Quellen angeführt werden, dürfen nicht als vom Unternehmen als richtig übernommen oder bestätigt angesehen werden. Diese Präsentation enthält Stellungnahmen zur zukünftigen Entwicklung in den Bereichen Unternehmen, finanzielle Leistungsfähigkeit und Ergebnisse des Unternehmens bzw. der Unternehmensbranche. Derartige Stellungnahmen können daran erkannt werden, dass sie von Begriffen wie „glaubt“, „erwartet“, „prognostiziert“, „beabsichtigt“, „projiziert“, „plant“, „erwartet“, „strebt“, „sieht vorher“, „antizipiert“, „zielt ab auf“ oder ähnlichen begleitet werden. Die zukunftsbezogenen Aussagen in dieser Präsentation - Vermutungen, Meinungen und Ansichten des Unternehmens oder Informationen aus dritter Quelle eingeschlossen - basieren auf derzeitigen Plänen, Einschätzungen, Annahmen und Prognosen und bringen Ungewissheiten und Risiken mit sich. Manche Faktoren können wesentliche Abweichungen der aktuellen Zukunftsergebnisse, Leistungen oder Begebenheiten auslösen, als in diesen Aussagen getroffen. Das Unternehmen erklärt und garantiert nicht, dass die Annahmen, die solchen zukunftsbezogenen Aussagen unterliegen, frei von Fehlern sind, und übernimmt auch keine Verantwortung für die zukünftige Richtigkeit der Ansichten, die in dieser Präsentation zum Ausdruck gebracht werden. Es wird keine Verpflichtung übernommen, jegliche zukunftsbezogene Aussagen zu berichtigen. Wenn Sie diese Präsentation annehmen, erkennen Sie an, dass Sie die alleinige Verantwortung für Ihre eigene Bewertung des Marktes und der Marktposition des Unternehmens übernehmen und dass Sie Ihre eigene Analyse durchführen werden und die alleinige Verantwortung bei der Bildung Ihrer Meinung über die potenzielle Geschäftsleistung des Unternehmens in der Zukunft übernehmen. Diese Präsentation bezieht sich auf den Zeitraum ab dem 13. Juni 2007. Unter keinen Umständen darf die Aushändigung dieser Präsentation oder jegliche weitere Besprechungen zwischen dem Unternehmen und den Empfängern die Schlussfolgerung begründen, dass es keine Änderung in den Angelegenheiten des Unternehmens ab diesem Zeitpunkt gibt.

WICHTIGE HINWEISE

Proforma-Ergebnisse

Die Finanzergebnisse in dieser Präsentation sind teilweise ungeprüft und wurden von dem Unternehmen auf Basis des vorläufigen Jahresabschlusses und der zurückliegenden Jahresabschlüsse für die genannten Zeiträume zur besseren Vergleichbarkeit und Darstellung nicht wiederkehrender Kosten ermittelt.

Vorbehalt bei vorläufigen Finanzzahlen und Proforma-Ergebnissen

Diese Präsentation enthält vorläufige Finanzzahlen und Proforma-Ergebnisse. Hinsichtlich der vorläufigen Finanzzahlen können sich im Rahmen der abschließenden Prüfung des Jahresabschlusses Änderungen ergeben. Obwohl das Unternehmen der Auffassung ist, dass die Proforma-Ergebnisse die Entwicklungsrichtung des gewöhnlichen Geschäfts und den laufenden Stand des Unternehmens widerspiegeln, kann nicht garantiert werden, dass die Proforma-Ergebnisse diese Entwicklungsrichtung und diesen Stand genau widerspiegeln. Daher werden Anleger darauf hingewiesen, dass eine Anlageentscheidung nicht ausschließlich aufgrund der Proforma-Ergebnisse getroffen und die Proforma-Ergebnisse stets im Zusammenhang mit den endgültigen Finanzzahlen beurteilt werden sollten.



Lars Hinrichs
Vorstandsvorsitzender und
Gründer (CEO)

- Gründer + CEO des OPEN Business Club 2003
- seit der Umwandlung des Unternehmens in eine AG im Oktober 2006
Vorstandsvorsitzender



Eoghan Jennings
Finanzvorstand (CFO)

- verantwortlich für Planung, Controlling, Personal und Auswertung der Unternehmensleistung
- seit 2004 im Unternehmen tätig

01 Unser Unternehmen

02 Marktposition & Expansionsstrategie

03 Unsere Erfolge

04 Finanzprofil & Geschäftsmodell

05 Ausblick 2007



Unser Unternehmen

Profil

Führende Networking-Website für Professionals

- Über 2 Mio. Profile von Geschäftsleuten^(a)
- Über 50 Mio. Einzelverbindungen
- Globale Präsenz (16 Sprachen)
- Premium-Mitgliedschaft für 5,95 € monatl.^(b)
- 258.000 zahlende Mitglieder^(a)

(a) per 31. März 2007

(b) vorbehaltlich Sonderaktionen

Beispiele Verbindungsprofile

Was wir unseren Mitgliedern bieten

- Schnellen Zugang zu relevanten geschäftlichen Kontakten
- Eröffnung neuer Geschäftschancen
- Nächste Generation des Kontaktmanagements
- Digitales Reputationsmanagement

Bedürfnisse unserer Mitglieder...



“Ich suche jemanden”



“Ich möchte Geschäfte machen”



“Ich möchte gefunden werden”



“Ich suche einen neuen Job”



“Ich suche qualifizierte Leute”

... und warum sie zahlen

- ✓ Powersuche
- ✓ Versenden privater Nachrichten
- ✓ PremiumWorld
- ✓ Veröffentlichung von Angeboten im Marketplace

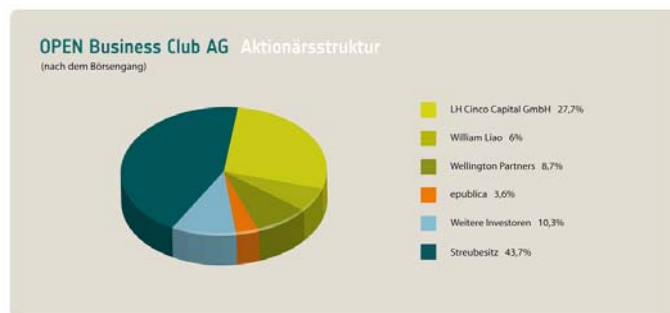
Die Aktie



Erfreuliche Kursentwicklung der XING-Aktie

- Schlusskurs am 12.06.2007: 39,70 €
- Kursplus von 32,2% zum Ausgabepreis von 30€
- Durchschnittliche monatliche Handelsvolumina (Anzahl Aktien) stiegen kontinuierlich von 4300 (Februar 2007) auf über 20.000 (Mai 2007)
- Durchschnittliches Handelsvolumen (Anzahl Aktien) der letzten 30 Tage: 23.453

Unsere Investoren



Namhafte Häuser empfehlen die XING-Aktie

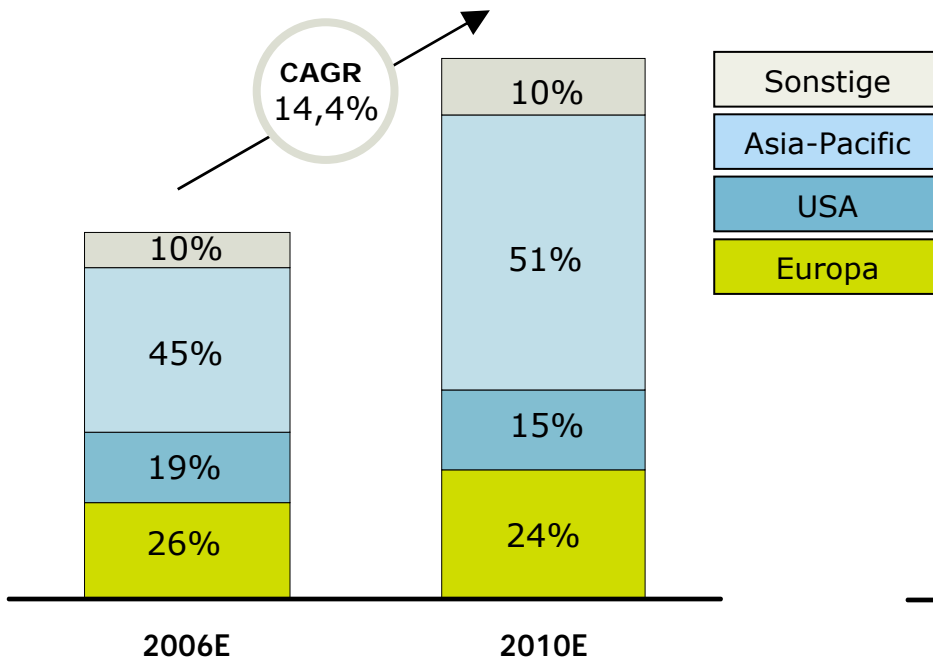
- Deutsche Bank
- Lehman Brothers
- WestLB



Marktposition & Expansionsstrategie

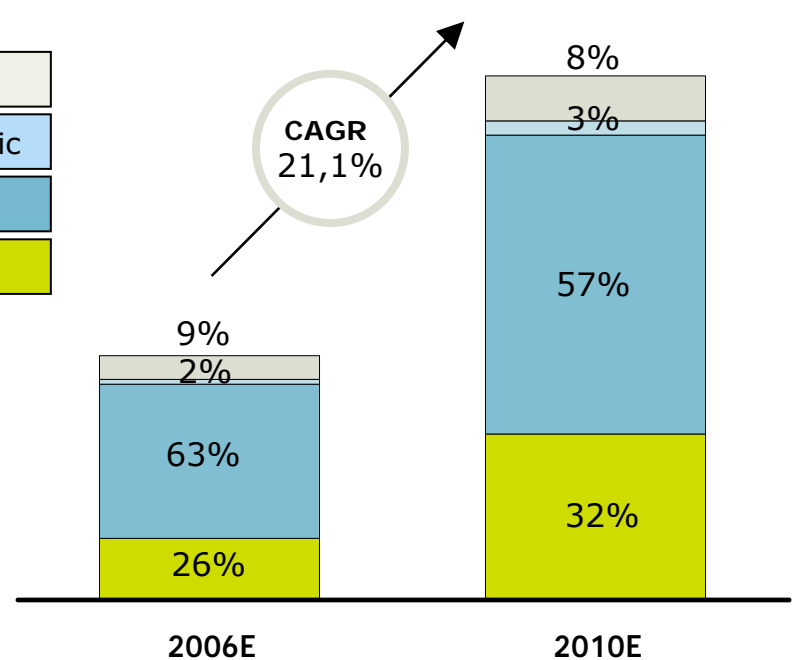
Verbreitung des Internets weltweit^(a)

Internet-Nutzer: 1,1 Mrd. Internet-Nutzer: 1,8 Mrd.



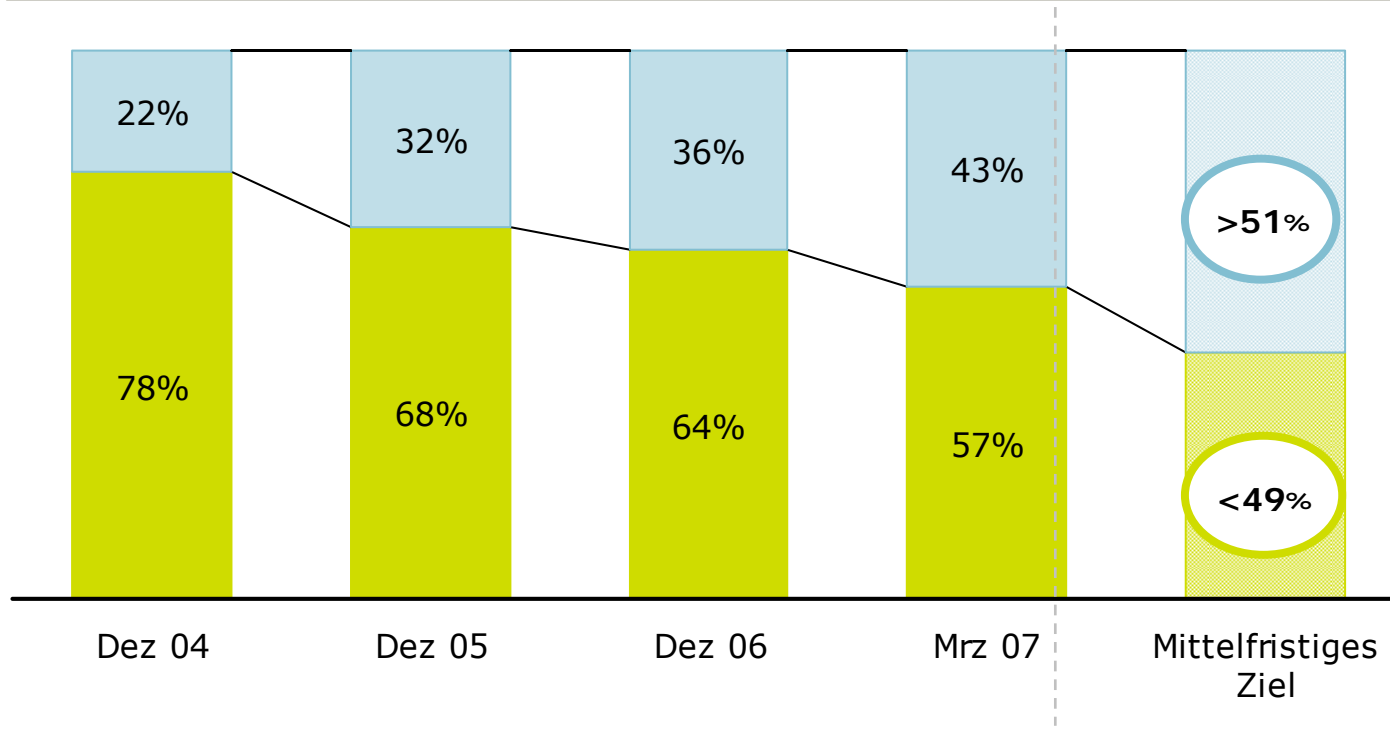
Globaler Markt für bezahlte Online-Inhalte^(b)

Marktgröße: 3,3 Mrd. € Marktgröße: 7,2 Mrd. €



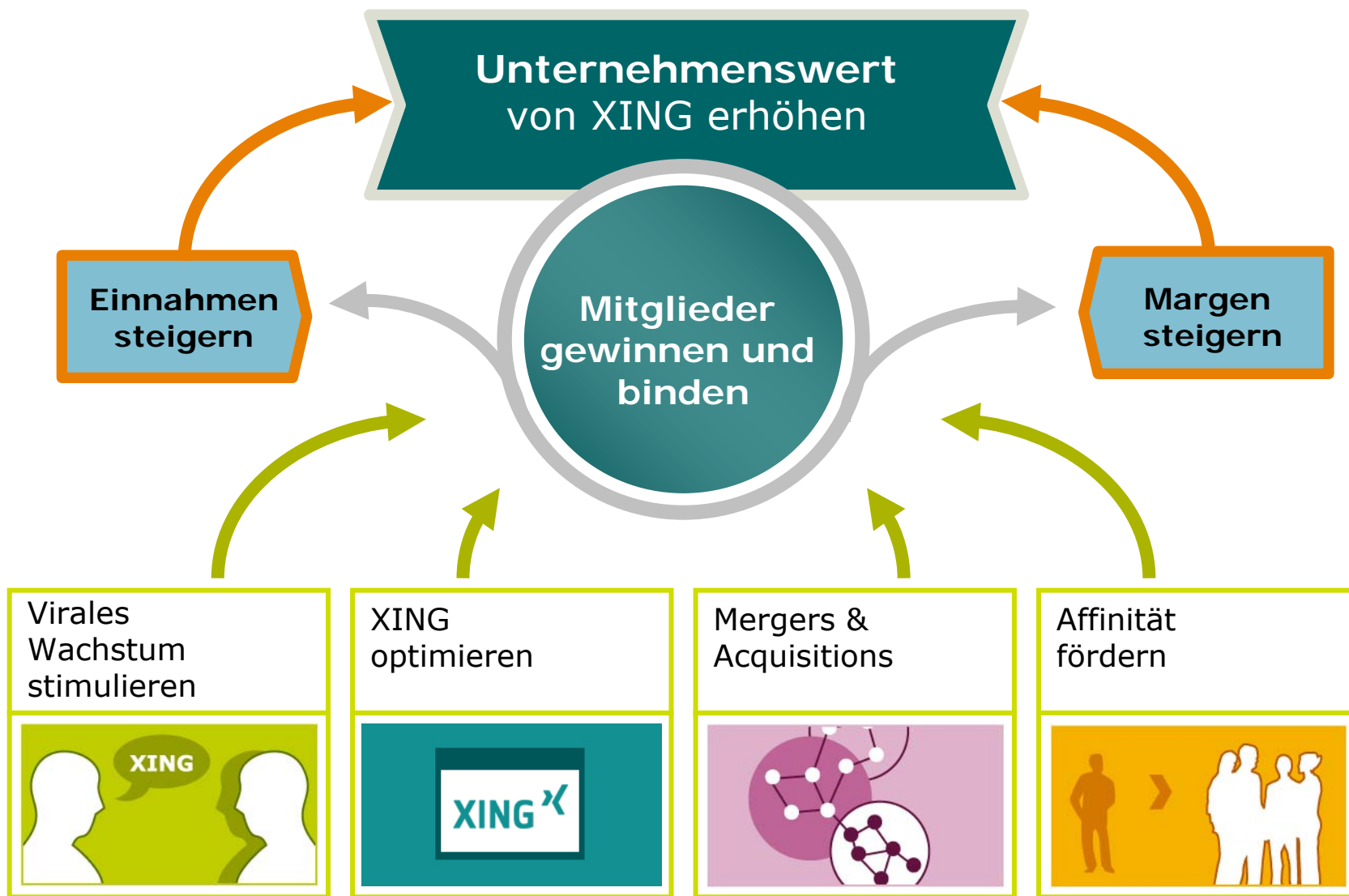
(a) Quelle: Computer Industry Almanac, Internet World Stats, PwC Global Entertainment and Media Outlook, Juni 2006
 (b) Quelle: Global Industry Analysts, Juni 2006

Regionale Aufteilung des Netzwerks (XING einschließlich eConozco)



* einschließlich der Mitglieder von eConozco

■ Deutschland ■ International*



Marketplace

Ermöglicht Geschäftsabschlüsse in einer vertrauten Umgebung

The screenshot shows the XING Marketplace interface. At the top, there's a navigation bar with 'Start', 'Members', 'Messages', 'Address Book', 'Groups', 'Events', 'Marketplace', and 'PremiumWorld'. Below this, there's a search bar with '9,663 members online' and a search button. The main content area is divided into two sections: 'Search on XING Marketplace (BETA)' and 'Post on XING Marketplace (BETA)'. The search results section is titled 'Offers that match my profile' and contains a table of job offers.

Description, tags	Company	Job title	Location	Contact person
Technical Support Analyst m/w	Anbieter von Lösungen für Online-Werbung, eMail- und Datenbank-Marketing	Technical Support Analyst m/w	Hamburg	Susan Onoels Schickler Personalberatung GmbH
Unser Mandant ist ein überaus erfolgreiches Unternehmen aus dem Bankwesen.	Vires Confere	Analyst strategische Unternehmensplanung (w/m)	Hamburg	Malte Kutscha Vires Confere
Mediaplaner für Hamburg, Düsseldorf sowie Frankfurt gesucht	BremerBlum Personalberatung	Mediaplaner, 5 Positionen zu besetzen!	Bundesweit	Jürgen Bremer BremerBlum Personalberatung + Mergers & Acquisitions
Trainee Online Media für Hamburg sowie Trainee Mediaplanung für Hamburg...	BremerBlum Personalberatung	Trainee, 5 Positionen zu besetzen!	Bundesweit	Jürgen Bremer BremerBlum Personalberatung + Mergers & Acquisitions
Love technology PR but want to broaden your experience?	The Works	PR senior account manager - big brand technology and cross-sector	London	Mike Hill The Works

- Erfolgreiche Einführung am 5. Mai 2007
- Über 13.000 Postings
- Der Marktplatz generiert einen überzeugenden Mehrwert für zahlende und nicht zahlende Mitglieder
- Starker Anreiz für den Wechsel zur Premium-Mitgliedschaft
- Erschließung weiterer profitabler Umsatzquellen geplant

Führendes spanisches Geschäftskontaktnetzwerk „eConozco“ akquiriert

- 150.000 Mitglieder (Stand 31. März 07)
- hochwertige Mitgliederbasis
- Kritische Masse und typisches virales Wachstum bereits vor sechs Monaten erreicht
- Gründer und Management begleiten die Integration
- Umsetzung des behutsamen Integrationskonzepts gestartet
- Zugang zu den südamerikanischen Märkten



1	XING wird die Position als führendes Social Business Network ausbauen
2	XING plant den Eintritt in den US-amerikanischen Markt für 2007
3	XING sucht nach weiteren geeigneten Netzwerken zur Übernahme
4	XING entwickelt neue profitable Einnahmequellen (z.B. Marketplace)
5	XING wird von einem globalen Wachstumsmarkt maßgeblich profitieren

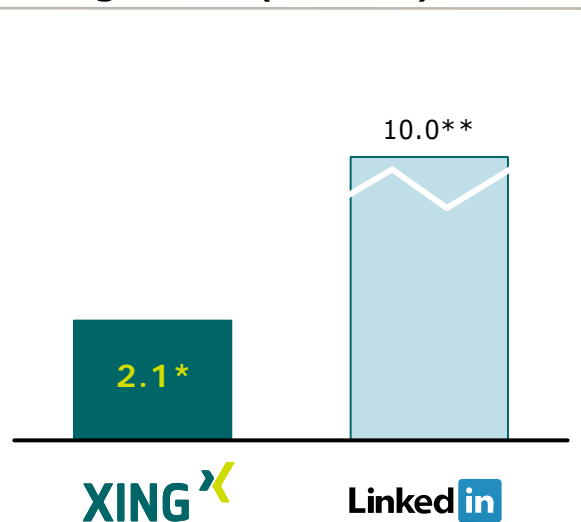


Unsere Erfolge

03 Marktführer der geschäftlichen Netzwerke

Relevant ist Aktivität, nicht Anzahl der Nutzer

Mitglieder (in Mio.)



89% der XING Premium-Mitglieder waren in den letzten 30 Tagen aktiv

Unique visitors / Mitgliederbasis (%)



Verbrachte Zeit (Min.)



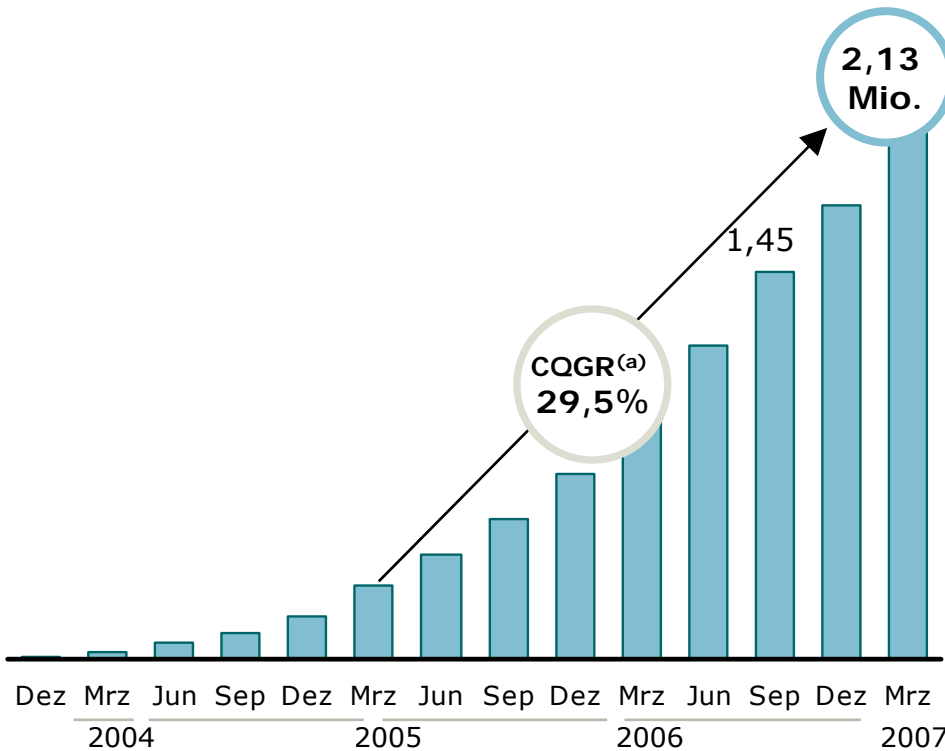
Seitenaufrufe (min)



* Quelle: XING
** Quelle: LinkedIn Corporation

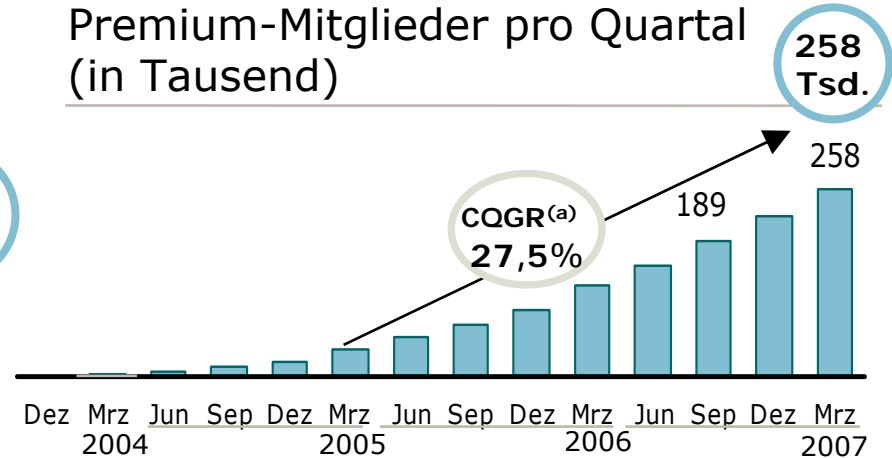
Hinweis: Stand März 2007
Quelle: Comscore

Mitglieder gesamt pro Quartal
(in Mio.)



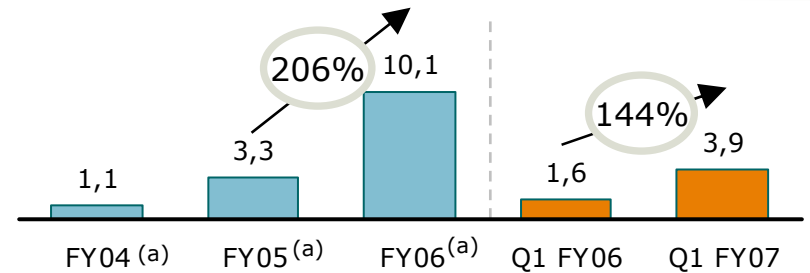
(a) Durchschnittliche Wachstumsrate pro Quartal, März 05 – März 07

Premium-Mitglieder pro Quartal
(in Tausend)



(a) Durchschnittliche Wachstumsrate, Mrz 05 – Mrz 07

Umsatzwachstum (in Mio. €)



(a) Die Ergebnisse beziehen sich auf die jeweiligen Kalenderjahre und sind pro forma Kennzahlen



Finanzprofil & Geschäftsmodell

Highlights des Geschäftsjahres 2006

Starkes Wachstum	<ul style="list-style-type: none">• 145 % Wachstum Anzahl der Mitglieder und 140 % Wachstum Anzahl der Premium-Mitglieder ^(a)• 201 % Umsatzwachstum^(a)
Gewinnsteigerung	<ul style="list-style-type: none">• Umsätze wachsen schneller als die Kostenbasis• 1,4 Mio. € EBITDA vor Sondereinflüssen (IPO)^(b)• Entspricht einer 23 % EBITDA-Marge^(b)
Hohe Cash-Flow-Marge	<ul style="list-style-type: none">• 3,9 Mio. € operativer Cash-Flow^(b)• 61 % operative Cash-Flow-Marge^(b)

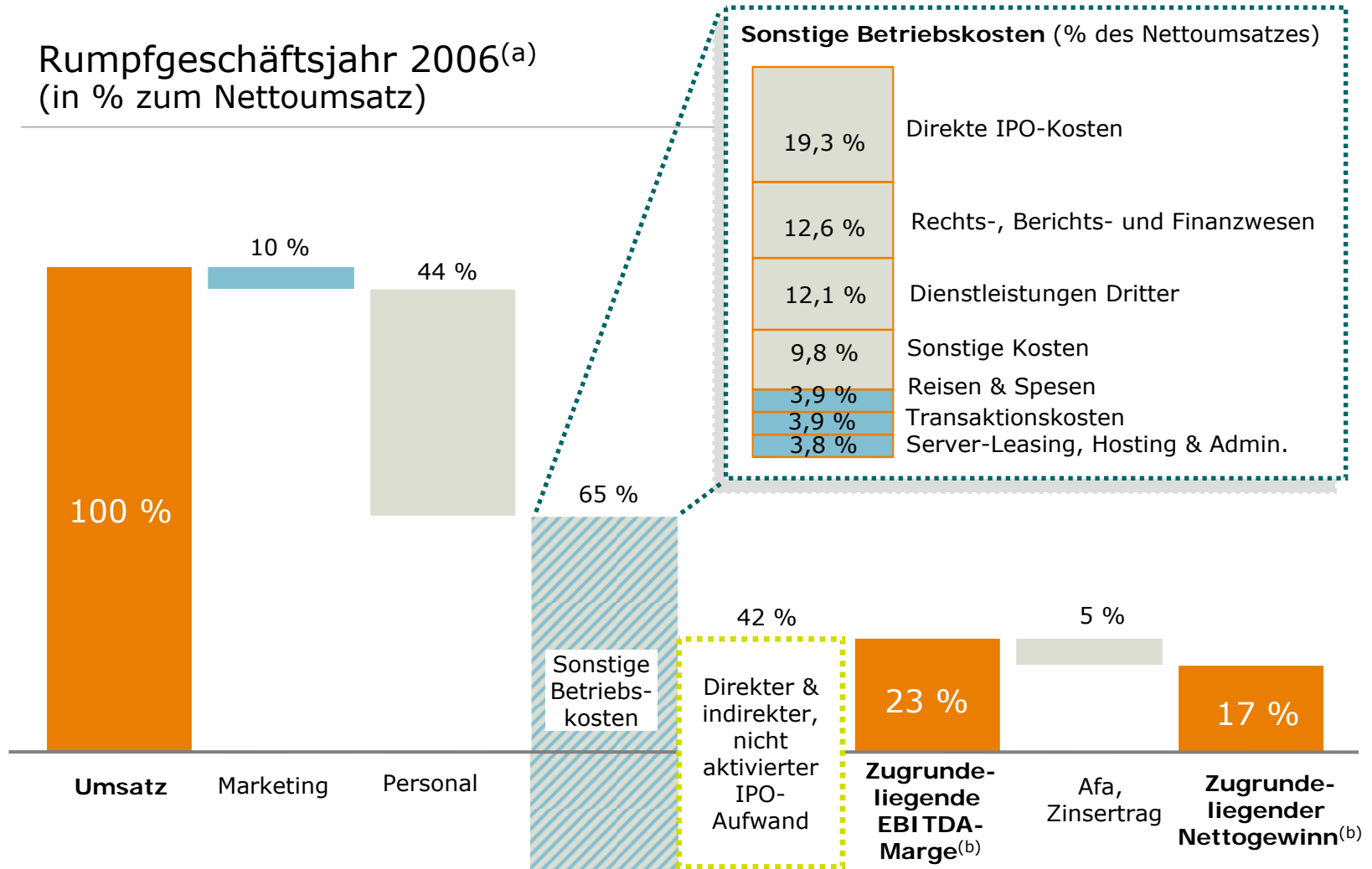
(a) Pro forma Geschäftsjahr 2006 (1. Januar – 31. Dezember) im Vergleich zum pro forma Geschäftsjahr 2005 (1. Januar – 31. Dezember)

(b) Rumpfgeschäftsjahr 2006 (1. Juli – 31. Dezember)

04 Skalierbarkeit erhöht Profitabilität

EBITDA-Marge^(b) auf 23% gestiegen

Rumpfgeschäftsjahr 2006^(a)
(in % zum Nettoumsatz)



^(a) Rumpfgeschäftsjahr (1. Juli – 31. Dezember 2006); ^(b) vor einmaligen IPO-Kosten

■ Kosten steigen proportional zu den Umsätzen ■ Kosten steigen unterproportional zu den Umsätzen

Highlights des 1. Quartals 2007

	Q1 2007	Q1 2006
Verbindungen (Mio)	50	23
Mitglieder (Mio)	2,13	0,93
Premiummitglieder ('000)	258	125
Umsatz (Mio €)	3,93	1,59
EBITDA* (TSD €)	750	-433
EBITDA (TSD €)	529	-433
Gewinn (TSD €)	467	-459

- Anzahl der bestehenden Kontakte > **50 Millionen** Verbindungen
- Steigerung im Jahresvergleich um **129 %** und im Quartalsvergleich **26%**
- Anteil der Premiummitglieder **12%**
- Umsatzsteigerung um **148%** zum Vorjahr und um **10%** zum Vorquartal
- EBITDA-Marge beträgt **19%** vor Sondereinfluss
- Einen Verlust von **0,5 Millionen €** in einen Gewinn von **0,5 Millionen €** umgewandelt

* Vor Sondereinfluss (Kosten des Börsengangs)

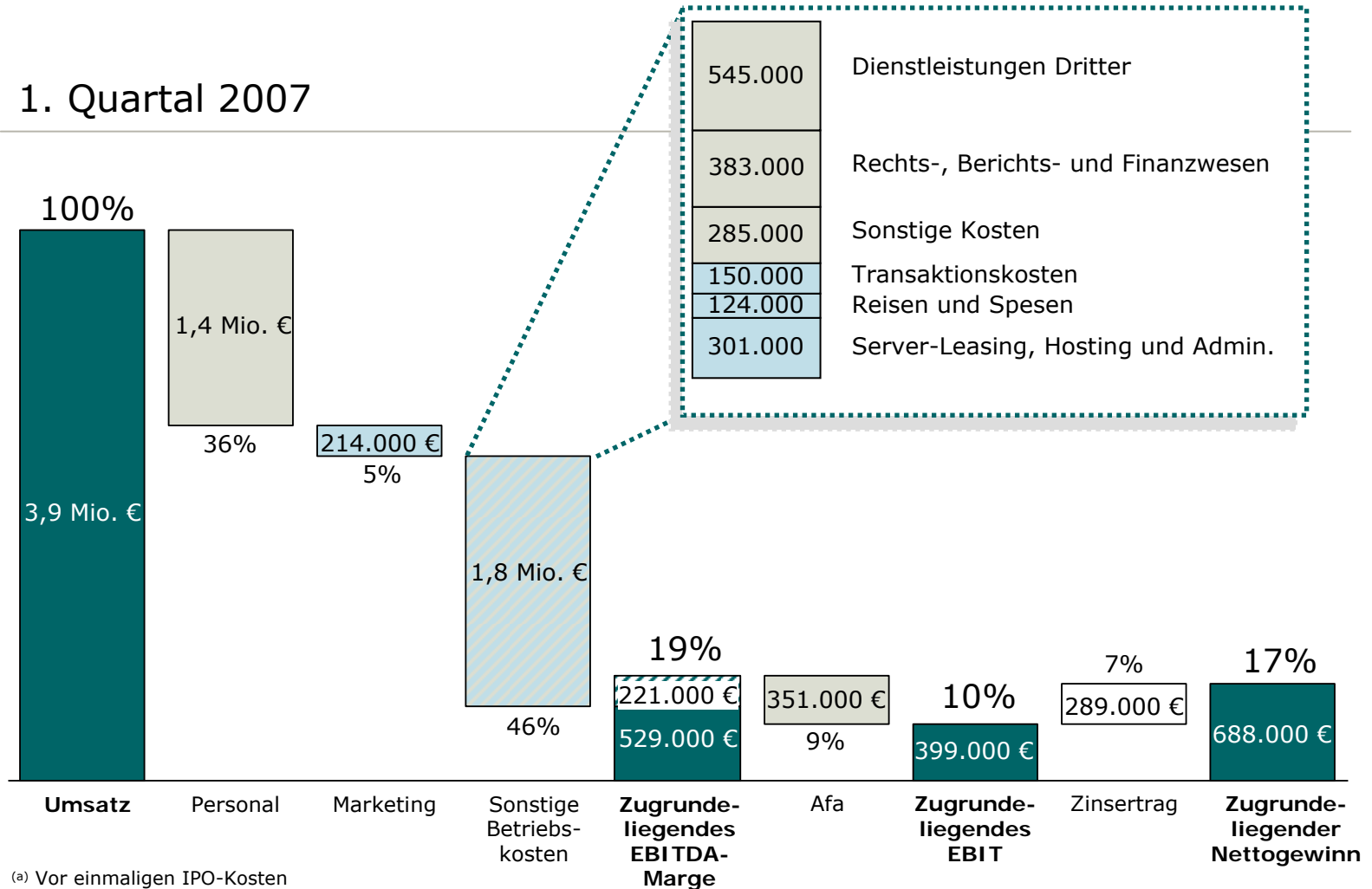
** Inklusiv eConozco

Alle finanziellen Ergebnisse beziehen sich auf IFRS Ergebnisse

04 Skalierbares Geschäftsmodell erhöht Profitabilität

Variable Kosten konstant bei 20% des Nettoerlöses

1. Quartal 2007



Kosten steigen proportional zu den Umsätzen

 Kosten steigen nicht proportional

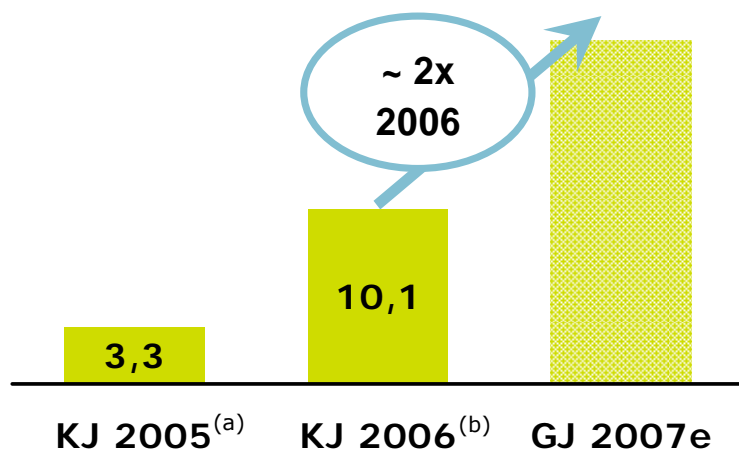
 Einmalige IPO-Kosten



Ausblick 2007

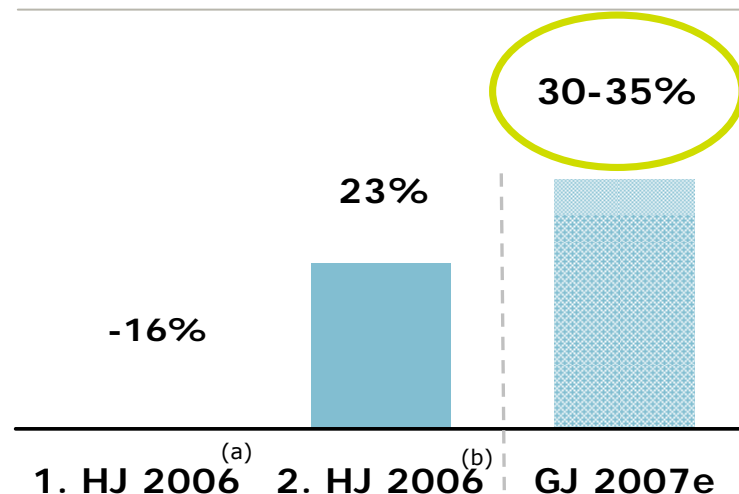
- Neue Funktionen (Profil 2.0, Adressbuch 2.0, Search) und Einnahmequellen (Marketplace - Jobs und relevante Inhalte)
- Aktivität und Zahlerrate weiter erhöhen
- Internationalisierung vorantreiben (4 Sprachräume: Deutsch, Englisch, Spanisch, Chinesisch)
- Bevorstehende Marktkonsolidierung forcieren und vorantreiben

Umsatzentwicklung 2005-2007e



(a) Pro forma 1. Halbjahr 2006 (Jan - Juni)
 (b) Pro forma 1. Hlbjahr 2006 (Juli- Dez) vor Sondereinfluss (Kosten des Börsengangs)

EBITDA-Margenentwicklung 2006-2007e



- ◆ 20. Juni 2007 Deutsche Bank 10th German Corporate Conference
- ◆ 21. August 2007 Veröffentlichung Ergebnisse 1. Halbjahr 2007
- ◆ 20. November 2007 Veröffentlichung Ergebnisse 3. Quartal 2007

- 1 XING hat ein starkes Finanzprofil und kann an der Konsolidierung des Marktes aktiv teilnehmen
- 2 XING hat ein bewährtes, skalierbares, wachstumsstarkes Geschäftsmodell mit einer hohen Cash-Flow-Marge
- 3 XING ist das führende Social Business Network, gemessen an den wichtigen Erfolgskriterien: Aktivität und Anzahl der zahlenden Mitglieder
- 4 XING adressiert einen globalen Wachstumsmarkt, der gerade erst am Anfang steht
- 5 XING entwickelt neue profitable Einnahmequellen

(a) Einzelbesucher auf der Website, die innerhalb eines bestimmten Zeitraums einmal gezählt werden, auch wenn Sie die Seite mehrmals besucht haben.

Vielen Dank
für Ihre Aufmerksamkeit

POWERING RELATIONSHIPS
WWW.XING.COM