

XING 



Geschäftsbericht 2013

For a better working life

www.xing.com

XING AG

XING ist das soziale Netzwerk für berufliche Kontakte. 14 Millionen Mitglieder weltweit nutzen die Plattform für Geschäft, Job und Karriere, davon mehr als 7 Millionen im deutschsprachigen Raum. Auf XING vernetzen sich Berufstätige aller Branchen, sie suchen und finden Jobs, Mitarbeiter, Aufträge, Kooperationspartner, Veranstaltungen, fachlichen Rat oder Geschäftsideen. Mitglieder tauschen sich online in über 50.000 Fachgruppen aus und treffen sich persönlich auf XING Events. Betreiber der Plattform ist die XING AG. Das Unternehmen wurde 2003 in Hamburg gegründet, ist seit 2006 börsennotiert und seit 2011 im TecDAX gelistet.

Kennzahlen

	Einheit	2013	2012	2011	2010	2009
Umsatz ¹	in Mio. €	84,8	73,3	66,2	54,3	45,1
Segment Network/Premium	in Mio. €	54,7	51,6	49,3	45,7	39,6
Segment E-Recruiting	in Mio. €	23,7	16,7	13,3	7,8	4,4
Segment Events	in Mio. €	4,9	3,9	2,5	–	–
EBITDA	in Mio. €	22,8 ⁵	20,1 ²	22,2	16,7	11,8
EBITDA-Marge	in %	27 ⁵	30 ²	34	31	26
Konzernergebnis	in Mio. €	9,1 ⁵	9,2 ²	9,4 ³	7,2	11,8
Ergebnis je Aktie (verwässert)	in €	1,65 ⁵	1,71 ²	1,73 ³	1,37	-0,33
Reguläre Dividende je Aktie	in €	0,62	0,56	0,56	–	–
Operativer Cashflow ⁴	in Mio. €	23,8	18,9	18,7	15,6	14,1
Eigenkapital	in Mio. €	62,0	51,8	42,6	61,2	52,7
Mitarbeiter		571	513	456	306	265
Mitglieder weltweit	in Mio.	14,00	12,90	11,71	10,48	8,75
davon in D-A-CH	in Mio.	6,93	6,09	5,28	4,47	3,74
davon zahlende Mitglieder	in Tsd.	830	808	784	745	687

¹ Inklusive sonstige betriebliche Erträge

² Bereinigt um einmalige Aufwendungen im Zusammenhang mit dem Pflichtangebot der Burda Digital GmbH und der Akquisition der kununu GmbH liegt das EBITDA 2012 mit 21.976 Tsd. € auf Vorjahresniveau.

³ Bereinigt um die einmalige Wertberichtigung und Abschreibung der Marktzugänge in Spanien und der Türkei i. H. v. 14,4 Mio. €.

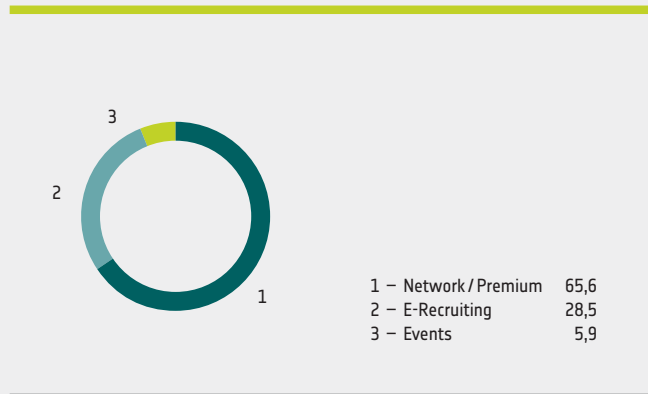
⁴ Bereinigt um Sondereffekte und periodenfremde Zahlungs- und -abflüsse (+4,8 Mio. €) für die Zahlung von Vorjahressteuern in 2011, -3,5 Mio. € aufgrund der Nachverhandlung der Verträge mit Kreditkartenakquirierern und -3,3 Mio. € durch Anstieg der Verbindlichkeiten für Ertragsteuern in 2010.

⁵ Ohne Berücksichtigung des nicht-operativen-Aufwands aus der earn-out-Verpflichtung der kununu GmbH von 1,5 Mio. € beträgt das EBITDA 24,3 Mio. €, das Konzernergebnis 10,5 Mio. € sowie das Ergebnis je Aktie 1,90€

Umsatz nach Jahren (in Mio. €)



Umsatz nach Segmenten (in %)



For a better working life

Fachkräftemangel, Digitalisierung, Transparenz und Wertewandel prägen die sich verändernde Arbeitswelt. → Wir wollen als Partner unserer Mitglieder einen wichtigen Beitrag dazu leisten, die Arbeitswelt für unsere Mitglieder zum Besseren zu wandeln, sich beruflich zu verwirklichen und die sich ihnen bietenden Chancen zu ergreifen.

Inhalt

01.

An unsere Aktionäre

- 03 Vorwort des Vorstandsvorsitzenden
- 05 Vorstellung des Vorstands
- 06 For a better working life
- 20 Bericht des Aufsichtsrats
- 26 Vergütungsbericht
- 32 Die XING-Aktie

02.

Konzern-Lagebericht

- 37 Geschäft und Strategie
- 42 Produktentwicklung und wichtige Ereignisse 2013
- 46 Mitarbeiter
- 47 Finanzielle und nichtfinanzielle Leistungsindikatoren
- 48 Rahmenbedingungen und Geschäftsentwicklung

03.

Konzern-Abschluss

- 71 Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung
- 72 Konzern-Bilanz
- 74 Konzern-Gesamtergebnisrechnung
- 75 Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung
- 76 Konzern-Kapitalflussrechnung
- 78 Konzern-Anhang
 - 78 (A) Grundsätze und Methoden
 - 87 (B) Erläuterungen zur Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung
 - 92 (C) Erläuterungen zur Konzern-Bilanz
 - 102 (D) Sonstige Erläuterungen
- 111 Erklärung des Vorstands
- 112 Bestätigungsvermerk

- U3 Finanztermine, Impressum und Kontakt

01.

AN UNSERE AKTIONÄRE

-
- 03 **Vorwort des Vorstandsvorsitzenden**
 - 05 **Vorstellung des Vorstands**
 - 06 **For a better working life**
 - 20 **Bericht des Aufsichtsrats**
 - 26 **Vergütungsbericht**
 - 32 **Die XING-Aktie**

Vorwort des Vorstandsvorsitzenden

SEHR GEEHRTE DAMEN UND HERREN,

als ich im Herbst 2012 die Führung der XING AG übernahm, waren die Herausforderungen groß. Insbesondere die Wachstumsraten hatten sich zuletzt von Quartal zu Quartal verlangsamt.

Das Ziel war klar: XING sollte wieder zu alten Wachstumsraten zurückkehren! Um die XING AG zu revitalisieren, war keine Zeit zu verlieren. Deshalb haben wir bereits unmittelbar nach meinem Amtsantritt wichtige Maßnahmen eingeleitet:

- ▶ Wir haben uns ambitionierte Wachstumsziele gesetzt,
- ▶ eine entsprechende Strategie erarbeitet,
- ▶ die XING AG auf Basis der Strategie in vier Geschäftsbereiche (BUs) unterteilt: „Network“, „Premium“, „E-Recruiting“ und „Events“,
- ▶ dort zentrale Positionen mit neuen und erfahrenen Personen besetzt
- ▶ und für alle BUs eine Roadmap von Produktinnovationen entwickelt.

Damit all diese Maßnahmen auf einer gemeinsamen Basis stehen und alle Geschäftsbereiche schlussendlich denselben übergeordneten Zielen dienen, haben wir zudem eine neue Vision und Mission entwickelt. Dabei haben wir auf einen Megatrend gesetzt, der ganz sicher die deutschsprachige Wirtschaft in den kommenden Jahre prägen wird wie kaum ein anderer und zu dessen Entstehen wir beigetragen haben, der also gleichsam aus unserer DNA erwächst: Die sich verändernde Arbeitswelt. Fachkräftemangel, Digitalisierung, Transparenz und Wertewandel – all diese Begriffe prägen die öffentliche Diskussion in Deutschland. Niemand weiß dabei genau, was diese Veränderungen für das eigene Arbeitsleben bedeuten. Hier setzt die Vision von XING an: „For a better working life“. XING positioniert sich als Partner seiner Mitglieder und will einen wichtigen Beitrag dazu leisten, die Arbeitswelt seiner Mitglieder zum Besseren zu wandeln. Die Mission „Enable professionals to grow“ betont, dass es uns darum geht, dem einzelnen Mitglied zu helfen, sich beruflich zu verwirklichen und die sich ihm bietenden Chancen zu ergreifen.

Dieses neue Selbstverständnis und den so formulierten Anspruch an XING haben wir bereits im vergangenen Jahr in einer Vielzahl von Produktneuerungen in die Tat umgesetzt. So haben wir gleich zum Jahresbeginn 2013 mit der Akquisition des Marktführers für Arbeitgeberbewertungen im deutschsprachigen Raum – kununu – im Segment



Dr. Thomas Vollmoeller,
Vorstandsvorsitzender der XING AG

E-Recruiting eine wichtige strategische Transaktion vollzogen. Das Angebot der in Wien ansässigen kununu GmbH funktioniert für die Jobsuche ähnlich wie Hotelbewertungsplattformen für die Reiseplanung: Auf dem Online-Portal kununu bewerten Mitarbeiter, Ex-Mitarbeiter, Auszubildende und Praktikanten ihren Arbeitgeber, unter anderem in Bezug auf Betriebsklima, Aufstiegschancen und Gehalt. Dadurch bekommen Jobsuchende einen authentischen Einblick in die Arbeitsbedingungen potenzieller Arbeitgeber – ungeschönt und direkt. Auf Basis dessen können sie optimal entscheiden, ob sie sich bei einem bestimmten Unternehmen bewerben wollen oder nicht. Indes haben Arbeitgeber die Möglichkeit, kostenpflichtige Profile auf kununu und XING zu erwerben, um sich interessierten Talenten optimal zu präsentieren. Mit der Übernahme von kununu wollen wir somit unseren Mitgliedern durch radikale Transparenz einen wichtigen Service bieten und gleichzeitig unsere Position als Marktführer im Wachstumsmarkt Social Recruiting weiter ausbauen.

Ebenfalls anknüpfend an den derzeit stattfindenden Wandel in der Arbeitswelt haben wir das neue XING-Profil gelauncht. Während Mitgliederprofile bislang vom Lebenslauf dominiert wurden, stehen jetzt stark erweiterte individuelle Möglichkeiten der professionellen Selbstdarstellung zur Verfügung. Damit haben nicht mehr nur Mitglieder mit klassischer Berufslaufbahn die Möglichkeit, ihren Werdegang

adäquat darzustellen. Künftig können ebenso Freiberufler, Studenten, Unternehmer oder auch Zahnärzte ihr professionelles Ich individuell darstellen, um nur ein paar Beispiele zu nennen.

Ein weiterer Meilenstein war „Das Neue Premium“. Erstmals seit vier Jahren haben wir unseren zahlenden Mitgliedern ein komplett überarbeitetes Angebot zur Verfügung gestellt, das neben erweiterten Online-Funktionen exklusive Vorteile von Premium-Partnern bietet. Dazu gehören das „WELT Digital“-Abo, der Business-Tarif von HRS, Online-Trainings bei lecturio.de oder die komfortablen Büroplätze unseres Partners DESIGN OFFICES - und viele mehr. Wichtiges Kriterium: Die Partnerangebote müssen zur Verbesserung des Berufslebens unserer Premium-Kunden beitragen. Ende 2013 nutzten 807.000 Mitglieder im deutschsprachigen Raum eine kostenpflichtige Mitgliedschaft bei XING. Diese Zahl wollen wir mithilfe der neuen Angebote in diesem Bereich auch 2014 weiter ausbauen.

Im Teilbereich „Aktives Recruiting“ haben wir den im September 2012 eingeführten XING Talentmanager (XTM) für Personalabteilungen und Personalberatungen mit der im September 2013 veröffentlichten Version 2.0 deutlich weiterentwickelt und sind mit der Deutschen Telekom eine Partnerschaft beim Thema „Aktives Recruiting“ eingegangen. 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 Mitte letzten Jahres seine Erfahrungen mit dem Tool gemessen und beeindruckende Ergebnisse im Recruiting-Alltag erzielt. So konnten die Kosten für die Besetzung offener Stellen dank Einsatz des XTM um 80 Prozent reduziert und gleichzeitig die Besetzungszeiten um mehr als 70 Prozent verkürzt werden. In der Folge haben wir mehr als 3.000 XTM-Lizenzen bis Ende 2013 an Personalabteilungen und Personalberater zur aktiven Kandidatenansprache verkauft. Und nicht nur die Personalwirtschaft profitiert: Je mehr Personalmanager auf XING nach Talenten suchen, desto mehr relevante Jobangebote erhalten unsere Mitglieder.

Dies sind nur wenige Beispiele einer Vielzahl von Maßnahmen und Aktivitäten des vergangenen Jahres. Ich freue mich außerordentlich, dass sich unsere Initiativen auch von Quartal zu Quartal spürbar bei unseren Ergebnissen bemerkbar gemacht haben. Denn wir konnten seit dem ersten Quartal unsere Wachstumsraten kontinuierlich steigern. Nach 11 Prozent in Q1, 15 Prozent in Q2, 18 Prozent in Q3 sind wir im letzten Quartal sogar 19 Prozent und damit drei Prozentpunkte über dem Jahresschnitt von 16 Prozent gewachsen. Unser EBITDA liegt bei 22,8 Mio. €. Ohne den nicht operativen Aufwand aus der earn-out-

Verpflichtung für den Erwerb der kununu GmbH von 1,5 Mio. € beträgt das EBITDA 24,3 Mio. € was einer Steigerung von 11 Prozent entspricht. Der Nettogewinn liegt bei 9,1 Mio. €. Rechnet man den nicht operativen Aufwand aus der earn-out-Verpflichtung für den Erwerb der kununu GmbH von 1,5 Mio. € heraus, liegt der Nettogewinn bei 10,5 Mio. € (+15 Prozent gegenüber Vorjahr). Diese hohe Profitabilität bei gleichzeitig starkem Wachstum erlaubt auch eine regelmäßige Ausschüttung an Sie, unsere Aktionäre. So haben wir als XING-Vorstand am 24. Februar 2014 auf Basis der vorläufigen, nicht testierten Ergebnisse des Geschäftsjahrs 2013 beschlossen, dem Aufsichtsrat die Anhebung der Basisdividende von 0,56 € je Aktie auf 0,62 € je Aktie vorzuschlagen. Darüber hinaus haben wir im Vorstandsgremium beschlossen, die Ausschüttung einer Sonderdividende in Höhe von 3,58 € je Aktie vorzunehmen, denn der hohe Bestand an liquiden Eigenmitteln von 66 Mio. € zum Jahresende 2013 sowie das cash-generative Geschäftsmodell von XING ermöglichen die Auszahlung einer Sonderdividende, ohne die weiter auf Wachstum ausgerichtete Geschäftsstrategie des Unternehmens zu verändern. Zusätzlich können sich unsere Aktionäre über eine außerordentlich gute Kursentwicklung von über 100 Prozent seit Jahresanfang 2013 freuen.

Es freut uns sehr, dass wir nicht nur bei den Finanzkennzahlen, sondern auch beim Wachstum unserer Mitgliederbasis Erfreuliches zu berichten haben. So konnten wir im vergangenen Geschäftsjahr mehr neue Mitglieder als in den Jahren zuvor gewinnen. Im deutschsprachigen Raum haben sich 839.000 neue Mitglieder bei XING registriert. Damit hatten wir Ende 2013 6,9 Millionen Mitglieder in der D-A-CH-Region. Nur wenige Wochen später konnten wir im Januar 2014 die Marke von sieben Millionen Mitgliedern dank des anhaltend starken Wachstums knacken.

Die gute Entwicklung des vergangenen Jahres spornt uns auch für das Jahr 2014 an, in dem wir ungebremst weiter wachsen wollen. Ich danke Ihnen, dass Sie uns bisher begleitet haben, und freue mich, wenn Sie uns auch in der Zukunft weiterhin als Anteilseigner treu bleiben.

Hamburg, den 27. März 2014

Ihr



Dr. Thomas Vollmoeller
Vorstandsvorsitzender der XING AG

Vorstellung des Vorstands



DR. THOMAS VOLLMOELLER
Chief Executive Officer

08/2012 - heute Vorstandsvorsitzender, CEO
2012 - heute Verwaltungsratsmitglied, Conrad Electronic SE
2008 - 2012 CEO, Valora AG
2003 - 2008 Vorstand Finanzen, Vorstand Non-Food (Vorstandsmitglied), Tchibo GmbH
1998 - 2003 Geschäftsführer, Tchibo direct GmbH
1988 - 1997 Senior Engagement Manager, McKinsey & Company, Inc.



INGO CHU
Chief Financial Officer

2009 - heute Vorstand, CFO
2001 - 2009 CFO - später zusätzlich Reichweitenmanagement, Marketing, Logistik RTL Shop GmbH - Bertelsmann
2000 - 2001 Director Business Development, Bertelsmann e-Commerce Group
1999 - 2000 Director International Business, ANDSOLD - Bertelsmann
1998 - 1999 Projektleiter Unternehmensentwicklung, CLT-UFA (jetzt RTL Group) - Bertelsmann
1995 - 1997 Vorstandsassistent, UFA / CLT-UFA (jetzt RTL Group) - Bertelsmann



JENS PAPE
Chief Technical Officer

03/2011 - heute Vorstand, CTO
03/2010 - 02/2011 Vice President Online Telefónica O₂ Germany GmbH & Co. OHG
03/2007 - 02/2010 Direktor IT, Customer side development, CIO, Alice / Hansenet
03/2003 - 03/2007 CTO, AOL Deutschland GmbH & Co. KG



TIMM RICHTER
Chief Product Officer

03/2013 - heute Vorstand, CPO
02/2011 - 02/2013 Geschäftsführer, TravelTainment GmbH
01/2008 - 02/2010 Geschäftsführer, Berge & Meer Touristik GmbH
01/2007 - 12/2007 Bereichsleiter Innovationen & Dienstleistungen, Direktor, Tchibo GmbH
01/2005 - 12/2006 Leiter neues Filialkonzept, Direktor, Tchibo GmbH
03/2003 - 12/2004 Bereichsleiter Unternehmensentwicklung, Direktor, Tchibo GmbH
04/2002 - 02/2003 Leiter Zentralcontrolling, Manager, Tchibo GmbH
09/2000 - 03/2002 Referent Konzernentwicklung, Manager, Tchibo AG
01/2000 - 08/2000 Projektleiter, Manager, McKinsey & Company, Inc.
02/1995 - 12/1999 Berater, McKinsey & Company, Inc.

„Besser leben. Anders arbeiten.“

Im 19. Jahrhundert war es die Industrielle Revolution, die nicht nur Wertschöpfungs- und Produktionsprozesse radikal veränderte, sondern auch das gesamte Arbeitsleben. → Während vorher das Gros der Bevölkerung in einer Agrargesellschaft lebte, führte insbesondere der Fortschritt von Technik, Produktivität und Wissenschaften dazu, dass innerhalb vergleichsweise weniger Jahre der Übergang in die Industriegesellschaft vollzogen wurde. In dieser Zeit entstanden die Strukturen und Normen, die unsere Arbeitswelt seitdem bestimmt haben.

Heute ist es wieder eine technische Entwicklung, die den entscheidenden Impuls für Veränderungen gibt: Die Digitalisierung, die mittlerweile praktisch sämtliche Wirtschaftsprozesse erfasst hat.

Dass das Internet die Berufswelt vollständig durchdrungen hat, führt nicht nur zu einem technologischen, sondern nicht zuletzt zu einem gesellschaftlichen Wandel, der zahlreichen Arbeitnehmern von heute eine neu gewonnene Souveränität ermöglicht. Erstmals ist es den sogenannten Wissensarbeitern möglich, räumlich und zeitlich flexibel zu arbeiten. Und nicht nur die technischen Voraussetzungen existieren, denn zusätzlich sorgt der sich verstärkende Fachkräftemangel dafür, dass Wissensarbeiter die Parameter ihres Berufslebens stärker selbst bestimmen können als jemals zuvor.

In dieser Gemengelage tritt die nachwachsende Generation, die sogenannte Generation Y, ins Berufsleben ein. Sie ist mit Computern, Web und Smartphone groß geworden und entstammt – im Gegensatz zu ihren Vorgängergenerationen – geburtenschwachen Jahrgängen. Die Knappheit an gut ausgebildeten Fachkräften macht sich hier ganz besonders bemerkbar. Der oben beschriebene Effekt der Machtverschiebung verstärkt sich so weiter. Für Unternehmen heißt das: Zeit zum Umdenken. Klassische Belohnungen und Statussymbole begeistern die junge Elite eher nicht. Stattdessen hinterfragt sie die bestehende Ordnung, will wissen, was für einen Sinn ihre Arbeit macht und ob sich der Beruf mit persönlichen Werten und Interessen in Einklang bringen lässt. Für Lebensqualität und ihre Ideale verzichten viele von ihnen auf Einkommen oder Karrierechancen, frei nach dem Motto „Arbeiten Sie noch oder leben sie schon?“.



spielraum – Das Magazin für die Arbeitswelt von morgen, als E-Paper und als App.

Seit mittlerweile zehn Jahren ist die XING-Plattform Partner ihrer Mitglieder in allen Fragen rund um ihr Arbeitsleben. Durch XING ist das sprichwörtliche Vitamin B nicht mehr nur Eliten vorbehalten, sondern jedermann zugänglich. Die Transparenz, für die die XING-Tochter kununu sorgt, reißt gleichsam die Mauern ein, die früher rund um Unternehmen bestanden, und macht ihre Qualitäten als Arbeitgeber sichtbar – und das radikal aus Sicht der Arbeitnehmer. Auf XING kann kein Unternehmen mehr Jobanzeigen schalten, ohne dass die kununu-Bewertung sichtbar ist. Kontakte stehen zur Verfügung, um authentisch und aus erster Hand Einblicke in Unternehmen zu gewähren. Mit dem Magazin „spielraum“ brachte XING Ende vergangenen Jahres die erste Zeitschrift für die neue Arbeitswelt an den Kiosk und bot darüber Arbeitnehmern und Freelancern Orientierung in einer immer bunter und vielfältiger werdenden Arbeits- und Lebenswelt.

Die Experten sind sich einig: Wir stehen erst am Beginn tektonischer Verschiebungen, die die gewohnte Ordnung der Berufswelt radikal verändern werden. Wir betrachten es als unseren Auftrag, dazu beizutragen, dass diese Veränderungen zum Wohle unserer Mitglieder geschehen. Deshalb haben wir uns auch für die Zukunft diesem Thema verschrieben. Ganz im Sinne der Vision von XING: „For a better working life“.

Fest steht: Es tut sich etwas in den Köpfen. Diesem neuen „spielraum“ der Arbeitswelt hat sich XING verschrieben.

Interview mit Gero Hesse

Den Auftakt machte ein Artikel im Handelsblatt → Am 1. Mai 2013 – dem Tag der Arbeit – konstatierten Thomas Sattelberger und Dr. Thomas Vollmoeller einen Umwälzungsprozess, der die Arbeitswelt gegenwärtig rasant verändert. Die fortschreitende Digitalisierung, der demographische Wandel und ein daraus folgender Kampf um die besten Talente verändern die Arbeitswelt und erfordern ein neues Denken. Gemeinsam gründeten sie ein Ideenlabor aus renommierten Experten mit dem Ziel, neue Ideen und Ansätze bereitzustellen, die eine Neuorientierung ermöglichen.

Als erste Aktion startete das Ideenlabor im September den New Work Award: Unternehmen waren aufgerufen, sich mit zukunftsorientierten Initiativen zu bewerben, mit denen sie heute bereits die Herausforderungen von morgen angehen. Wir sprachen mit Gero Hesse, Geschäftsleiter der Medienfabrik Gütersloh, passionierter Blogger unter www.saatkorn.de und Mitglied des Ideenlabors.

Herr Hesse, warum haben Sie sich entschlossen, im Ideenlabor mitzumachen?

Dafür gibt es zwei Gründe: Erstens ist mir das Thema wichtig. Denn dafür, dass wir alle mitten in einem fundamentalen Wandel stecken, gibt es bisher viel zu wenig interdisziplinäre Zusammenarbeit. Das Ideenlabor setzt genau dort an: Experten aus verschiedensten Bereichen, darunter Prof. Jutta Allmendinger, Präsidentin des Wissenschaftszentrums Berlin für Sozialforschung, oder Dr. Jörg Dräger, Vorstand der Bertelsmann Stiftung, bündeln ihre Kompetenzen, damit unsere Arbeitswelt zukunftsfähig bleibt. Zudem hat mich der partizipatorische Ansatz des New Work Award überzeugt. Die eingereichten Ideen legten wir denjenigen zur Abstimmung vor, die davon direkt betroffen sind: Die Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer sowie die

Vielzahl der Freelancer. Es hat funktioniert: Mehr als 30.000 Internet-Nutzer gaben ihre Stimme ab. Mich hat die Beteiligung an diesem Wettbewerb jedoch auch nachdenklich gemacht.

Warum?

Es ist deutlich geworden, dass die Demokratisierung von Entscheidungen in Unternehmen – auch über Themen wie Gehaltserhöhung oder Beförderung – immer noch die absolute Ausnahme ist. Zudem haben wir gesehen, dass die wirklich innovativen Konzepte nicht von Großunternehmen, sondern von KMUs, oft aus dem Start-up-Umfeld, kamen. Auch gewonnen haben dann drei kleinere, noch recht junge Unternehmen.

Woran glauben Sie liegt es, dass die Ideen in den Großunternehmen noch nicht angekommen sind?

Das hat damit zu tun, dass die Treiber dieser Ideen hauptsächlich die Gen Y ist – also eine Gruppe der ab 1980 Geborenen, die mit dem Internet ganz selbstverständlich aufgewachsen ist. Jedoch sind sie noch nicht in den Machtpositionen angekommen, wo sie direkt etwas ändern können. In der Wirtschaft sitzen in den Konzernen und großen

Familienunternehmen Vertreter der Generationen Babyboomer und Generation X an den Schaltzentralen. Beiden ist gemein, dass Arbeit einen deutlich höher priorisierten Stellenwert hat als in den nachfolgenden Generationen. Hier zählen noch Hierarchiegläubigkeit; Status und Geld spielen bei ihnen eine gewichtigere Rolle. Studien zeigen jedoch, dass diese Aspekte für die Generation Y eine völlig andere und untergeordnete Rolle spielen.

Was zählt denn für Sie?

Themen wie Nachhaltigkeit, Sinnfindung und Werteorientierung kommt eine ganz andere Bedeutung zu. Dies wirkt sich natürlich auch auf die Einstellung zur Arbeit und zum Arbeitgeber aus. Der Sinngehalt eines Berufs spielt bereits in Schulzeiten eine andere Rolle als zu Berufswahlzeiten der Babyboomer (Hauptsache Arbeit) und Generation X (Hauptsache gut bezahlte Arbeit). Das ganzheitlichere Denken impliziert auch die deutlich höhere Bedeutung von einem Thema wie Work-Life-Balance.

Sie sind bekannt als einer der Vorreiter für moderne Arbeitskonzepte. Warum glauben Sie, dass sich diese früher oder später durchsetzen werden?

Weil es gar nicht anders geht: Die demografische Entwicklung und die resultierende, langsam erkennbare Verschiebung der Machtverhältnisse auf den Arbeitsmärkten machen die Mitarbeiter zum zentralen USP eines Unternehmens. In einer Wissensgesellschaft werden sie zum alles entscheidenden Wettbewerbsvorteil. Um die guten Leute zu bekommen, muss man alte Denkmuster mindestens infrage stellen und oft über Bord werfen. Von der reinen Erkenntnis, dass man als Geschäftsleitung anders agieren muss, bis zur tatsächlichen Umsetzung ist es aber zugegebenermaßen ein langer und steiniger Weg. Umso wichtiger, dass innovative Unternehmen wie XING hier zeigen, wo es langgeht.

Das heißt, den Unternehmen bleibt keine andere Wahl als umzudenken?

Sie werden es müssen. Jedoch kenne ich in meiner Generation im mittleren Management fast niemanden, der nicht anfängt, in der neuen Richtung zu denken. Es ist in diesem Kontext sehr interessant zu sehen, wie viele Mittvierziger sich selbstständig machen und aus gut dotierten Positionen in Großkonzernen in eine finanziell unsicherere, oft auch deutlich schlechter bezahlte Selbstständigkeit gehen. Oft mit dem Ziel, etwas Sinnvolles zu tun, nach den eigenen Maßstäben und nicht nach irgendwelchen schon lange nicht mehr zeitgemäßen Konzernregeln. Ältere lassen sich also von dem neuen Denken anstecken.

Was muss passieren, dass in mehr Unternehmen moderne Arbeitskonzepte Einzug halten?

Wenn die Mitarbeiter in einer Wissensgesellschaft den entscheidenden Unterschied machen, muss man sich konsequenterweise entsprechend aufstellen. Der Schlüssel ist die Entwicklung einer guten Unternehmenskultur, die alle Mitarbeiter motiviert, indem sie sich zentral an ihnen ausrichtet. Denn nur mit den Genies lässt sich kein Krieg gewinnen. Man braucht ebenso hochmotivierte Mitarbeiter in Sachbearbeitungsfunktionen, im Stabsbereich oder in der Produktion. Ich bin fest davon überzeugt, dass man das Thema Personal als Investment verstehen muss. Die besten Leute bekommen und halten kann man nur über eine motivierende Unternehmenskultur. Darüber lässt sich dann langfristig eine Unternehmens- und Arbeitgebermarke aufbauen, mit der sich Mitarbeiter wirklich identifizieren.

Müssen wir jetzt auch Karrieren neu definieren?

Absolut. Meines Erachtens ist die Erosion der alten Werte, der militärisch-autokratischen Strukturen schon längst absehbar und im Gange. Führung qua Amt funktioniert schon jetzt kaum noch und wird in Zukunft wahrhaftig ins Leere gehen, da niemand mehr zuhören wird. Es geht um den Sinn im Leben, ganzheitlich gedacht.



Gero Hesse (44) ist Mitglied der Geschäftsleitung der Medienfabrik und Ideengeber von careerloft, dem exklusiven Karrierenetzwerk und Förderprogramm für talentierte Studenten und Absolventen. careerloft beschleunigt die berufliche Entwicklung von jungen Talenten bei Topunternehmen. Bereits seit 1998 beschäftigt sich Gero Hesse mit dem Thema Personalmarketing. Nach dem BWL-Studium an der Freien Universität Berlin mit den Schwerpunkten Organisation & Führung sowie Marketing implementierte er als Berater bei Andersen Consulting damals die erste Karriere-Website der heutigen Unternehmensberatung accenture für den deutschsprachigen Raum.

Gero Hesse stieg im Sommer 2000 bei der Bertelsmann AG im Zentralen Personalwesen ein. Dort war er bis Mitte 2011 als Senior Vice President Human Resources für das Employer Branding der Bertelsmann AG mit der „Create Your Own Career“ Initiative, die in 2009 mit dem HR Alliance Award sowie dem Personalwirtschaftspreis ausgezeichnet wurde, zuständig.

Seit Januar 2011 ist Gero Hesse Mitglied der Geschäftsleitung der Medienfabrik, der Medienagentur des Bertelsmann Konzerns im Unternehmensbereich arvato. Dort verantwortet er den Geschäftsbereich embrace (www.embrace.medienfabrik.de). Dieser Geschäftsbereich berät Unternehmen als Full-Service-Anbieter in allen Fragen rund um Employer Branding, Personalmarketing, Social Media, Rekrutierung und Befragungsprojekten.

Neben seinen beruflichen Aktivitäten beschäftigt sich Gero Hesse als Autor in seinem Blog [saatkorn](http://saatkorn.wordpress.com). (saatkorn.wordpress.com) mit den Themen Employer Branding und Social Media und wurde als „HR-Blogger of the Year 2012“ ausgezeichnet. Der passionierte Familienvater lebt mit seiner Frau und seinen vier Kindern in Gütersloh und ist leidenschaftlicher Rockmusiker.

Kandidaten- ansprache heute

Rekrutierung und Employer Branding in Zeiten des Fachkräftemangels →

Talente und hochqualifizierte Fachkräfte sind rar. Unternehmen müssen neue Wege gehen, um sich als gute Arbeitgeber zu präsentieren. Denn sogenanntes „Employer Branding“ mit den traditionellen Marketing-Mitteln reichen längst nicht mehr aus, um diese begehrte und anspruchsvolle Zielgruppe zu erreichen. Mit den neuen E-Recruiting-Lösungen hat XING die passenden Antworten darauf.

Über viele Jahre hinweg gehörte Arbeitslosigkeit zu den großen Problemen Deutschlands. Mittlerweile haben sich die Rahmenbedingungen maßgeblich verändert, und erstmals seit der Wiedervereinigung wurde im September 2013 nach Aussage des Statistischen Bundesamtes die Beschäftigungsmarke von 42 Millionen überschritten. Das stellt zahlreiche Unternehmen in Deutschland vor neue Herausforderungen. Denn die demografische Entwicklung und der sich immer weiter verschärfende Fachkräftemangel erschweren die Suche und Ansprache geeigneter Kandidaten erheblich. So geben knapp 90 Prozent aller im Rahmen des „Social Media Recruiting Report 2013“ (Quelle: Institute for Competitive Recruiting) befragten Unternehmen an, dass sie Schwierigkeiten haben, offene Stellen zu besetzen.

Genau diese Herausforderungen haben wir in unsere Produktentwicklung aufgenommen und insbesondere unsere E-Recruiting-Angebote stark an die veränderten Rahmenbedingungen angepasst. Denn mit mehr als sieben Millionen Mitgliedern im deutschsprachigen Europa verfügt XING nicht nur über den größten Talentpool in der D-A-CH-Region, wir haben auch die Entwicklung und Herausforderungen frühzeitig erkannt und zwei Produkte etabliert, die Unternehmen bei der Suche und Ansprache geeigneter Kandidaten erfolgreicher machen:

1. Den XING-Talentmanager (XTM) für die professionelle Suche und aktive Kandidatenansprache über die XING-Plattform.
2. Das Employer Branding-Profil auf www.xing.com und www.kununu.com für die Positionierung des eigenen Unternehmens als attraktiver Arbeitgeber.

DER XING-TALENTMANAGER (XTM)

Ende 2012 haben wir auf der Fachmesse „Zukunft Personal“ die erste Version des XING Talentmanagers als zeitgemäße Lösung für Unternehmenskunden vorgestellt. Auf der speziell für sie entwickelten Plattform können Recruiter einen Pool an interessanten Kandidaten erstellen und zu ihnen direkt Kontakt aufnehmen, auch wenn sie gerade nicht aktiv nach einer Stelle suchen. Der XTM sorgt dabei für transparente Kommunikation mit allen Beteiligten. Durch die Firmenmitgliedschaft wird außerdem garantiert, dass die Informationen im Unternehmen bleiben, auch wenn ein Recruiter das Unternehmen verlässt. Umfangreiche Such-, Filter- und Verwaltungsfunktionen wurden speziell für die Recruiter-Zielgruppe entwickelt. Im Herbst 2013 hat XING den XTM grundlegend überarbeitet: Über den Neuen XING Talentmanager führen nur noch wenige Arbeitsschritte zu den

The screenshot shows the XING Talent Manager interface. At the top, it says 'My projects > Key account manager > Candidates'. Below this, the project is identified as 'Key account manager - XING AG' with a 'SHARED PROJECT' tag. The location is 'Hamburg, Germany' and the status is 'In progress'. The interface is divided into sections for 'Candidates', 'Recommendations', and 'Details'. A grid of candidate profiles is displayed, each with a profile picture, name, title, company, location, experience, and contact status. For example, Mathew Reynolds is a Key account manager at Netizer Ltd in Hamburg, Germany, with 3 years and 1 month of experience, and his status is 'Initial contact'. Other candidates include Janusz Kowalski, Daniel McHunt, Klaus Schmidt, Hannah Müller, Jonas Petersson, Rachel Schultz, and Lotte Arendt.

Ansicht „XING-Talentmanager“

Richtig kommunizieren

Für eine Erfolg versprechende Kandidatenansprache im Rahmen von „Active Sourcing“ gilt es, einige grundsätzliche Kommunikationsregeln zu beachten.

Passgenauigkeit

Die angebotene Stelle muss zum Karriereziel passen. Der Recruiter sollte sich im Vorfeld Gedanken machen, was der nächste Karriereschritt des gefundenen Kandidaten sein könnte. Nur wenn dieser mit der angebotenen Stelle vereinbar ist, sollte der Kandidat auch angesprochen werden.

Aussagekräftige Betreffzeile

Eine Ansprache, die nicht geöffnet wird, verpufft wirkungslos. Damit die Nachricht gelesen wird, ist es hilfreich, bereits in der Betreffzeile Bezug auf das im Profil angegebene Karriereziel des Kandidaten zu nehmen.

Persönliche Ansprache

Mit einem Standardschreiben wird ein Recruiter die Kandidaten eher verärgern als sie für sich gewinnen. Der Empfänger merkt schnell, wenn es sich um einen 08/15-Standardtext handelt, und empfindet dies im schlimmsten Fall gar als Belästigung. Deshalb muss das Anschreiben einen persönlichen Bezug zum Kandidaten herstellen, indem es auf Angaben aus dessen Profil individuell eingeht.

Individuelle Antworten

Die Ansprache muss für den Kandidaten die Frage beantworten, warum er seine Stelle wechseln und weshalb er genau zu diesem Unternehmen gehen soll. Wenn das Schreiben keinen individuell passenden Wechselgrund bereitstellt (zum Beispiel: nächster Karriereschritt, bessere Work-Life-Balance, persönliche Weiterbildungsmöglichkeiten), sinken die Erfolgsaussichten.

geeigneten Kandidaten und befähigt so jedes Unternehmen, einfach und schnell Fachkräfte über XING zu finden und anzusprechen. Der Personaler lädt einfach die Stellenausschreibung im Word- oder PDF-Format in den XTM hoch, woraufhin das System diese umgehend ausliest und einen Projektordner anlegt. Der XTM schlägt dann passende Kandidaten aus dem größten Talentpool von Fachkräften im deutschsprachigen Raum vor, die anschließend im Ordner zur weiteren Verwaltung abgelegt werden können. Personalierer erhalten zudem exklusiven Zugriff auf Gehaltsvorstellungen und Wunscharbeitsorte latent Jobsuchender.

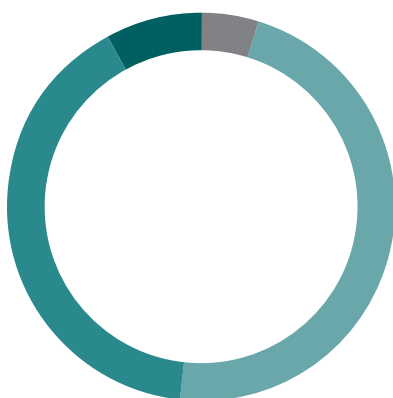
Durch die proaktive Kandidatenansprache können offene Stellen deutlich schneller besetzt werden als über die klassische Methode der Stellenanzeige. Auch den Vergleich mit der Beauftragung eines Personalberaters zur Suche nach geeigneten Kandidaten muss der Talentmanager bei einem Preis von knapp 3.000 € pro Lizenz (Seat) pro Jahr nicht scheuen – eine Gebühr, die deutlich unter der durchschnittlichen Vermittlungsprovision für einen externen Personalberater liegt. Zudem kann die Kandidatenqualität gesteigert werden, wenn genau definierte Suchkriterien vorliegen und ausschließlich diejeni-

gen Kandidaten angesprochen werden, die diese Kriterien erfüllen. Nur mit der Methode der Direktansprache können latent Stellensuchende identifiziert und aktiv rekrutiert werden. Laut der aktuellen Studie „Bewerbungspraxis 2013“ will fast jeder zweite Arbeitnehmer lieber von einem Arbeitgeber angesprochen werden, als selbst aktiv zu werden.

Besonders stolz sind wir auf die Partnerschaft mit der Deutschen Telekom AG beim Thema Direktansprache: Das Unternehmen griff bereits früh in ihrer Personalarbeit auf XING zurück. Seit Anfang des Jahres nutzt die Fachabteilung auch den XTM. Sie hat dabei ihre 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.

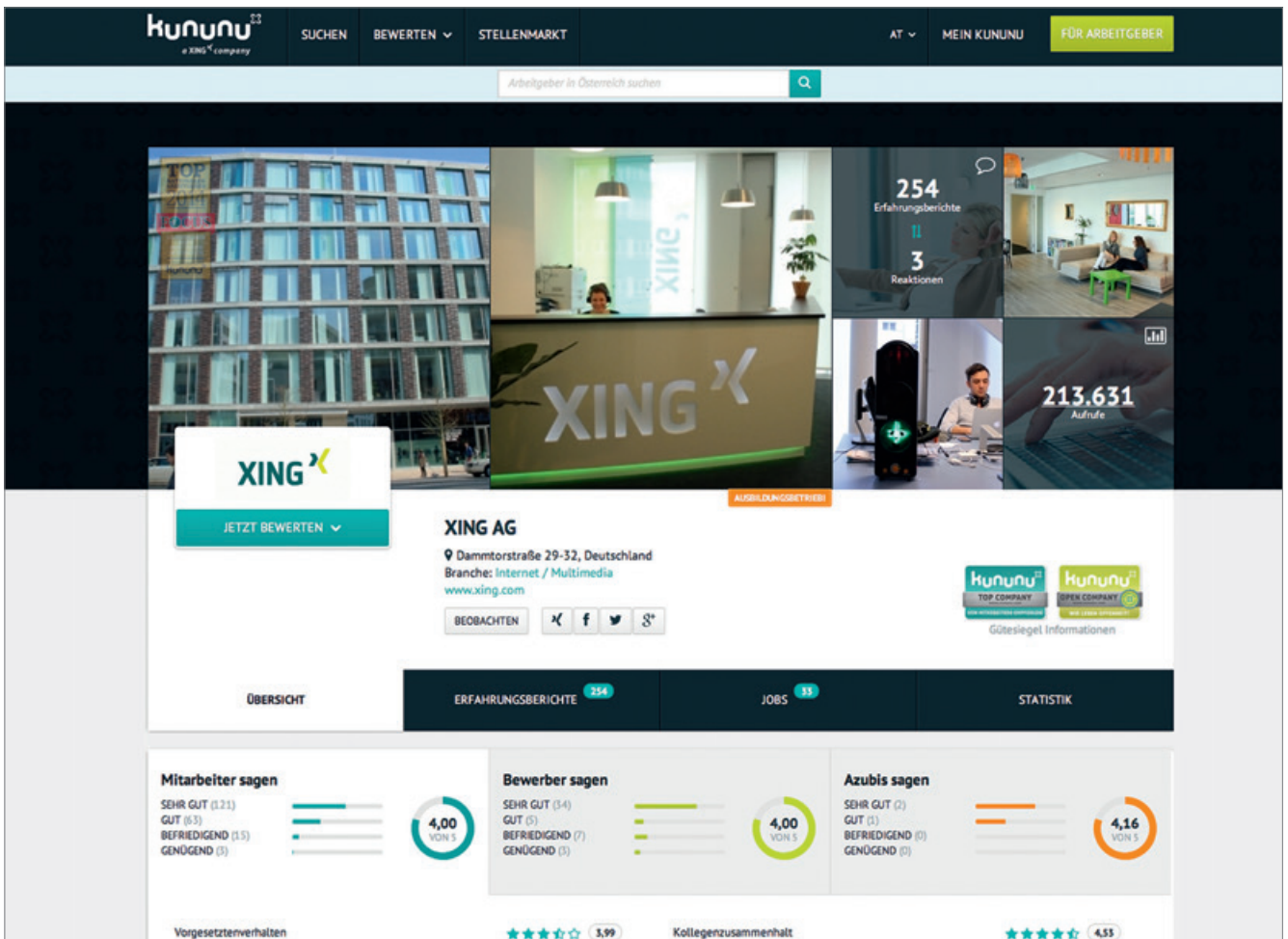
Diese Ergebnisse bestätigen, dass proaktive Rekrutierungsmaßnahmen Unternehmen gerade bei der Umsetzung ihrer Wachstumsambitionen signifikant unterstützen und erfolgreicher machen können.

Wie stellt sich die Arbeitgebersituation in Deutschland dar?



- 4,8 % haben keine Schwierigkeiten, ihre offenen Stellen mit geeigneten Bewerbern zu besetzen
- 46,8 % haben leichte Schwierigkeiten, ihre offenen Stellen mit geeigneten Bewerbern zu besetzen
- 40,5 % haben deutliche Schwierigkeiten, ihre offenen Stellen mit geeigneten Bewerbern zu besetzen
- 7,8 % haben große Schwierigkeiten, ihre offenen Stellen mit geeigneten Bewerbern zu besetzen

Mehr als 90 Prozent aller Arbeitgeber haben Schwierigkeiten, offene Stellen zu besetzen



Ansicht „XING-Unternehmenspräsenz auf kununu“

DAS EMPLOYER BRANDING-PROFIL

Ein ebenso wichtiges Element wie die aktive Kandidatenansprache über soziale Netzwerke ist die professionelle Positionierung und Vermarktung der eigenen Arbeitgebermarke. Denn heutzutage sind potenzielle Arbeitnehmer nicht mehr allein mit teuren Karrierezeiten und einem hohen Gehalt zu ködern. 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 sowie mit transparenten und meinungsfördernden Arbeitsstrukturen aufwartet. Genau hier schaffen Arbeitgeberbewertungsplattformen wie www.kununu.com die notwendige Transparenz. Denn hier bewerten hunderttausende Arbeitnehmer anonym ihren Arbeitgeber. Sie vergeben Noten und beschreiben im Detail, was ihnen an ihrem Arbeitsplatz gefällt und was nicht.

Was hinter den Türen von Firmen passiert, wie diese arbeiten und mit Mitarbeitern umgehen, soll nicht mehr im Verborgenen bleiben, sondern für Bewerber transparent werden. Im Tourismus ist das schon längst alltäglich. Diese Art von Transparenz wird bald auch im Arbeitsleben völlig normal sein – und dort ist es auch viel wichtiger:

„Im Hotel bleibt man nur zwei Wochen, in einem Job mehrere Jahre“, sagt XING-CEO Dr. Thomas Vollmoeller.

Immer mehr Unternehmen erkennen die Möglichkeiten, ihre Vorteile als Arbeitgeber deutlich stärker in den Vordergrund zu stellen. So können Arbeitgeber kostenpflichtige Employer Branding-Profile erwerben, um sich interessierten Talenten optimal zu präsentieren.

Das neue XING-Profil

Umfangreiche und individuelle Möglichkeiten der professionellen Selbstdarstellung → Die Arbeitswelt befindet sich in einem tiefgreifenden Wandel: Sie wird bunter und individueller. Zum zehnjährigen Jubiläum der Gründung von XING haben wir im Juli mit unserem Mitgliederprofil ein Kernprodukt von XING stark erweitert und fit für die modernen Arbeitswelten gemacht.

NEUES PORTFOLIO FÜR EIGENES XING-PROFIL

Während Mitgliederprofile zuvor vom Lebenslauf dominiert wurden, stehen in der neuen Variante stark erweiterte individuelle Möglichkeiten der professionellen Selbstdarstellung zur Verfügung. Damit haben nicht mehr nur Mitglieder mit klassischer Berufslaufbahn die Möglichkeit, ihren Werdegang adäquat darzustellen. In ihrem ganzen Facettenreichtum können sich nun auch Freiberufler und Kreative oder auch Studenten und Zahnärzte individuell präsentieren.

Möglich wird diese neue Freiheit der individuellen Selbstdarstellung durch das neue Portfolio als Teil des eigenen XING-Profiles. Hier können Berufstätige zeigen, was sie auszeichnet - und das erstmals sogar in Form von Bildern und beschreibenden Texten. Zudem können Informationsmaterialien als PDF-Dokumente eingebunden werden.

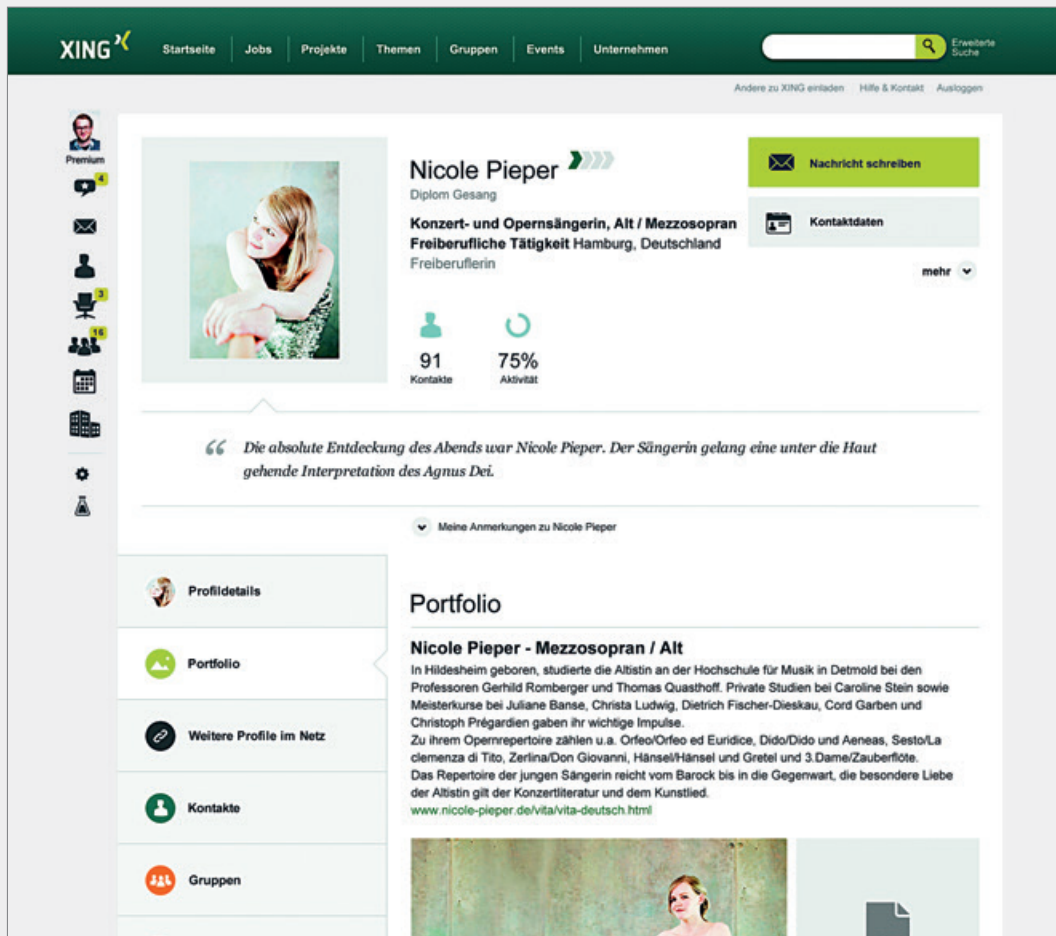
Das Portfolio stellt auch für Studenten, die vor dem Einstieg ins Berufsleben stehen, ein wertvolles Karrierewerkzeug dar. Durch eine Ausstellung der wichtigsten Studienprojekte geben sie auf ihrem XING-Profil jetzt Einblick in bereits erworbenes Know-how sowie erlernte Arbeitsweisen und präsentieren sich so überzeugender dem Arbeitsmarkt. Andere Nutzergruppen präsentieren an dieser Stelle erfolgreiche Projekte, Messe- und Veranstaltungsteilnahmen oder Produkte bzw. Dienstleistungen.

Mittels der Integration weiterer Social-Media-Präsenzen, etwa von Twitter oder persönlichen Blogs, können Nutzer auf ihrem XING-Profil sich nun auch mit Präsenzen darstellen, die sie außerhalb von XING pflegen. Somit dient das XING-Profil als die eine Anlaufstelle, an der sich Besucher ein umfassendes Bild ihres Geschäftskontaktes machen können. Das neue XING-Profil in seinem frischen und modernen Design wurde von den Nutzern im Jahresverlauf sehr gut angenommen. Intuitive Navigation und Bedienkomfort werden durch eine neu eingeführte Reiterstruktur sowie die Etablierung praktischer Drag-and-Drop-Funktionen gewährleistet. Focus Online schreibt zum Start: „Egal ob Manager, Student oder Bäckermeister. Mit neuem XING-Profil zum Traumjob“.

Mit dem neuen Profil bietet XING seinen Mitgliedern auch einen weiteren innovativen Ansatz zur persönlichen beruflichen Weiterentwicklung. Prominent zeigen sie jetzt im Profil an, ob sie an Karrierechancen interessiert oder sogar aktiv auf Jobsuche sind. Premium-Mitglieder können zudem Kriterien wie den gewünschten Arbeitsort und ihre Gehaltsvorstellungen hinterlegen und somit die Bedingungen für einen potenziellen Arbeitgeberwechsel offenbaren. Auf dieser Grundlage erhalten sie automatisiert entsprechende neue Jobvorschläge und können ebenso gezielt von Recruitern kontaktiert werden. Profilhhaber haben dabei die Kontrolle, wem sie Informationen über bestehende Wechselabsichten zugänglich machen.

Fünf Tipps für das optimale XING-Profil

Unser Product Manager Marc Kadish hat fünf Tipps erarbeitet, wie sich XING-Nutzer am besten auf Ihrem Profil präsentieren:



1. Profilbild

Stellen Sie sicher, dass Ihr Profilbild seriös wirkt, und lassen Sie die Bilder von einem Fachmann machen. Achten Sie darauf, dass Ihr Bild in jeder Größe überzeugt. Dafür eignet sich ein heller Hintergrund oft wesentlich besser.

2. Firmenname

Ihr Firmenname wird im XING-Netzwerk oft zusammen mit Ihrem Bild und Namen angezeigt. Nutzen Sie diese Werbefläche also optimal für sich. Insbesondere für Freelancer empfiehlt es sich nicht nur den eigenen Namen einzutragen. Verbinden Sie ihn mit einer gehaltvollen Aussage.

3. Karrierewünsche

Machen Sie deutlich, ob Sie auf der Suche nach spannenden Jobangeboten sind. Als Premium-Mitglied können Sie unter „Karrierewünsche bearbeiten“ auch Ihren bevorzugten Arbeitsort und Ihre persönlichen Gehaltsvorstellungen angeben.

4. Portfolio

Stellen Sie durch Bilder und beschreibende Texte gelungene Projekte dar oder verschaffen Sie dem interessierten Gegenüber die Möglichkeit, Sie durch Arbeitsproben besser einschätzen zu können. Nutzen Sie das neue Portfolio zur individuellen Darstellung Ihres professionellen Ichs.

5. Profilansicht für externe Besucher

Stellen Sie sicher, dass Ihr Profil auch über Google auffindbar ist. Vermerken Sie unter „Einstellungen“: „Mein Profil darf in Suchmaschinen auffindbar sein“. So finden Personaler bei der Webrecherche genau die richtigen Informationen zu Ihnen.

Das Neue Premium

Für alle, die mehr erreichen wollen → Im Oktober haben wir mit dem Neuen Premium das Angebot unserer Premium-Mitglieder grundlegend überarbeitet. Dieses neue Produkt inklusive eines Vorteilsprogramms hilft ihnen dabei, sich in den neuen Arbeitswelten komfortabler zu bewegen. Als Dreh- und Angelpunkt finden Premium-Mitglieder nun einen eigenen Premium-Bereich, der sie auf direktem Weg zu den wichtigsten Premium-Funktionen und -Vorteilen führt.

PREMIUM-MITGLIEDER WISSEN MEHR

Im Bereich Profilbesucher greifen Premium-Mitglieder auf die beliebte Übersicht der letzten Profilbesucher zu. Mit dem Neustart des Premium Angebots von XING wurde diese umfassend erweitert. Premium-Mitglieder erhalten nun Statistiken darüber, wann und wie oft jemand ihr Profil besucht hat und woher der Besuch eines anderen XING-Mitglieds stammt. Um das eigene XING-Profil für spezifische Zielgruppen systematisch zu optimieren, bieten wir zusätzlich Informationen darüber an, aus welcher Branche Besucher stammen oder welcher Firma sie angehören.

Eine neue Anlaufstelle, um das persönliche XING-Netzwerk durch wertvolle neue Verbindungen zu ergänzen, ist der Bereich „Mitglieder entdecken“. Hier erhalten Premium-Mitglieder unterschiedliche Kriterien und Suchfilter, um das Netzwerk strategisch zu erweitern: Zum einen haben sie die Möglichkeit, nach Gemeinsamkeiten zu filtern, wie zum Beispiel ähnliche Profile, Kontakte, Branchen, Organisationen sowie derzeitige und ehemalige Arbeitgeber. Zum anderen stehen zusätzliche Auswahlkriterien zur Verfügung: Wer sucht genau das, was man zu bieten hat? Wer war kürzlich eingeloggt? Wer ist neu bei XING? Somit ermöglicht der Bereich „Mitglieder entdecken“

Premium-Mitgliedern, zielgerichtet und schnell die richtigen Personen aufzufinden.

Eine weitere Neuheit ist der Bereich „Kontakt-Neuigkeiten“. Hier entdecken Premium-Mitglieder auf einen Blick alle wichtigen Veränderungen im Leben ihrer Kontakte. So werden beispielsweise neue Jobpositionen und Arbeitgeberwechsel angezeigt. Neben essenziellen Informationen wie z. B. geänderten Kontaktdaten sieht man hier auch vergangene und anstehende Geburtstage der eigenen Kontakte. Die Kontakt-Neuigkeiten helfen also dabei, auch nach eventueller Inter-
netabstinz, schnell wieder informiert zu sein.


VORTEILSPROGRAMM BIETET KOMFORT

Bei der Entwicklung des Neuen Premium war es eines der vornehmlichen Ziele, Premium-Mitglieder in ihrem Berufsleben zu begleiten und ihnen ein besseres Arbeitsleben zu ermöglichen. Aus diesem Grund haben wir unser neues Vorteilsprogramm auf die Beine gestellt. Mit maßgeschneiderten Angeboten begleiten wir hier Premium-Mitglieder im Arbeitsalltag - auch über unsere Plattform hinaus. So gehört es nun der Vergangenheit an, sich auf Geschäftsreisen in laute Cafés setzen zu müssen und sich dort mit dem WLAN-Zugang abzumühen.


DAS NEUE PREMIUM

Premium-ÜberblickProfilbesucherMitglieder entdeckenKontakt-NeuigkeitenVorteilsprogrammMitgliedschaft


Ihre letzten Profilbesucher Alle anzeigen >




heute




heute




heute




gestern




gestern




gestern



gestern




08.10.2013



08.10.2013


Kontakt-Neuigkeiten aus Ihrem Netzwerk Alle anzeigen >



Mareike Wöllert
Projektmanagerin Medienforschung
LUNANOVA media GmbH

Hat die Position am 15.10.2013 gewechselt.
Vorherige Position:
Junior Research Consultant

[Nachricht senden](#)




Susane Winters
Assistent der Geschäftsführung
Tommson & Co KG


Hat das Unternehmen am 15.10.2013 gewechselt.
Vorheriges Unternehmen:
Almanos Medical Systems GmbH

[Nachricht senden](#)


Mitglieder entdecken – ausgesuchte Kontaktvorschläge für Sie Alle anzeigen >




Ähnliches Profil




Sucht, was ich biete




Gleiche Branche



Gleiche Interessen



Gleicher derzeitiger Arbeitgeber



Gemeinsame Kontakte

XING Startseite Jobs Projekte Themen Gruppen Events Unternehmen

DAS NEUE PREMIUM

Premium-Überblick **Profilbesucher** Mitglieder entdecken Kontakt-Neuigkeiten Vorteilsprogramm Mitgliedschaft

Profilbesucher

Ergebnisse 1-10 von 28

Aktivität: Nur Profilbesuch Kontakt-Grad: Alle Mitglieder

Florian Abel-Kraus 01.10.2013
Dipl.-Ing. Nachrichtentechnik
romato AG
Klick in eigenen Kontakten/gemerkten Personen
Verbindungsdetails

Marc Cacqueux 01.10.2013
Senior Frontend Engineer
XING AG
Klick in "Netzwerk erweitern"
Verbindungsdetails

Laura-Marie Altenborg 29.09.2013
Team Manager Planning & Concept
2pink – Agentur für Digital Commerce & Brand
Communication
Suche nach Land/Region
Verbindungsdetails

Gemeinsame Kontakte
+3

Klaus Thulmann 28.09.2013
Künstler & Autor
Dichter / Sanger / Buchautor
Klick in "Netzwerk erweitern"
Verbindungsdetails

Christian Muckmann 25.09.2013
An agile guy
XING AG
Suche nach Stichworten: User Experience
Verbindungsdetails

Jürgen Paulger 25.09.2013
Geschäftsführer
romato AG
Klick in "Netzwerk erweitern"

Erstbesucher & Wiederkehrer

29 (21 Erstbesucher, 8 Wiederkehrer)

Recruiter & andere Besucher

29 (3 Recruiter, 26 Andere Besucher)

So fand man Sie bei XING

- David Brown 24%
- Marketing Manager 22%
- Online Marketing 19%
- SEM 19%
- Search Engine Marketing 16%
- Senior Marketing Manager 15%
- David 13%
- Online Marketing Manager 11%
- Brown 9%
- Online Advertising 8%

Branchen Ihrer Besucher

- 22% Internet
- 15% Informationstechnologie & -die...
- 7% Coaching
- 7% Dienstleistungen
- 7% Andere
- 41% Sonstige

Unternehmen Ihrer Besucher

- 22% romato AG
- 4% XING AG
- 4% 2pink
- 4% Lunanova media GmbH
- 4% aprilFIRST
- 63% Sonstige

Ansicht „Profilbesucher“

Zusammen mit unserem Partner DESIGN OFFICES bieten wir deutschlandweit im XING-Look gestaltete Workspaces an. Reisende Premium-Mitglieder haben hier komfortable Rückzugsmöglichkeiten, in der sie konzentriert und in Ruhe arbeiten können. Der Zugang zu den XING Workspaces inklusive WLAN, Druckerzugang sowie ein Freigetränk ist für Premium-Mitglieder kostenlos.

EINKÄUFE BEQUEM BESTELLEN

Erfolgreiches Zeitmanagement ist für Berufstätige eine im täglichen Arbeitsleben zu meisternde Herausforderung. Auch dazu gibt es ein attraktives Vorteilsangebot: Statt nach der Arbeit in überfüllte Supermärkte hetzen zu müssen, bestellen Premium-Mitglieder ihre Einkäufe bequem vom Büro oder von Zuhause aus und lassen sie sich einfach von REWE online liefern. Premium-Mitglieder sparen dabei bei jedem Einkauf 5 Euro. Selbstverständlich liefert REWE online die Ware gut gekühlt bis zur Wohnungstür.

ATTRAKTIVE PREISNACHLÄSSE

Ein weiteres Vorteilsangebot kommt dem Informationsbedürfnis von Berufstätigen entgegen: Für Premium-Mitglieder haben wir das kostenfreie Jahresabonnement „WELT Digital Basis“ möglich gemacht. Damit informieren sich unsere zahlenden Mitglieder auch unterwegs per Smartphone-App zu Themen aus allen Ressorts – von Wirtschaft bis Politik.

Um gerade den häufig reisenden Berufsgruppen ein angenehmeres Arbeitsleben zu ermöglichen, bieten wir zusammen mit unserem Partner Sixt bis zu 15 Prozent Preisnachlass für Premium-Mitglieder. Mit der zusätzlichen „Gold Sixt Card“ werden Buchungen zudem schneller und ohne lästige Mietformalitäten abgewickelt. Und von HRS, dem führenden Hotelportal in Europa, erhalten Premium-Mitglieder kostenlos den attraktiven Business-Tarif. Die Vorteile dabei sind Preisnachlässe von bis zu 30 Prozent sowie kostenloses WLAN und gebührenfreie Parkplätze.

Das Neue Premium im Überblick

- Ausführliche Besucherstatistiken geben detaillierte Auskunft zu Profilbesuchern.
- Mithilfe einer Keyword-Analyse kann das XING-Profil optimiert und dadurch noch zielgenauer gefunden werden.
- Deutschlandweite „XING Workspaces“: Premium-Mitglieder werden im Berufsalltag durch maßgeschneiderte Partnerangebote begleitet.
- Mit dem kostenfreien Jahresabonnement „WELT Digital Basis“ erhalten Premium-Mitglieder täglich aktuellen Qualitätsjournalismus.
- Bei REWE online können sich Premium-Mitglieder Lebensmittel und Drogerie-Artikel bequem liefern lassen und bei jedem Einkauf 5 Euro sparen.
- Bei Sixt buchen Premium-Mitglieder Mietwagen günstiger, bequemer und schneller – und bei HRS reservieren sie mit dem Business-Tarif Hotels zu attraktiven Sonderkonditionen.

Bericht des Aufsichtsrats



Stefan Winners
Vorsitzender des Aufsichtsrats

SEHR GEEHRTE AKTIONÄRINNEN UND AKTIONÄRE,

aus Sicht des Aufsichtsrats war das Geschäftsjahr 2013 der XING AG ein Jahr der strategischen Neuausrichtung, aber auch ein Jahr, in dem die Gesellschaft trotz der eingeleiteten Veränderungsprozesse beträchtliche Erfolge vorweisen konnte. Das Jahr begann mit dem erfolgreichen Erwerb der kununu GmbH aus Wien, der marktführenden Plattform für Arbeitgeberbewertungen im deutschsprachigen Raum. Ferner waren die Bereitstellung eines komplett erneuerten Mitgliederprofils mit umfangreichen neuen Funktionen, die Fokussierung auf Premiumkunden durch die neue Premium-Mitgliedschaft sowie die Etablierung der neuen XING Mission „for a better working life“ wesentliche Meilensteine eines ereignisreichen Jahres.

Aufgrund des erfolgreichen Verlaufs des Geschäftsjahres 2013 ist die XING AG in diesem Jahr in der Lage, eine erhöhte Basisdividende und darüber hinaus eine Sonderdividende an die Aktionäre ausschütten zu können. Darüber freuen wir uns sehr. Nicht zuletzt haben auch die personellen Veränderungen in Vorstand und Aufsichtsrat zu einem spannenden Jahr bei XING beigetragen. Mit Frau Weber als neue Aufsichtsrätin sowie Herrn Richter als Mitglied des Vorstands konnten erfahrene und erfolgreiche Manager gewonnen werden, um den Erfolgskurs der XING AG weiter zu stärken.

Der Aufsichtsrat hat die ihm nach Gesetz und Satzung obliegenden Aufgaben mit großer Sorgfalt wahrgenommen. Der Aufsichtsrat stand dem Vorstand auch im abgelaufenen Geschäftsjahr bei der Leitung des schnell wachsenden Unternehmens beratend zur Seite und hat die Geschäftsführung des Vorstands auf der Grundlage von schriftlichen und mündlichen Vorstandsberichten und gemeinsamen Sitzungen sorgfältig und regelmäßig überwacht. Zusätzlich standen Frau Anette Weber als Vorsitzende des Prüfungsausschusses und ich durch regelmäßig stattfindende Telefonkonferenzen, ergänzt durch Besuche der Gesellschaft vor Ort, in regelmäßigem Kontakt mit dem Vorstand.

Der Vorstand hat den Aufsichtsrat über die Geschäftspolitik und -strategie, die relevanten Aspekte der Unternehmensplanung (einschließlich der Finanz-, Investitions- und Personalplanung), den Gang der Geschäfte, die laufende Umsatz-, Ergebnis- und Liquiditätsentwicklung, die wirtschaftliche Lage der Gesellschaft und des Konzerns einschließlich der Risikolage und des Risikomanagements, die konzerninterne Compliance sowie über die für die Gesellschaft und den Konzern wichtigen Entscheidungen und Geschäftsvorgänge regelmäßig und zeitnah informiert. Die Berichterstattung durch den Vorstand erfolgte dabei anlassbezogen, auf Wunsch bzw. ausdrückliche Nachfrage des Aufsichtsrates sowie periodisch nach Maßgabe der vom Aufsichtsrat für den Vorstand erlassenen Geschäftsordnung.

Daneben zog der Aufsichtsrat auch im Geschäftsjahr 2013 externe Berater und Mitarbeiter aus verschiedenen Unternehmensbereichen zu seinen Beratungen hinzu. In sämtliche Entscheidungen, die für das Unternehmen von wesentlicher Bedeutung waren, wurde der Aufsichtsrat frühzeitig eingebunden. Außerdem wurden dem Aufsichtsrat zustimmungspflichtige Geschäfte vorgelegt, die sämtlich nach eingehender Prüfung und Erörterung mit dem Vorstand vom Aufsichtsrat genehmigt wurden. Neben der klassischen Überwachungstätigkeit war der Aufsichtsrat darüber hinaus auch intensiv in strategische und organisatorische Entscheidungsprozesse eingebunden.

Zusammensetzung des Aufsichtsrats

Dem nach §§ 96 Absatz 1, 101 Absatz 1 Satz 1 Aktiengesetz in Verbindung mit § 9.1 der Satzung aus sechs Mitgliedern bestehenden Aufsichtsrat gehörten im Berichtsjahr zunächst die Herren Dr. Neil Sunderland (Aufsichtsratsvorsitzender), Herr Fritz Oidtmann (Stellvertretender Vorsitzender), Dr. Johannes Meier, Herr Simon Guild, Dr. Jörg Lübcke und Herr Jean-Paul Schmetz an. Dr. Neil Sunderland und Herr Simon Guild haben ihre Ämter mit Wirkung zum Ablauf der ordentlichen Hauptversammlung 2013 am 24. Mai 2013 gemäß § 9.4 der Satzung niedergelegt.

Mit Beschluss der Hauptversammlung vom 24. Mai 2013 wurden Frau Anette Weber und ich, Stefan Winners, für den Rest der Amtsdauer der ausgeschiedenen Aufsichtsratsmitglieder, das heißt bis zur Beendigung der Hauptversammlung, die über die Entlastung der Mitglieder des Aufsichtsrates für das Geschäftsjahr 2015 zu beschließen hat, in den Aufsichtsrat der Gesellschaft gewählt. In der konstituierenden Sitzung des Aufsichtsrates am 24. Mai 2013 wurde ich zum Vorsitzenden des Aufsichtsrates und Herr Fritz Oidtmann zu meinem Stellvertreter gewählt.

Herr Fritz Oidtmann hat Vorstand und Aufsichtsrat der Gesellschaft am 1. Dezember 2013 darüber unterrichtet, dass er sein Amt mit Wirkung zum Ablauf der ordentlichen Hauptversammlung 2014 am 23. Mai 2014 gemäß § 9.4 der Satzung niederlegt, sodass in der besagten Hauptversammlung 2014 erneut eine Ergänzungswahl des Aufsichtsrats notwendig wird.

Sitzungen des Aufsichtsrats

Im abgelaufenen Geschäftsjahr fanden sechs ordentliche Aufsichtsratssitzungen statt. An den Sitzungen des Aufsichtsrats haben mit Ausnahme der Sitzung vom 23. Mai 2013 alle jeweils im Amt befindlichen Mitglieder des Aufsichtsrats teilgenommen. Darüber hinaus fanden Telefonkonferenzen und Beschlussfassungen im schriftlichen Umlaufverfahren, jeweils unter Mitwirkung aller Aufsichtsratsmitglieder, statt. In jeder Sitzung wurden intensiv der aktuelle Geschäftsverlauf und wesentliche Unternehmenskennzahlen erörtert. Darüber hinaus hat sich der Aufsichtsrat im Berichtsjahr mit folgenden Schwerpunkt-Themen befasst:

In der ersten Aufsichtsratssitzung des Jahres, am 31. Januar 2013, wurden erste Erkenntnisse im Hinblick auf die Ergebnisse des Geschäftsjahres 2012 erörtert. Außerdem wurde die Produktstrategie für die Jahre 2013-2015 des Geschäftsbereichs Premium Club intensiv diskutiert. Den wesentlichen Schwerpunkt der Sitzung bildeten dann die Analyse und Verabschiedung der Drei-Jahres-Planung 2013 - 2015, des Budgets 2013 sowie die Festlegung der Zielerreichung des Vorstands für das Geschäftsjahr 2012 sowie die Zielvereinbarungen 2013 für den Vorstand.

In der Sitzung des Aufsichtsrats am 27. März 2013 wurden insbesondere der Jahresabschluss, der Lagebericht, der Konzernabschluss und der Konzernlagebericht für das Geschäftsjahr 2012 behandelt. Auf Empfehlung des Prüfungsausschusses und nach ausführlichen Erläuterungen der Wirtschaftsprüfer wurde der Jahresabschluss 2012 vom Aufsichtsrat festgestellt. Zu den weiteren wesentlichen Beschlussgegenständen gehörten die Zustimmung zum Vorschlag des Vorstandes über die Gewinnverwendung sowie der an die Hauptversammlung zu richtende Vorschlag der Verwaltung der Gesellschaft für den Abschlussprüfer des Geschäftsjahres 2012. Schließlich erörterte der Aufsichtsrat mit dem Vorstand die geplanten Tagesordnungspunkte und Beschlussgegenstände der Hauptversammlung am 24. Mai 2013. Dabei wurde auch über die Vorschläge zur Neubesetzung der durch die Amtsniederlegungen von Dr. Neil Sunderland und Herrn Simon Guild vakant gewordenen Stellen im Aufsichtsrat diskutiert.

In der Sitzung des Aufsichtsrats am 23. Mai 2013, welche unter entschuldigter Abwesenheit der Mitglieder Simon Guild und Dr. Johannes Meier stattfand, wurde eingehend über die neue Vision von XING „for a better working life“ sowie die hieraus abgeleitete Mission „enable professionals to grow“ diskutiert. Vision und Mission wurden sodann vom Aufsichtsrat einstimmig verabschiedet.

In der konstituierenden Sitzung des neuen Aufsichtsrates am 24. Mai 2013 wurde ich, Stefan Winners, zum Aufsichtsratsvorsitzenden, Herr Fritz Oidtmann zum Stellvertretenden Aufsichtsratsvorsitzenden sowie Frau Weber (Vorsitz), Dr. Meier und Dr. Lübcke in den Prüfungsausschuss gewählt. Ferner wurde einstimmig beschlossen, neben dem zu bildenden Prüfungsausschuss keine weiteren Ausschüsse ständig zu besetzen, sondern dies gegebenenfalls anlassbezogen zu tun.

In der Aufsichtsratssitzung vom 12. September 2013 wurde im Aufsichtsrat vor allem das aktuelle Wettbewerbsumfeld analysiert und mit dem Vorstand ausführlich diskutiert. Außerdem informierte der Vorstand den Aufsichtsrat über erste Gedanken zu strategischen Kerninitiativen für das Jahr 2014 sowie die Anforderungen der technischen Produktentwicklung und Organisation. Beschlussfassungen waren nicht Gegenstand dieser Aufsichtsratssitzung.

In der letzten Aufsichtsratssitzung des abgelaufenen Jahres, am 28. November 2013, wurde der Aufsichtsrat über den aktuellen Stand der M&A Aktivitäten der Gesellschaft unterrichtet. Sodann wurde die Strategie für den Geschäftsbereich Events für die Jahre 2014-2016 vorgestellt, ausführlich diskutiert und einstimmig verabschiedet. Ferner wurden das Budget 2014, die überarbeitete Drei-Jahres-Planung 2014-2016 sowie die vom Vorstand geplanten strategischen Initiativen für das Geschäftsjahr 2014 ausführlich im Gremium erörtert und ebenfalls einstimmig verabschiedet.

Über die Präsenzsitzungen hinaus wurden weitere dringliche Themen im schriftlichen Umlaufverfahren behandelt. Dazu gehörten unter anderem Abstimmungen und Beschlussfassungen zum Erwerb sämtlicher Geschäftsanteile an der kununu GmbH, zur Abgabe der

Neubesetzung der Ausschüsse erforderlichen Aktualisierung der Entsprechenserklärung, zur Bestellung von Herrn Ingo Chu zum Vorstand der Gesellschaft für weitere vier Jahre sowie zum Abschluss des entsprechenden Vorstandsvertrages, zum Abschluss eines Abwicklungsvertrages mit dem ausgeschiedenen Vorstand Dr. Helmut Becker, zu den notwendig gewordenen Ergänzungswahlen zum Aufsichtsrat, zu den neuen Geschäftsordnungen für Vorstand und Aufsichtsrat sowie zu einem Kooperationsvertrag zwischen der XING AG und der 10betterpages GmbH.

Außerhalb der Sitzungen erfolgte die Überwachung und Beratung des Vorstands über regelmäßig stattfindende Telefonkonferenzen zwischen dem Vorstand und Frau Anette Weber bzw. mir als Vorsitzende/n des Aufsichtsrates bzw. des Prüfungsausschusses, ergänzt durch Besuche der Gesellschaft vor Ort.

Sitzungen der Ausschüsse

Bis zur konstituierenden Sitzung des Aufsichtsrates nach der Hauptversammlung 2013 am 24. Mai 2013 hatte der Aufsichtsrat neben einem Prüfungsausschuss auch einen Personalausschuss und einen Nominierungsausschuss gebildet. Mitglieder des Prüfungsausschusses und des Nominierungsausschusses waren jeweils Dr. Neil Sunderland (jeweils Vorsitz), Dr. Jörg Lübcke und Herr Simon Guild. Der Personalausschuss bestand aus den Mitgliedern Herrn Fritz Oidtmann (Vorsitz), Dr. Neil Sunderland und Dr. Johannes Meier.

Seit der konstituierenden Sitzung des Aufsichtsrates nach der Hauptversammlung 2013 am 24. Mai 2013 hat der Aufsichtsrat nunmehr nur einen ständig besetzten Prüfungsausschuss. In der konstituierenden Sitzung wurde vom Aufsichtsrat beschlossen, keine weiteren Ausschüsse ständig zu besetzen, sondern dies ggf. anlassbezogen zu tun. Ziel dieser Änderung war es, den gesamten Aufsichtsrat an wichtigen Entscheidungen zu beteiligen und zudem effizienter zu arbeiten. Aktuell gibt es daher keinen Personal- oder Nominierungsausschuss. Der Prüfungsausschuss besteht seit dem 24. Mai 2013 aus den Mitgliedern Frau Anette Weber (Vorsitz), Dr. Johannes Meier und Dr. Jörg Lübcke.

Der Prüfungsausschuss kam im vergangenen Jahr zu insgesamt fünf Präsenzsitzungen, am 31. Januar 2013, am 21. Februar, am 26. März, am 11. September und am 27. November 2012, sowie zu einer Telefonkonferenz am 19. März 2013 zusammen. Er befasste sich mit der Prüfung des Jahresabschlusses und des Konzernjahresabschlusses, erörterte die prüfungsrelevanten Themen mit dem Abschlussprüfer und setzte sich mit den Themen des internen Kontroll- und Risikomanagements auseinander. Der Prüfungsausschuss holte die Unabhängigkeitserklärung des Abschlussprüfers gem. Ziff. 7.2.1 des Deutschen Corporate Governance Kodex ein und befasste sich intensiv mit dem Vorschlag zur Wahl des Abschlussprüfers für die Hauptversammlung 2013. Weiterhin wurden die Beschlüsse zur Feststellung des Jahres- und Konzernjahresabschluss sowie der Gewinnverwendungsvorschlag für den Aufsichtsrat vorbereitet. Im Rahmen der September-Sitzung wurden das Risikomanagement-System und die aktuelle Risiko-Matrix erörtert sowie die Prüfungsschwerpunkte für den Jahresabschluss 2013 besprochen. Ferner fand dort eine Befragung des Prüfungsausschusses durch den Abschlussprüfer zu Fraud/Entity Level Controls statt. Die Überwachung der Rechnungslegung und die Wirksamkeit des internen Kontrollsystems, die Überprüfung des Compliance Systems sowie die Überwachung der Prüfungstätigkeit des Abschlussprüfers waren Gegenstand der Novembersitzung des Prüfungsausschusses.

Der Personalausschuss tagte im Berichtszeitraum ein Mal, am 30. Januar 2013. Gegenstand der Ausschusssitzung war die Beschlussfassung über den jeweiligen Grad der Zielerreichung der Vorstandsmitglieder für das abgelaufene Geschäftsjahr 2012 sowie die Besprechung der qualitativen Ziele für den Vorstand für das Geschäftsjahr 2013. Darüber hinaus wurde im Rahmen der Sitzung die Einführung eines Langzeit-Anreiz-Programmes für Mitarbeiter aus dem Senior Management des Konzerns eingehend besprochen und der Einführung eines entsprechenden Programms einstimmig zugestimmt.

Der Nominierungsausschuss kam am 19. März 2013 zu einer telefonischen Sitzung zusammen. Alleiniger Tagesordnungspunkt war die Auswahl und Beurteilung geeigneter Kandidaten für die zuvor durch die Amtsniederlegung von Dr. Sunderland vakant gewordene Position im Aufsichtsrat. Da nach der kurz danach folgenden Amtsniederlegung von Herrn Simon Guild der Nominierungsausschuss lediglich noch aus einem Mitglied bestand, das künftig weiter dem Aufsichtsrat angehörte, hat der gesamte Aufsichtsrat auf Empfehlung des Nominierungsausschusses die Auswahl geeigneter Kandidaten wahrgenommen.

Prüfung des Jahres- und Konzernabschlusses 2013

Die PricewaterhouseCoopers AG, Wirtschaftsprüfungsgesellschaft aus Hamburg hat den vom Vorstand nach den Regeln des Handelsgesetzbuches (HGB) aufgestellten Jahresabschluss für das Geschäftsjahr 2013 und den Lagebericht der XING AG geprüft und mit einem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehen. Dies gilt auch für den gemäß § 315a HGB nach den International Financial Reporting Standards (IFRS) aufgestellten Konzernabschluss und Konzernlagebericht der XING AG für das Geschäftsjahr 2013, die ebenfalls mit einem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers versehen wurden. Der vom Vorstand wegen der bestehenden Mehrheitsbeteiligung der Burda Digital GmbH zu erstellende Bericht über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen (§ 312 AktG) wurde vom Abschlussprüfer uneingeschränkt wie folgt bestätigt: „Nach unserer pflichtmäßigen Prüfung und Beurteilung bestätigen wir, dass

1. die tatsächlichen Angaben des Berichts richtig sind,
2. bei den im Bericht aufgeführten Rechtsgeschäften die Leistung der Gesellschaft nicht unangemessen hoch war oder Nachteile ausgeglichen worden sind und
3. bei den im Bericht aufgeführten Maßnahmen keine Umstände für eine wesentlich andere Beurteilung als die durch den Vorstand sprechen.“

Der Konzernabschluss und der Jahresabschluss, einschließlich des Konzern-Lageberichts und des Lageberichts, der Bericht über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen sowie die Prüfungsberichte des Abschlussprüfers und der Gewinnverwendungsvorschlag des Vorstands haben allen Mitgliedern des Aufsichtsrats rechtzeitig vor den Sitzungen des Prüfungsausschusses am 26. März 2014 und des Aufsichtsrats am 27. März 2014 zur Prüfung vorgelegen. Sie wurden intensiv diskutiert. Die Abschlussprüfer nahmen an den Beratungen zu den Vorlagen im Prüfungsausschuss und im Aufsichtsrat teil und berichteten über die wesentlichen Ergebnisse ihrer Prüfung. Sie standen dem Aufsichtsrat jederzeit für Fragen und Auskünfte zur Verfügung. Im Zusammenhang mit der Prüfung der Abschlüsse erörterte der Aufsichtsrat in beiden Gremien auch die Bilanzpolitik und die Finanzplanung des Vorstands.

Der Aufsichtsrat hatte nach dem abschließenden Ergebnis seiner eigenen Prüfung keine Einwände gegen den vorgelegten Jahresabschluss, den Lagebericht sowie den Konzernabschluss und den Konzern-Lagebericht sowie den Bericht über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen und stimmte in seiner Sitzung am 27. März 2014 nach eigener Prüfung dem Ergebnis des Abschlussprüfers zur Prüfung des Jahresabschlusses und Konzernabschlusses sowie des Lageberichts und des Konzern-Lageberichts der XING AG sowie dem Bericht über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen zu. Der Aufsichtsrat hat den vom Vorstand aufgestellten Jahresabschluss und den Konzernabschluss der XING AG gebilligt. Der Jahresabschluss der XING AG ist damit festgestellt.

Dem Gewinnverwendungsvorschlag des Vorstands hat sich der Aufsichtsrat nach intensiver Prüfung und Abwägung sämtlicher Argumente angeschlossen. Damit wird der kommenden Hauptversammlung am 23. Mai 2014 die Ausschüttung einer Dividende in Höhe von insgesamt rund 23,4 Mio. € oder 4,20 € je Aktie vorgeschlagen.

Corporate Governance

Über die Corporate Governance der XING AG berichten der Vorstand und der Aufsichtsrat gemäß Ziffer 3.10 des Deutschen Corporate Governance Kodex auf der Internetseite der XING AG im Bereich Investor Relations. Vorstand und Aufsichtsrat haben im Februar 2013 die jährliche Entsprechenserklärung abgegeben und im Juni 2013 eine Aktualisierung der Entsprechenserklärung veröffentlicht. Der Wortlaut der Entsprechenserklärung sowie weitere Angaben nach § 289a HGB sind auf der Internetseite unter <http://corporate.xing.com/deutsch/investor-relations/corporate-governance/> veröffentlicht. Die XING AG erfüllt mit wenigen Ausnahmen die Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex und bekennt sich zu guter Corporate Governance als integralem Bestandteil der Unternehmensführung.

Interessenkonflikte

Bei der Beschlussfassung über den Abschluss eines Kooperationsvertrags zwischen der 10betterpages GmbH und der XING AG hat sich Herr Jean-Paul Schmetz aufgrund seiner Doppelrolle als Aufsichtsratsmitglied der XING AG und Geschäftsführer der 10betterpages GmbH aufgrund potentieller Interessenkonflikte ebenfalls vorsorglich der Stimme enthalten.

Veränderungen in Vorstand und Aufsichtsrat

Herr Timm Richter übernahm wie bereits am 23. August 2012 vom Aufsichtsrat beschlossen und im Geschäftsbericht 2012 entsprechend angekündigt mit Wirkung zum 1. März 2013 als Vorstand die Bereiche Marketing, User Care, Analytics, User Experience sowie die Produktentwicklung für die Bereiche Professional Social Network und Premium Club.

Darüber hinaus hat der Aufsichtsrat mit Beschluss vom 7. März 2013 das Vorstandsmitglied Ingo Chu für weitere vier Jahre, beginnend ab dem 01.07.2013, zum Mitglied des Vorstands bestellt. Der Aufsichtsrat dankt Herrn Chu für die Arbeit und die Erfolge seiner ersten Amtszeit und freut sich, dass er für weitere vier Jahre den Wachstumskurs der XING AG mit vorantreiben wird.

Das Mitglied des Vorstands Dr. Helmut Becker ist auf eigenen Wunsch am 31. Mai 2013 bei der XING AG ausgeschieden. Der Aufsichtsrat dankt Dr. Becker für seinen wesentlichen Beitrag an der Entwicklung der XING AG und die geleistete erfolgreiche Arbeit und wünscht Herrn Becker für seine berufliche und private Zukunft alles Gute.

Veränderungen im Aufsichtsrat

Der vormalige Aufsichtsratsvorsitzende, Dr. Neil Sunderland, und das vormalige Aufsichtsratsmitglied Herr Simon Guild haben ihre jeweiligen Aufsichtsratsmandate im Berichtsjahr mit Wirkung zum Ende der ordentlichen Hauptversammlung 2013 der Gesellschaft niedergelegt. Auf der Hauptversammlung 2013 standen damit Ergänzungswahlen zum Aufsichtsrat an, in deren Rahmen Frau Anette Weber und ich, Stefan Winners, für den Rest der Amtsdauer der ausgeschiedenen Aufsichtsratsmitglieder, das heißt bis zur Beendigung der Hauptversammlung, die über die Entlastung der Mitglieder des Aufsichtsrates für das Geschäftsjahr 2015 zu beschließen hat, von der Hauptversammlung in den Aufsichtsrat der Gesellschaft gewählt wurden. In der konstituierenden Sitzung des Aufsichtsrates am 24. Mai 2013 wurde ich zum Vorsitzenden des Aufsichtsrates, Herr Fritz Oidtmann zu meinem Stellvertreter sowie die Mitglieder des Prüfungsausschusses gewählt.

Herr Fritz Oidtmann hat Vorstand und Aufsichtsrat der Gesellschaft am 1. Dezember 2013 darüber unterrichtet, dass er sein Amt mit Wirkung zum Ablauf der ordentlichen Hauptversammlung 2014 am 23. Mai 2014 gemäß § 9.4 der Satzung niederlegt, sodass in der Hauptversammlung 2014 erneut eine Ergänzungswahl des Aufsichtsrats notwendig wird. Der Aufsichtsrat hat unmittelbar nach Kenntnisnahme die Suche nach einer/einem persönlich und fachlich geeigneten Nachfolgekandidaten/in aufgenommen. Es ist vom Aufsichtsrat beabsichtigt, den Aktionären mit Übersendung der Tagesordnung für die ordentliche Hauptversammlung am 23. Mai 2014 einen Wahlvorschlag für die vakant werdende Aufsichtsratsposition zu unterbreiten.

Schlusswort

Der gesamte Aufsichtsrat bedankt sich bei den Mitgliedern von XING und den Aktionären des Unternehmens für das entgegengebrachte Vertrauen. Den Vorständen und allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern dankt der Aufsichtsrat für ihren Einsatz und die geleistete Arbeit. Sie haben gemeinsam zu einem erfolgreichen Geschäftsjahr 2013 beigetragen.

Hamburg, den 27. März 2014



Stefan Winners
Vorsitzender des Aufsichtsrats

Vergütungsbericht

Der nachfolgende Vergütungsbericht richtet sich nach den Anforderungen des Gesetzes zur Angemessenheit der Vorstandsvergütung (VorstAG), den Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex und den Regelungen des vom Deutschen Rechnungslegungs Standards Committee verabschiedeten DRS 17 (Berichterstattung über die Vergütung der Organmitglieder). Der Vergütungsbericht beinhaltet ebenso Angaben, die nach den Erfordernissen der International Financial Reporting Standards (IFRS) Bestandteil des Anhangs bzw. Lageberichts sind. Er ist somit Bestandteil des testierten Jahresabschlusses. Erläutert werden Struktur und Höhe der Vorstands- und Aufsichtsratsvergütung im Berichtsjahr sowie die Darstellung von Aktienbesitz von Vorstands- und Aufsichtsratsmitgliedern. Die Struktur des Vergütungssystems wird vom Aufsichtsrat regelmäßig überprüft.

Der Vorstand der Gesellschaft bestand am 31. Dezember 2013 aus vier Mitgliedern.

Herr Dr. Thomas Vollmoeller wurde zum 15. August 2012 in den Vorstand der Gesellschaft berufen und trat am 16. Oktober 2012 das Amt des Vorstandsvorsitzenden an. Er verantwortet sowohl die Gesamtstrategie und Unternehmensentwicklung, die Geschäftsbereiche E-Recruiting und Events, die Bereiche Corporate Human Resources, Data Security, Konzernmarketing und -kommunikation, die Konzernrevision als auch das Geschäft in der Schweiz und Österreich sowie sonstiges internationales Geschäft.

Herr Ingo Chu ist seit 1. Juli 2009 als Finanzvorstand (CFO) tätig und verantwortet die Bereiche Finanz-, Investitions- und Personalplanung, das Controlling, Business Intelligence, internes Berichtswesen, Risikomanagement und interne Kontrollsysteme, Finanzierungen und Bankenbetreuung, das Rechts-, Vertrags- und Steuermanagement als auch das externe Rechnungswesen und die Berichterstattung sowie die Investorenbetreuung.

Herr Jens Pape wurde mit Wirkung zum 1. März 2011 zum Chief Technology Officer (CTO) bestellt. Er verantwortet die Technologie und Programmierung sämtlicher Geschäftsbereiche, die Software-Architektur, den Betrieb aller Webseiten einschließlich Hosting, die Interne IT sowie die Bereiche Data Science und Data Search.

Herr Timm Richter wurde mit Wirkung zum 1. März 2013 zum Chief Product Officer (CPO) bestellt. Herr Richter verantwortet die Geschäftsbereiche Network/Premium sowie den Bereich der kundenorientierten Front-End-Entwicklungen, den Bereich Kundenservice, die Nutzerdatenanalyse sowie das Konsumenten- und Onlinemarketing.

Das ehemalige Vorstandsmitglied Herr Dr. Helmut Becker hat auf eigenen Wunsch zum 19. April 2013 sein Amt als Vorstandsmitglied der XING AG niedergelegt und ist mit Wirkung zum 31. Mai 2013 aus dem Unternehmen ausgeschieden.

Der Aufsichtsrat der Gesellschaft bestand am 31. Dezember 2013 aus sechs Mitgliedern.

Im Berichtsjahr gehörten ihm zunächst die Herren Dr. Neil Vernon Sunderland (Aufsichtsratsvorsitzender), Fritz Oidtmann (stellvertretender Vorsitzender), Dr. Johannes Meier, Simon Guild, Dr. Jörg Lübcke und Jean-Paul Schmetz an. Herr Dr. Neil Vernon Sunderland und Herr Simon Guild haben ihre Ämter mit Wirkung zum Ablauf der ordentlichen Hauptversammlung 2013 am 24. Mai 2013 gemäß § 9.4 der Satzung niedergelegt.

Mit Beschluss der Hauptversammlung vom 24. Mai 2013 wurden Herr Stefan Winners sowie Frau Anette Weber für den Rest der Amtsdauer der ausgeschiedenen Aufsichtsratsmitglieder, das heißt bis zur Beendigung der Hauptversammlung, die über die Entlastung der Mitglieder des Aufsichtsrats für das Geschäftsjahr 2015 zu beschließen hat, in den Aufsichtsrat der Gesellschaft gewählt. In der konstituierenden Sitzung des Aufsichtsrats am 24. Mai 2013 wurde Herr Stefan Winners zum Vorsitzenden des Aufsichtsrats, Herr Fritz Oidtmann zu seinem Stellvertreter und Frau Anette Weber (Vorsitz) sowie Herr Dr. Jörg Lübcke und Herr Johannes Meier in den Prüfungsausschuss gewählt.

VERGÜTUNG DES VORSTANDS

Im folgenden Abschnitt werden die Prinzipien der Vorstandsvergütung dargelegt und, den Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex folgend, die gesamte Vorstandsvergütung sowie die individualisierte Vorstandsvergütung offengelegt.

Zuständigkeit der Festsetzung der Vorstandsvergütung

Der Aufsichtsrat ist für die Festsetzung der Vergütung der einzelnen Vorstandsmitglieder zuständig.

Vergütungselemente der Vorstandsmitglieder

Die Gesamtvergütung und die einzelnen Vergütungskomponenten stehen in einem angemessenen Verhältnis zu den Aufgaben des jeweiligen Vorstandsmitglieds, der jeweiligen persönlichen Leistung, der Leistung des Gesamtvorstands und der wirtschaftlichen Lage der XING AG. Die Vergütung des Vorstands beinhaltet, entsprechend den Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex, einerseits feste, andererseits variable, erfolgsabhängige Bezüge.

Der feste, erfolgsunabhängige Vergütungsbestandteil besteht aus einem Fixum als Grundvergütung. Die fixe Grundvergütung wird monatlich anteilig als Gehalt ausbezahlt. Sie wurde mit den jeweiligen Vorstandsmitgliedern vertraglich vereinbart, wird regelmäßig überprüft und gegebenenfalls einvernehmlich mit dem betroffenen Vorstandsmitglied angepasst. Zusätzlich zur Grundvergütung werden den Vorständen in angemessenem Umfang geldwerte Vorteile in Form von Sachbezügen und sonstigen freiwilligen Leistungen gewährt. Zudem erhalten die Vorstände Auslagenersatz für Reisekosten, Telefonnutzung und sonstige Aufwendungen. Alle Sachbezüge werden vom Unternehmen ordnungsgemäß versteuert.

Die variablen Vergütungsbestandteile bestehen zum einen aus erfolgsabhängigen Bezügen, welche sich (i) an der Erreichung bestimmter qualitativer, persönlicher Ziele der Vorstandsmitglieder und (ii) an der Erreichung quantitativer Unternehmensziele, jeweils das aktuelle Geschäftsjahr betreffend, bemessen und anhand von Kennzahlen des Konzernabschlusses oder operativen Kennzahlen ermittelt werden. Zum anderen bilden virtuelle Aktien, die den bezugsberechtigten Vorstandsmitgliedern im Rahmen des sogenannten Shadow Share Programmes (SSP) gewährt werden, ein weiteres Element der variablen Vorstandsvergütung.

Die qualitativen, persönlichen Ziele werden zu Beginn jedes Geschäftsjahres für jedes Vorstandsmitglied individuell durch den Aufsichtsrat festgelegt. Der Grad der Zielerreichung der qualitativen Ziele reicht von 0 bis 100 % und wird vom Aufsichtsrat zu Beginn eines Geschäftsjahres für das vorangegangene Geschäftsjahr im pflichtgemäßen Ermessen festgestellt.

Die quantitativen Unternehmensziele basieren einerseits auf budgetierten Finanzziele der Gesellschaft, derzeit namentlich dem Konzern-EBITDA und dem Konzernumsatz, andererseits aus bestimmten anderen operativen Unternehmenskennzahlen, die nicht finanzieller Natur sind (z. B. Mitgliederwachstum oder Aktivität auf der XING-Plattform). Der Grad der Zielerreichung der quantitativen Ziele reicht von 0 bis 200 %. Die Festlegung der Zielerreichung der quantitativen Unternehmensziele erfolgt nach Billigung des Konzernabschlusses der Gesellschaft durch den Aufsichtsrat anhand der Parameter des gebilligten Konzernabschlusses bzw. anhand von Analysen der operativen Unternehmenskennzahlen auf Basis der in den jeweiligen Vorstandsverträgen bzw. den jeweiligen Zielfestlegungen vorgegebenen Berechnungsparameter.

Am SSP der Gesellschaft als weiterem Element der variablen Vorstandsvergütung nahmen im Berichtsjahr die Vorstandsmitglieder Herr Dr. Thomas Vollmoeller (zeitanteilig seit seinem Eintritt in 2012 und für das gesamte Geschäftsjahr 2013), Herr Timm Richter (zeitanteilig seit dem 1. März 2013) und Herr Ingo Chu (zeitanteilig seit dem 1. Juli 2013) teil.

Bei den Shadow Shares aus dem SSP handelt es sich um virtuelle Nachbildungen von Aktien, die den bezugsberechtigten Vorstandsmitgliedern unter bestimmten Voraussetzungen in jährlichen Tranchen zugeteilt werden und die bei Vorliegen bestimmter Voraussetzungen und nach Ablauf einer Wartezeit von drei Jahren ab Zuteilung einen an den Aktienkurs gekoppelten Anspruch auf eine Barzahlung oder, nach Wahl der Gesellschaft, auf Zuteilung von Aktien begründen. Die Zuteilung erfolgt auf Basis von vom Aufsichtsrat vorgegebenen mehrjährigen quantitativen Zielen, wie Konzernumsatz und -EBITDA. Durch die Gewährung der Shadow Shares wird eine Vergütungskomponente genutzt, die die Wertentwicklung der Aktie der Gesellschaft berücksichtigt und daher für die Vorstände eine nachhaltige, langfristige Anreizwirkung bietet.

Der Aufsichtsrat der Gesellschaft hat entschieden, das SSP nur noch für das am 31. Dezember 2013 endende Geschäftsjahr der Gesellschaft anzuwenden. Ab dem 1. Januar 2014 wird das SSP durch ein neues, langfristiges Anreizprogramm (sog. Long-Term-Incentive-Programm oder LTI) ersetzt. Für das LTI gelten die vorstehenden Erläuterungen zum SSP künftig entsprechend. Auszahlungen aus dem SSP sind im Berichtsjahr nicht erfolgt.

Gesamtvergütung und individuelle Vergütung der jeweiligen Vorstandsmitglieder

Die Gesamtvergütung und die individuelle Vergütung des Vorstands für das Geschäftsjahr 2013 sind der unten aufgeführten Tabelle zu entnehmen. Die Vorjahresbeträge sind durch Klammerzusätze kenntlich gemacht.

Gesamtvergütung und individuelle Vergütung der jeweiligen Vorstandsmitglieder

Mitglieder des Vorstands	Fixe Bezüge in Tsd. Euro	Variable Bezüge in Tsd. Euro	Virtuelle Aktien- optionen in Tsd. Euro*	Gesamt- vergütung in Tsd. Euro
Dr. Thomas Vollmoeller Vorsitzender	387 (145)	209 (95)	217 (83)	813 (323)
Ingo Chu	230 (212)	91 (48)	49 (0)	370 (260)
Jens Pape	235 (230)	79 (57)	0 (0)	314 (287)
Timm Richter (seit 1. März 2013)	192 (0)	75 (0)	82 (0)	349 (0)
Dr. Helmut Becker (bis 31. Mai 2013)	103 (247)	183 (75)	0 (0)	296 (322)
Dr. Stefan Groß-Selbeck (bis 15. Januar 2013)	15 (376)	0 (48)	0 (0)	15 (424)
Gesamt	1.162 (1.210)	637 (323)	348 (83)	2.147 (1.616)

* Der in der Tabelle angegebene Wert der virtuellen Aktien errechnet sich aus dem vertraglich vereinbarten Zuteilungsbetrag, multipliziert mit der Zielerreichung für das Jahr 2013. Die Zuteilung der virtuellen Aktien für das Geschäftsjahr 2013 erfolgt nach der Hauptversammlung, der der festgestellte Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2013 vorgelegt wird.

Zusätzlich zur fixen Vergütung und den bereits beschriebenen variablen Vergütungsbestandteilen nahmen drei Vorstände der Gesellschaft an unterschiedlichen, historischen Aktienoptionsprogrammen (sog. AOP) der Gesellschaft teil. Die Aktienoptionen für die betreffenden Mitglieder des Vorstands wurden zu den Bedingungen der von den Hauptversammlungen der XING AG am 3. November 2006, 28. Mai 2009 und 27. Mai 2010 vorgegebenen Eckdaten der AOP 2006, 2009 und 2010 ausgegeben (für nähere Informationen zu den AOP siehe Konzernanhang unter „Sonstige Angaben“).

Die betreffenden Vorstände nehmen an den AOP der Gesellschaft wie folgt teil:

An Herrn Ingo Chu wurden im August 2009 von der Gesellschaft 25.000 Aktienoptionen aus dem AOP 2009 gewährt. Die Aktienoptionen wurden zu einem Ausübungspreis von 27,80 € pro Option ausgegeben. Der Ausübungspreis wurde im August 2011 aufgrund der im Februar 2012 durchgeführten Sonderausschüttung auf 24,03 € reduziert. Herr Chu hat im November 2013 alle Aktienoptionen ausgeübt. Zum Bilanzstichtag hielt er keine Optionen mehr.

An Herrn Jens Pape wurden im März 2011 von der Gesellschaft 40.000 Aktienoptionen aus dem AOP 2010 gewährt. Die Aktienoptionen wurden zu einem Ausübungspreis von 41,23 € pro Option ausgegeben. Der Ausübungspreis wurde im August 2011 aufgrund der im Februar 2012 durchgeführten Sonderausschüttung auf 37,47 € reduziert. Der beizulegende Zeitwert dieser Aktienoptionen lag zum Zeitpunkt der Zeichnung bei 6,07 €. Als Gesamtzeitwert ergibt sich ein Betrag von 243 Tsd. €. Der Ausübungsgewinn der an Herrn Pape gewährten Optionen ist auf 35 € je Option beschränkt. Zum Bilanzstichtag hielt Herr Pape noch sämtliche 40.000 Aktienoptionen.

Herr Dr. Helmut Becker wurden zu Beginn seiner Tätigkeit im September 2009 insgesamt 50.000 virtuelle Aktienoptionen (VAO) gewährt. Im November 2009 wurden davon 28.000 in reale Aktienoptionen zu den Bedingungen des AOP 2006 umgewandelt. Gemäß Abwicklungsvereinbarung zwischen der XING AG und Herr Dr. Becker vom 26. März 2013 sind 7.000 Aktienoptionen aus diesem Programm verfallen. Der Ausübungspreis pro Option beträgt 33,16 €. Im August 2011 wurde dieser auf Basis der Sonderausschüttung vom Februar 2012 auf 29,39 € reduziert. Im Mai 2010 wurden weitere 22.000 virtuelle Aktienoptionen in reale Aktienoptionen zu den Bedingungen des AOP 2009 mit einem Ausübungspreis von 32,76 € pro Option umgewandelt und ebenfalls entsprechend der im Februar 2012 durchgeführten Sonderausschüttung auf 28,99 € reduziert. Mit Wirkung zum 1. Dezember 2010 hat Herr Dr. Becker weitere 10.000 Aktienoptionen zu einem Ausübungspreis von 32,87 € pro Option auf Basis des AOP 2010 erhalten. Der Ausübungspreis hat sich im Februar 2012 durch die Sonderausschüttung auf 29,10 € verringert. Aufgrund der Regelungen in o. a. Abwicklungsvereinbarung sind diese 10.000 Aktienoptionen in 2013 verfallen. Der Ausübungsgewinn der an Herr Dr. Becker gewährten Aktienoptionen ist auf 35 € je Option beschränkt. Zusätzlich erhält Herr Dr. Becker für jede ausgeübte Aktienoption aus dieser Tranche von der Gesellschaft eine Ausgleichszahlung von 4,52 € in bar dafür, dass die Optionen nur mit Zeitverzug ausgegeben werden konnten und der festgelegte Ausübungspreis am Ausgabetag um 4,52 € pro Aktienoption höher war als am Tag der ursprünglich zugesagten Ausgabe. Herr Dr. Becker hielt zum Bilanzstichtag keine Aktienoptionen mehr.

Optionsausübungen unter den AOP

Im abgelaufenen Geschäftsjahr haben Herr Dr. Groß-Selbeck, Herr Dr. Becker und Herr Chu ihre Aktienoptionen aus den AOP 2006, 2009, 2011 ausgeübt. Dabei erzielte Herr Dr. Groß-Selbeck einen Brutto-Veräußerungserlös von 478.875 €, Herr Dr. Becker einen Brutto-Veräußerungserlös von 868.667 € und Herr Chu einen Brutto-Veräußerungserlös von 1.184.870 €.

Eine detailliertere Auflistung über die ausgeübten Optionen findet sich in der nachfolgenden Tabelle. Die Meldungen über Geschäfte von Personen mit Führungsaufgaben gemäß § 15a WpHG werden über DGAP im Bereich Directors' Dealings veröffentlicht, befinden sich darüber hinaus im Konzernanhang und können auch auf der Internetseite der XING AG im Bereich Investor Relations abgerufen werden.

Optionsausübungen

Datum	Name	Aktionsoptionsprogramm	Stück	Kursdifferenz* in Euro	Veräußerungserlös in Euro (brutto)
05.04.2013	Dr. Stefan Groß-Selbeck	AOP 2009	12.500	12,77	159.625
05.04.2013	Dr. Stefan Groß-Selbeck	AOP 2011	25.000	12,77	319.250
27.05.2013	Dr. Helmut Becker	AOP 2006	2.200	15,61	34.342
28.05.2013	Dr. Helmut Becker	AOP 2006	1.800	15,33	27.594
31.05.2013	Dr. Helmut Becker	AOP 2006	3.000	16,12	48.345
03.06.2013	Dr. Helmut Becker	AOP 2006	2.000	16,72	33.440
11.06.2013	Dr. Helmut Becker	AOP 2006	3.000	21,64	64.920
12.06.2013	Dr. Helmut Becker	AOP 2009	2.500	25,09	62.725
13.06.2013	Dr. Helmut Becker	AOP 2009	1.500	24,16	36.240
14.06.2013	Dr. Helmut Becker	AOP 2009	3.000	25,62	76.860
17.06.2013	Dr. Helmut Becker	AOP 2009	2.000	27,01	54.020
18.06.2013	Dr. Helmut Becker	AOP 2009	1.331	25,56	34.020
19.06.2013	Dr. Helmut Becker	AOP 2009	669	23,98	16.043
21.06.2013	Dr. Helmut Becker	AOP 2009	155	22,86	3.543
08.08.2013	Dr. Helmut Becker	AOP 2009	5.345	35,00	187.075
08.08.2013	Dr. Helmut Becker	AOP 2009	5.500	35,00	192.500
11.11.2013	Ingo Chu	AOP 2009	9.000	49,27	443.430
12.11.2013	Ingo Chu	AOP 2009	16.000	46,34	741.440

* Differenzbetrag zwischen Ausübungspreis und niedrigstem Tageskurs; bei Dr. Helmut Becker Cap bei 35,00 € (betrifft Ausübung am 08.08.2013)

Vorzeitige Beendigung der Tätigkeit

Im Falle des Todes eines Mitglieds des Vorstands während der Laufzeit der jeweiligen Vorstandsverträge ist die Gesellschaft verpflichtet, das zeitanteilige Jahresfestgehalt für den Sterbemonat und die drei nächstfolgenden Monate, längstens aber bis zur Beendigung des Vorstandsvertrages, an die Hinterbliebenen zu zahlen. Im Übrigen enthalten zum 31. Dezember 2013 alle Vorstandsverträge Abfindungs-Cap-Klauseln für den Fall der vorzeitigen Beendigung des Anstellungsverhältnisses ohne wichtigen Grund gemäß den Empfehlungen in Ziffer 4.2.3 des Deutschen Corporate Governance Kodex.

Der Vertrag von einem amtierenden Mitglied des Vorstands enthält zudem Regelungen, die an einen Kontrollwechsel bei der Gesellschaft gekoppelt sind. Im Falle eines Kontrollwechsels hat dieses Vorstandsmitglied bei Hinzutreten weiterer Voraussetzungen ein Lösungsrecht vom Vorstandsvertrag. Im Falle der berechtigten Ausübung des

Lösungsrechts stehen dem betroffenen Vorstandsmitglied im Hinblick auf sämtliche Vergütungsbestandteile (fixe Grundvergütung, variable Vergütung, Vergütung aus dem SSP bzw. LTI) Abfindungsansprüche zu, die in ihrer Höhe insgesamt dem Abfindungs-Cap gemäß den Empfehlungen in Ziffer 4.2.3 des Deutschen Corporate Governance Kodex gerecht werden.

Sonstiges

Für die Mitglieder des Vorstands bestehen keine Pensionsverpflichtungen. Keiner der amtierenden Vorstände hielt zum 31. Dezember 2013 Aktien der Gesellschaft. Ebenso wenig wurden Mitgliedern des Vorstands Kredite, Zinsen oder Vorschüsse gewährt. Weiterhin hat auch kein Mitglied des Vorstands Leistungen oder entsprechende Zusagen von einem Dritten im Hinblick auf seine Vorstandstätigkeit erhalten. Es wurden auch keine solchen Leistungen zugesagt.

Die XING AG hat für die Mitglieder des Vorstands eine Vermögensschadenhaftpflichtversicherung (sog. D&O-Versicherung) abgeschlossen. Sie deckt das persönliche Haftungsrisiko der Vorstandsmitglieder für den Fall ab, dass sie im Rahmen oder aufgrund ihrer Tätigkeit als Vorstände für Vermögensschäden in Anspruch genommen werden. In der Versicherungspolice ist für die Mitglieder des Vorstands ein Selbstbehalt vorgesehen, der den Empfehlungen des Aktiengesetzes und denen des Deutschen Corporate Governance Kodex entspricht.

VERGÜTUNG DES AUFSICHTSRATS

Die Vergütung des Aufsichtsrats ist auf Vorschlag von Vorstand und Aufsichtsrat durch die Hauptversammlung im Mai 2010 festgelegt worden und entsprechend in der Satzung geregelt.

Die Mitglieder des Aufsichtsrats erhalten für jedes volle Geschäftsjahr ihrer Zugehörigkeit zum Aufsichtsrat eine feste Vergütung von 40.000 €. Der Vorsitzende des Aufsichtsrats erhält das Zweifache der festen Vergütung.

Der stellvertretende Aufsichtsratsvorsitzende, Vorsitzende in Ausschüssen sowie die Mitglieder der Ausschüsse werden aktuell nicht zusätzlich vergütet. Da die Zahl der Ausschusssitzungen, die Vertretungsanlässe sowie die damit zusammenhängenden Arbeitsbelastung bisher eher gering war und im Übrigen eine angemessen hohe Grundvergütung gewährt wurde, halten Vorstand und Aufsichtsrat eine gesonderte Vergütung für den stellvertretenden Vorsitzenden und Ausschussmitglieder weiter für verzichtbar. Ob dies künftig weiterhin für Vorsitzende von Ausschüssen, im Besonderen für den Vorsitz im Prüfungsausschuss, gelten wird, wird im laufenden Geschäftsjahr von Vorstand und Aufsichtsrat überprüft, etwaige Änderungen werden der Hauptversammlung zur Beschlussfassung vorgelegt. Neben der festen Vergütung erhalten die Aufsichtsratsmitglieder keine erfolgsorientierte Vergütung. Dadurch sollen keine an den kurzfristigen Konzernserfolg geknüpften Anreize geschaffen werden, um die erforderliche unabhängige Kontrollfunktion des Aufsichtsrats zu stärken.

Eine Übersicht der satzungsgemäßen Aufsichtsratsvergütung für das Geschäftsjahr 2013 ist der folgenden Tabelle zu entnehmen.

Satzungsgemäße Aufsichtsratsvergütung für das Geschäftsjahr 2013

Aufsichtsratsmitglieder	Gesamtvergütung 2013 in Euro	Gesamtvergütung 2012 in Euro
Dr. Neil Vernon Sunderland, Vorsitzender bis 24.05.2013	31.562	80.000
Stefan Winners, Vorsitzender seit 24.05.2013	48.438	0
Fritz Oidtman, stellv. Aufsichtsratsvorsitzender	40.000	40.000
Anette Weber (seit 24.05.2013)	24.219	0
Dr. Johannes Meier	40.000	40.000
Dr. Jörg Lübcke	40.000	40.000
Jean-Paul Schmetz	40.000	40.000
Simon Guild (bis 24.05.2013)	15.781	40.000
Gesamt	280.000	280.000

Den Mitgliedern des Aufsichtsrats wurden im Rahmen ihrer Tätigkeit Aufwandsentschädigungen für Reisekosten im angemessenen Umfang erstattet. Weitere Zusagen wurden nicht erteilt. Keinem Mitglied des Aufsichtsrats wurden Kredite, Zinsen oder Vorschüsse gewährt. Zum Bilanzstichtag am 31. Dezember 2013 hielt kein Aufsichtsratsmitglied Aktien an der Gesellschaft.

Sonstiges

Die XING AG hat für die Mitglieder des Aufsichtsrats eine Vermögensschadenhaftpflichtversicherung (sog. D&O-Versicherung) ohne Selbstbehalt abgeschlossen. Sie deckt das persönliche Haftungsrisiko der Aufsichtsratsmitglieder für den Fall ab, dass sie im Rahmen oder aufgrund ihrer Tätigkeit als Aufsichtsräte der Gesellschaft für Vermögensschäden in Anspruch genommen werden. Der Abschluss der D&O-Versicherung ohne Selbstbehalt stellt eine Abweichung vom Deutschen Corporate Governance Kodex dar und wurde in der Entsprechenserklärung, zuletzt im Februar 2014, von Vorstand und Aufsichtsrat erklärt und auf der Internetseite <http://corporate.xing.com/deutsch/investor-relations/corporate-governance/hgb-289a/> veröffentlicht.

Die XING-Aktie

Kennzahlen zur XING-Aktie auf einen Blick

	2013	2012	2011	2010	2009
XETRA Schlusskurs am Jahresende	74,40 €	41,87 €	41,05 €	36,35 €	30,80 €
Hoch	86,00 €	58,50 €	63,00 €	36,75 €	37,50 €
Tief	38,00 €	33,51 €	36,95 €	26,50 €	24,25 €
Marktkapitalisierung am Jahresende	416 Mio. €	233 Mio. €	223 Mio. €	192 Mio. €	162 Mio. €
Durchschnittliches Handelsvolumen je Handelstag (XETRA)	9.292	17.035	22.540	9.619	10.851
Rang TecDax					
nach Handelsumsatz	28	25	25	35	32
nach FreeFloat Marktkapitalisierung	30	37	25	44	33
Ergebnis je Aktie (unverwässert)	1,65 € ⁴	1,71 € ³	1,73 € ¹	1,37 €	-0,33 €
Anzahl Aktien	5.592.137	5.554.243	5.426.321	5.291.996	5.271.773
Dividende je Aktie	0,56 €	0,56 €	–	–	–
Sonderdividende je Aktie ²	–	3,76 €	–	–	–

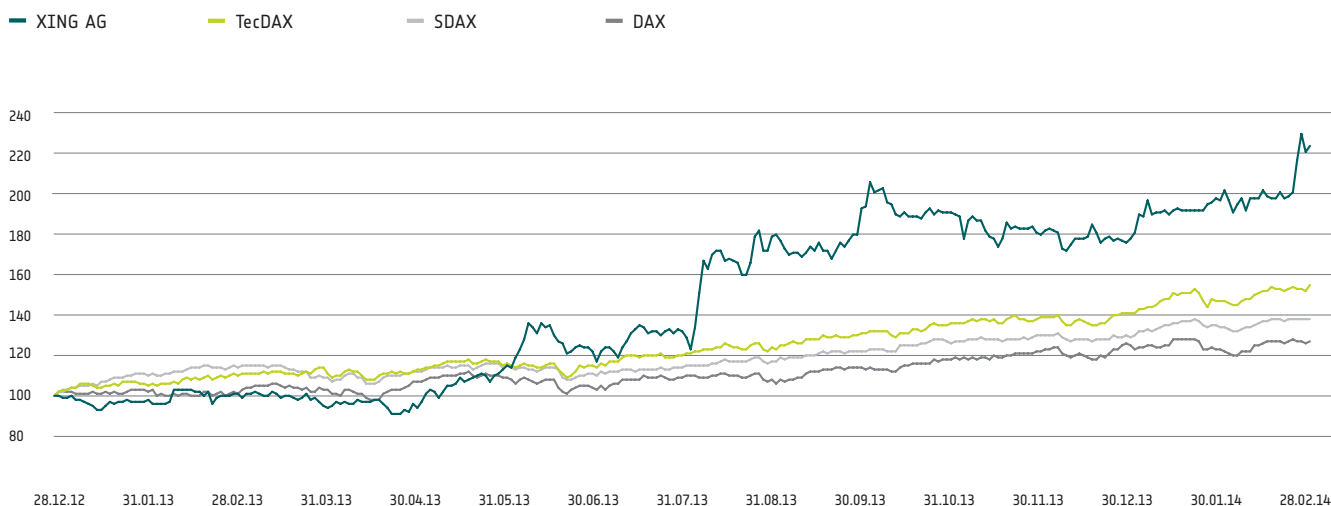
1 Bereinigt um die einmalige Wertberichtigung der Marktzugänge in Spanien und der Türkei in Höhe von 14,4 Mio. €

2 Sonderausschüttung beschlossen auf HV 2011. Ausschüttung erfolgte in 2012

3 Bereinigt um einmalige Aufwendungen in Höhe von 1,9 Mio. € im Zusammenhang mit dem Pflichtangebot der Burda Digital GmbH und der Akquisition der kununu GmbH

4 Ohne Berücksichtigung des nicht-operativen-Aufwands aus der earn-out-Verpflichtung der kununu GmbH von 1,5 Mio. € beträgt das Ergebnis je Aktie 1,90€

Aktienkursverlauf im Vergleich vom 28.12.2012 bis 28.02.2014 (indexiert)



Stammdaten zur XING-Aktie

Aktienanzahl per 31.12.	5.592.137
Grundkapital in €	5.592.137
Aktienart	Namensaktien
Börsengang	07.12.2006
ISIN	DE000XNG8888
Bloomberg	O1BC
Reuters	OBCGn.DE
Transparenzlevel	Prime Standard
Index	TecDAX
Sektor	Software

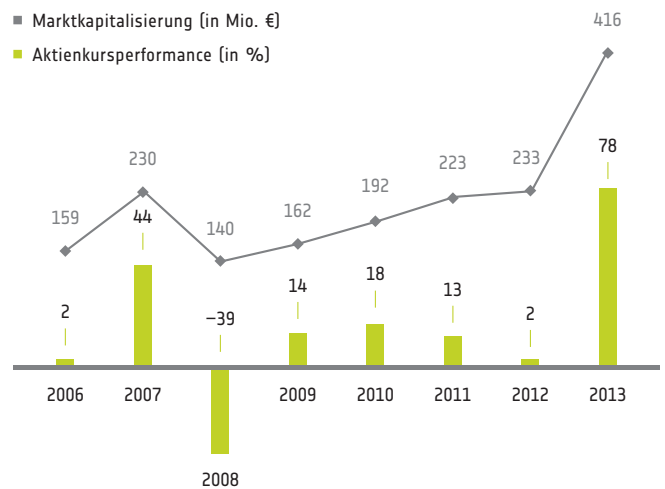
AKTIENKURS: NEUBEWERTUNG NACH REVITALISIERUNG DES WACHSTUMS

Unter veränderten Rahmenbedingungen startete unsere Aktie in das Geschäftsjahr 2013. Denn nachdem unser größter Einzelaktionär - die Burda Digital Gruppe - seiner direkt gehaltenen Anteil von etwa 30 Prozent auf über 50 Prozent im Rahmen eines Pflichtangebots von 44 € Ende 2012 aufstockte, verschwand unsere Aktie zunächst bei vielen Anlegern von der „Watchlist“, was sicherlich daran lag, dass viele Investoren glaubten, die Burda Digital würde XING nun komplett übernehmen und die Börsennotierung einstellen. Dies war jedoch nicht das erklärte Ziel des größten und wichtigen Ankeraktionärs, und noch im ersten Quartal setzte Burda Digital als Investor ein wichtiges Zeichen, in dem er einen Teil des Pakets wieder über die Börse veräußerte, um damit den Streubesitz wieder zu erhöhen. Gleichzeitig starteten wir einen intensiven Dialog mit ehemaligen und potenziellen neuen Investoren, um sowohl XING unter den neuen Rahmenbedingungen als auch unseren neuen Vorstandsvorsitzenden Dr. Thomas Vollmoeller schnellstmöglich dem Kapitalmarkt vorzustellen – und um die neue strategische Ausrichtung und unsere Ziele zu kommunizieren.

In der Folge stieg das Investoreninteresse wieder zunehmend an, und auch der Aktienkurs konnte sich nach etwa sechsmonatiger Seitwärtsbewegung mit der Vorlage guter Quartalszahlen im Mai erstmals wieder deutlich vom Markt absetzen. In der zweiten Jahreshälfte konnten

wir insbesondere durch die kontinuierliche Steigerung unserer Wachstumsraten von Quartal zu Quartal wichtige Impulse für eine anhaltende Neubewertung unserer Aktie geben. So ist die XING-Aktie mit einem Kurs von 74,40 € am 31.12.2013 aus dem Handel gegangen, 78 Prozent höher als 12 Monate zuvor. Und mit der am 24. Februar 2014 angekündigten Sonderdividende von 3,58 € je Aktie, der Anhebung der Basisdividende auf 0,62 € und den am Folgetag vorgestellten vorläufigen Ergebnissen 2013 ist unsere Aktie auch im laufenden Jahr mit einem Zuwachs bis Ende Februar von 26 Prozent einer der Top-Performer des TecDAX gewesen.

Aktienkursentwicklung und Marktkapitalisierung seit Börsengang



XING-AKTIE SCHLÄGT ALLE BENCHMARKS IN 2013

2013 war insgesamt ein sehr gutes Börsenjahr, wenn man sich die durchschnittliche Performance über alle wichtigen Indizes anschaut. Unsere Aktie hatte im Geschäftsjahr 2012 aufgrund der Ereignisse eine unterdurchschnittliche Kursentwicklung im Vergleich zu den wichtigsten Indizes erzielt. Im abgelaufenen Geschäftsjahr 2013 jedoch konnten wir mit einem Kursanstieg von fast 80 Prozent nicht nur den stark angestiegenen TecDAX-Index (+41 Prozent) deutlich schlagen, sondern auch die unterdurchschnittliche Performance aus 2012 mehr als kompensieren.

Börsenentwicklung

In %	2013	2012
XING-Aktie	78	2
TecDax	41	21
SDAX	29	19
DAX	25	29

KURSZIELE DER ANALYSTEN DEUTLICH ANGEHOBEN

Für ein börsennotiertes Unternehmen ist die „Coverage“ durch Brokerhäuser ein elementares Instrument, um am Kapitalmarkt mit seiner Equity Story präsent zu sein. Insgesamt acht Broker aus dem In- und Ausland verfolgen die Entwicklung unseres Unternehmens regelmäßig und publizieren Anlageempfehlungen zur XING-Aktie. Lag das durchschnittliche Kursziel der Analysten 2012 noch bei rund 47 €, so berechnen die Kapitalmarktexperten zum Zeitpunkt der Vorlage dieses Geschäftsberichts ein durchschnittliches Kursziel von über 80 €. Die Spanne liegt dabei zwischen 60 € und 120 € Kursziel für die XING-Aktie. Auch nach der außerordentlich positiven Kursentwicklung und Outperformance gegenüber den Indizes sieht die Hälfte der Analysten die XING-Aktie als Kauf. Die verbleibenden 50 Prozent empfehlen, unsere Aktie zu halten bzw. zu verkaufen. Jederzeit aktuelle Einschätzungen zur XING-Aktie sind auf unserer Investor-Relations-Seite unter <https://corporate.xing.com/deutsch/investor-relations/aktie/analysten/> abrufbar.

Analystenbewertung

Broker	Analyst	Empfehlung	Kursziel
Berenberg Bank	Sarah Simon	Kaufen	96 Euro
Commerzbank	Heike Pauls	Kaufen	120 Euro
Close Brothers Seydler	Marcus Silbe	Kaufen	90 Euro
Deutsche Bank	Benjamin Kohnke	Kaufen	73 Euro
Hauk & Aufhäuser	Sascha Berresch	Verkaufen	60 Euro
J.P. Morgan	Nicolas J. Dubourg	Untergewichten	66 Euro
Montega AG	Alexander Braun	Verkaufen	50 Euro
Warburg Research	Jochen Reichert	Halten	85 Euro

GEZIELTE INVESTOR-RELATIONS-AKTIVITÄTEN ZUR STEIGERUNG DES BEKANNTHEITSGRADES BEI INVESTOREN

Angesichts der besonderen Ausgangslage zu Beginn des Geschäftsjahres 2013 (verringertes Free-Float durch das Pflichtangebot durch Burda Digital zum Ende des Jahres 2012) haben wir bewusst unsere Investor-Relations-Arbeit intensiviert. Wir haben die Anzahl der Roadshows und die Teilnahme an Konferenzen verdoppelt.

Aktionärsstruktur per 31.12.2013



Auf mehr als 20 Roadshows und Konferenzen haben Vertreter des Managements und Investor Relations mit mehr als 150 interessierten Investoren über die aktuelle Entwicklung der XING AG, unsere Perspektiven und Chancen diskutiert. Dabei standen New York, London und Frankfurt im Vordergrund unserer Aktivitäten. Drei mal waren wir im vergangenen Jahr in den USA auf Roadshow und konnten die XING AG dort mehr als 40 institutionellen Investoren vorstellen.

Ebenso standen regelmäßige Telefonkonferenzen und Unternehmensbesuche von Investoren hier in Hamburg auf der Tagesordnung. Gleichzeitig haben wir uns durch verstärktes Investor-Targeting noch stärker auf zu XING passende Target-Investoren ausgerichtet. Mit Hilfe von umfangreichen „Investor Targeting“-Analysen haben wir potenzielle zu XING passende Investoren in unterschiedlichen Ländern und Städten identifiziert und diese gezielt als „Target-Investoren“ angesprochen.

Um unsere Investor-Relations-Arbeit kontinuierlich zu verbessern, führen wir regelmäßig „Perception-Studies“ mit Teilnehmern des Kapitalmarkts durch. So werden in regelmäßigen Abständen alle Analysten und zahlreiche Investoren auf anonymisierter Basis durch eine unabhängige Agentur zur XING AG und der Arbeit des Managements und der IR-Abteilung befragt.

HAUPTVERSAMMLUNG

Am 24. Mai 2013 fand unsere Hauptversammlung in der Handwerkskammer Hamburg statt. Mit einer Präsenz von mehr als 80 Prozent des Grundkapitals waren wir sehr zufrieden. Burda Digital als größter Einzelaktionär war hier mit rund 53 Prozent des Grundkapitals vertreten. Die übrigen 27 Prozent wurden überwiegend von institutionellen Anlegern vertreten. Eine hohe Präsenz ist uns sehr wichtig, denn Bestandteil einer guten Aktienkultur sollte sein, dass Anleger Anteile am Unternehmen auch nutzen, um sich direkt durch den Vorstand über die aktuelle Entwicklung und die Potenziale der Gesellschaft informieren zu lassen und auch ihr „Stimmrecht“ wahrzunehmen, um der Unternehmensführung zu signalisieren, ob man als Aktionär mit der Unternehmensstrategie und den Ergebnissen zufrieden ist oder nicht. Auf der Aktionärsversammlung in Hamburg sind alle Tagesordnungspunkte mit deutlicher Mehrheit zwischen 97 und 99,99 Prozent angenommen worden. So sind auf der Versammlung Anette Weber und Stefan Winners erstmalig in den Aufsichtsrat gewählt worden. Darüber hinaus haben unsere Aktionäre unseren Gewinnverwendungsvorschlag mit einer regulären Dividende von 0,56 € je Aktie angenommen.

SOCIAL-MEDIA-KANÄLE DER XING AG

<http://corporate.xing.com/deutsch/investor-relations/>
(IR-Website der XING AG)

<http://blog.xing.com>

(Unternehmensblog der XING AG in vier Sprachen)

www.xing.com/net/pr1a41bcx/Anlegerforum_XING_Aktie
(Diskussionsforum für XING-Anleger)

Twitter: [xing_ir](#)

(Kapitalmarktbezogene Themen und Neuigkeiten)

Twitter: [xing_de](#)

(Unternehmensübergreifende Themen und Neuigkeiten)

Twitter: [xing_com](#)

(Unternehmensbezogene Themen und Neuigkeiten auf Englisch)

Slideshare: http://de.slideshare.net/XING_com und
www.slideshare.net/patmoeller

Youtube: www.youtube.com/user/XINGcom?gl=DE

Facebook: www.facebook.com/XING

Wir freuen uns über Ihre Fragen und Anregungen:

XING AG

Patrick Möller

Director Investor Relations

Dammtorstraße 29 - 32

20354 Hamburg

Telefon +49 40 41 91 31-793

Telefax +49 40 41 91 31-44

(WpHG-Meldungen bitte an diese Nummer übermitteln)

E-Mail: investor-relations@xing.com

02.

KONZERN-LAGEBERICHT

für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2013

-
- 37 Geschäft und Strategie
 - 42 Produktentwicklung und wichtige Ereignisse 2013
 - 46 Mitarbeiter
 - 47 Finanzielle und nichtfinanzielle Leistungsindikatoren
 - 48 Rahmenbedingungen und Geschäftsentwicklung

Geschäft und Strategie

Geschäftsmodelle und Steuerungssystem



Mit Vorlage dieses Konzernlageberichts berichten wir erstmals nach Segmenten. Dabei werden die Unternehmensbereiche „Social Network“ und „Premium“ zu einem berichtspflichtigen Segment zusammengeführt. Die weiteren berichtspflichtigen Segmente sind in der Folge „E-Recruiting“ und „Events“. Die Monetarisierung erfolgt über zahlreiche kostenpflichtige Produktangebote für Endkunden und Unternehmen. Dabei wird ein Großteil der erbrachten Dienstleistungen durch unsere Kunden im Voraus bezahlt.

SEGMENT „NETWORK/PREMIUM“

Der Teilbereich „Network“ umfasst alle Basisfunktionen der XING-Plattform und liefert damit die Grundlage für alle anderen Geschäftsbereiche. Dies beinhaltet auch die XING-API (technologische Schnittstelle zwischen der XING-Plattform und externen Entwicklern bzw. Drittanbietern) sowie einen Großteil der mobilen Anwendungen der XING-Plattform.

Der Teilbereich „Premium“ verfügt über zwei wesentliche Geschäftsmodelle:

Geschäftsmodell „Premium-Mitgliedschaft“

Hier sind die im Voraus bezahlten Beiträge der Premium-Mitgliedschaft abgebildet. Die Premium-Mitgliedschaft ist in zwei Laufzeitvarianten verfügbar: Die Drei-Monats-Mitgliedschaft kostet 9,95 € pro Monat, die Jahresmitgliedschaft 7,95 € pro Monat. Die Beiträge erhält XING grundsätzlich bei allen bezahlten Mitgliedschaften im Voraus.

Die wesentlichen Gründe für den Abschluss einer Premium-Mitgliedschaft sind folgende:

1. Premium-Mitglieder erhalten exklusiven Zugang zu Angeboten von Kooperationspartnern wie Design Offices®, Blinkist®, Lecturio®, HRS®, Fitness First®, Sixt® & REWE®. Weitere Partner werden folgen.

2. Premium-Mitglieder erfahren, wer ihr Profil besucht hat und wie die Besucher auf sie aufmerksam wurden.
3. Premium-Mitglieder nutzen eine erweiterte Suchfunktion mit speziellen Suchfeldern und -filtern.
4. Premium-Mitglieder können insgesamt 20 Nachrichten auch an Nicht-Kontakte senden.
5. Premium-Mitglieder können Anhänge von bis zu 100 MB je Datei an alle Kontakte versenden.
6. Premium-Mitglieder haben einen eigenen Premium-Bereich auf der XING-Website, in dem sie einfach und übersichtlich auf alle wichtigen Premium-Benefits zugreifen können.

Die Vermarktung der Premium-Mitgliedschaft erfolgt überwiegend durch sogenannte Upsell-Kampagnen auf der XING-Plattform.

Geschäftsmodell „Advertising & Partnerships“

In diesem Teilbereich werden im Wesentlichen Werbeflächen auf www.xing.com vermarktet. Werbetreibende haben über ein Vermarktungsunternehmen Zugang zu den klassischen Werbeformen auf Basis des TKP-Modells (Tausenderkontaktpreis). So stehen Werbetreibenden Formate wie beispielsweise Superbanner, Logout-Page-Ad, Activity-Stream Headline, Wallpaper oder auch der wöchentliche Newsletter zur Verfügung.

SEGMENT „E-RECRUITING“

Der Geschäftsbereich „E-Recruiting“ umfasst die Produkte und Dienstleistungen aus den Bereichen „Active und Passive Recruiting“ sowie „Employer Branding“. Im Teilbereich „Passive Recruiting“ können Personalsuchende unterschiedliche Formen von Stellenanzeigen auf der XING-Plattform veröffentlichen. Hier werden grundsätzlich zwei Abrechnungsmodelle unterschieden: Inserenten nutzen entweder die Performance-basierte Methode nach dem Pay per Click-Modell (85 ct pro Klick auf eine Anzeige) oder das marktübliche Festpreis-Modell (ab 395 € pro Anzeige) mit einer vordefinierten Laufzeit von 30 Tagen.

Zum Teilbereich „Employer Branding“ gehören die Employer-Branding-Profile. Arbeitgeber können mittels eines Unternehmensprofils ihre Arbeitgebermarke positiv hervorheben und interessierten Kandidaten mehr Angaben über das Arbeitsumfeld sowie weitere wichtige Informationen über sich als Arbeitgeber zur Verfügung stellen. Die Monetarisierung erfolgt in Abhängigkeit zur Anzahl der Mitarbeiter eines

Unternehmens: Kleinere Unternehmen zahlen 395 € im Monat für ein Employer-Branding-Profil. Große Unternehmen mit mehr als 5.000 Mitarbeitern zahlen 1.095 € monatlich.

Seit September 2012 verfügen wir über ein „Active Recruiting“-Geschäftsmodell. So haben wir den XING-Talentmanager (XTM) als Produkt für die aktive Kandidatensuche und -verwaltung erfolgreich etabliert. Der XTM richtet sich im Wesentlichen an größere Unternehmen und Personalvermittler, die auf der XING-Plattform regelmäßig nach passenden Kandidaten für die Besetzung vakanter Positionen suchen und diese kontaktieren. Die Monetarisierung erfolgt über Laufzeitverträge und wird je Lizenz mit 249 € (pro „Seat“) im Monat berechnet. Kunden, die von einem alten Recruiter Account auf den XTM upgraden, zahlen 199 € pro Seat.

Die Vermarktung unserer E-Recruiting-Angebote erfolgt im Wesentlichen durch die mehr als 60 festangestellten Vertriebsmitarbeiterinnen und -mitarbeiter.

SEGMENT „EVENTS“

Im Geschäftsbereich „Events“ generiert die XING AG bisher Umsatzerlöse mit der Abwicklung von Events. Eventveranstalter können über die XING-Plattform die Technologie der XING EVENTS GmbH (vormals amiamo) nutzen, um auf alle für das Eventmanagement erforderlichen Prozesse – einschließlich Registrierung, Ticketausstellung und Abrechnung – zugreifen zu können. Die XING AG erhält dafür eine Gebühr von 0,99 € je Teilnehmer sowie eine variable Komponente von 5,9 Prozent des Ticketpreises. Darüber hinaus generiert die XING AG weitere Umsätze mit dem AdCreator für Events. Damit können Eventveranstalter ein eingestelltes Event auf XING mittels eines Online-Tools die für sie relevanten Zielgruppen auswählen und ihr Event entsprechend vermarkten. Die Monetarisierung erfolgt wie beim Display-Advertising-Produkt auf TKP-Basis, ist also abhängig von der ausgewählten Reichweite für die Anzeige. Die Vermarktung Dienstleistungen erfolgt im Wesentlichen mittels der im Geschäftsbereich Events festangestellten Vertriebsmitarbeiterinnen und -mitarbeiter.

Strategie

UNSERE STRATEGIE ZUR UMSATZVERDOPPELUNG

MANTRA UND VISION

STRATEGISCHE SCHLÜSSELINITIATIVEN



NETWORK

Socializing business

Wir sind die soziale Instanz, die geschäftliche Interaktionen Tag für Tag wertvoller macht.

Steigerung von Relevanz und Mehrwert für unsere Nutzer



PREMIUM

Desired membership

Nutzer erleben jeden Tag den Mehrwert ihrer Mitgliedschaft.

Aufbau und Weiterentwicklung einer zahlenden Community



E-RECRUITING

Matching people and jobs

Keine Jobsuche läuft ohne XING - das gilt sowohl für Personaler als auch für Kandidaten.

Etablierung als führende Plattform für direkte Kandidatensuche und Employer Branding



EVENTS

Digital mastermind of events

Wir sind die erste Adresse für Veranstalter und für Teilnehmer professioneller Events.

Aufbau von Europas größter Plattform für Seminare und Konferenzen

Als größtes und am häufigsten genutztes soziales Netzwerk für berufliche Kontakte im deutschsprachigen Raum (D-A-CH) haben wir eine exzellente Ausgangssituation für weiteres Wachstum. Diese starke Basis möchten wir nutzen, um in den kommenden Jahren insbesondere durch Etablierung neuer Produkte und Services für Mitglieder und Unternehmen weiter dynamisch zu wachsen. Die Penetration von beruflich genutzten sozialen Netzwerken in der D-A-CH-Region ist im internationalen Vergleich immer noch sehr gering mit weniger als 10 Prozent. In den von uns adressierten Märkten „E-Recruiting“ und „Business-Events“ besteht ebenfalls noch großes Wachstumspotenzial, wenn wir uns die Größe dieser Märkte anschauen und mit dem bisher erreichten Marktanteil vergleichen.

Unsere Konzernstrategie leitet sich daher von den drei Segmentstrategien ab.

1. Strategie Segment „Network / Premium“

Die strategische Zielsetzung dieses Segmentes ist es, die Zahl der Nutzer in den nächsten Jahren weiter zu steigern, so wie dies in den letzten Jahren der Fall war. Wir sind mit knapp 7,0 Mio. Nutzern in D-A-CH Marktführer und sehen in unserem Markt in diesen drei Ländern eine adressierbare Zielgruppe von über 20 Mio. Menschen – die Wachstumschancen sind also noch erheblich. Um dieses strategische Ziel zu erreichen, wird es darauf ankommen, unsere Innovationskraft zu verbessern und neue, relevante Funktionalitäten für unsere Mitglieder zu entwickeln. Dies werden insbesondere im Geschäftsjahr 2014 in großem Umfang mobile Features sein; möglich sind aber auch zum Beispiel webbasierte Entwicklungen in den Bereichen Profil, Content, Gruppen oder Messaging. Für die Ausweitung der kreativen Angebote nutzen wir seit Herbst 2013 auch unsere offene Entwickler-Schnittstelle, die API. Im Teilbereich „Premium“ ist die strategische Zielsetzung, den über 800.000 zahlenden XING-Mitgliedern eine neue, bessere Heimat

zu geben. XING hat in den letzten Jahren dieser wichtigen Kundengruppe, die immerhin zwei Drittel unseres Umsatzes liefert, zu wenig überzeugende Argumente geliefert, warum sie Premiumkunden bleiben müssen, und potenziellen Mitgliedern, warum sie es werden sollten. So haben wir Ende 2013 mit der Vorstellung des neuen Premium-Angebots einen wichtigen Meilenstein zur Revitalisierung dieses bedeutenden Segments erreicht. Im laufenden Geschäftsjahr 2014 soll die Attraktivität der kostenpflichtigen Mitgliedschaft durch weitere exklusive On- und Offline-Partnerangebote erhöht werden, um das Wachstum dieses Segments wieder zu beschleunigen.

2. Strategie Segment „E-Recruiting“

Bereits Ende 2012 haben wir wichtige strategische Weichenstellungen vorgenommen, um im Segment E-Recruiting das Wachstum auch langfristig zu sichern. Zuvor hatte sich die Gesellschaft sehr stark auf die Vermarktung im zyklischen Markt der Online-Stellenanzeigen konzentriert. Aus diesem Grunde und dank der starken Marktposition bei der Anzahl der Mitglieder haben wir beschlossen, XING in diesem Markt mit drei getrennten Maßnahmenbündeln zu positionieren und dort weiter zu wachsen:

Wir wollen den Markt für aktives Recruiting, also für die Direktsuche von Kandidaten durch die Firmen selber, besetzen. Wir haben mit Abstand die größte Datenbank, wir haben mit dem Talentmanager ein wettbewerbsfähiges Produkt, und wir haben eine Vertriebsmannschaft von über 60 Personen, die dieses Produkt in der gesamten D-A-CH-Region verkauft.

Ein weiterer Monetarisierungsbereich ist das Employer Branding. Weil der Kampf um Fachkräfte immer kritischer wird, sehen wir, dass auch die Nachfrage nach bezahlter Unternehmensdarstellung über unsere Employer-Branding-Profile immer wichtiger wird. Deswegen haben wir den Vertrieb in Wien stark ausgebaut und die bis zur Jahresmitte noch getrennt vermarkteten Produkte von XING und der Tochtergesellschaft kununu im Sommer zusammengelegt. Dieser Teilbereich wird ein weiterer Umsatzbringer der Zukunft im Segment E-Recruiting.

Aber auch im Geschäft mit Online-Stellenanzeigen haben wir strategische Maßnahmen ergriffen, um weiter zu wachsen. So haben wir die klassische Stellenanzeige im Sommer bei XING verändert. Wir haben die Stellenanzeige „sozialisiert“, d. h., wir zeigen dem potenziell Interessierten, über wen er im Netzwerk mehr zu der Stelle erfahren

kann, wir informieren ihn über die Bewertung des annoncierenden Unternehmens bei kununu, und wir zeigen weitere Informationen über die entsprechende Firma.

3. Strategie Segment „Events“

Seit der Akquisition der XING Events GmbH aus München generiert die XING AG Umsatzerlöse mit der Bereitstellung technologischer Infrastruktur zur besseren Vermarktung, dem Management und der Abwicklung von professionellen Veranstaltungen. Im November 2013 haben wir den nächsten strategischen Schritt für dieses Segment vorgestellt. Wir möchten den mitunter undurchsichtigen Veranstaltungsmarkt im Bereich der Business-Events transparent machen – mit dem Ziel, unsere fast 7 Millionen Mitglieder im deutschsprachigen Raum zu den besten und für sie nützlichsten Events zu führen. Auf Basis des Netzwerks haben wir im Zuge des Rebrandings erste Funktionen eingeführt und im Januar 2014 die XING-Events-App gelauncht. So wollen wir mit XING Events zukünftig neben dem Online-Ticketing die Präsentation und Kommunikation von Business-Events über XING ermöglichen.

Mithilfe der segmentspezifischen Strategien möchten wir unsere Marktführerschaft im Bereich der professionellen Netzwerke in D-A-CH behaupten. Dies wird durch innovative und noch relevantere Angebote auf der Plattform geschehen, aber auch dadurch, dass wir den Markt für aktive Rekrutierung in unseren Heimmärkten aktiv gestalten.

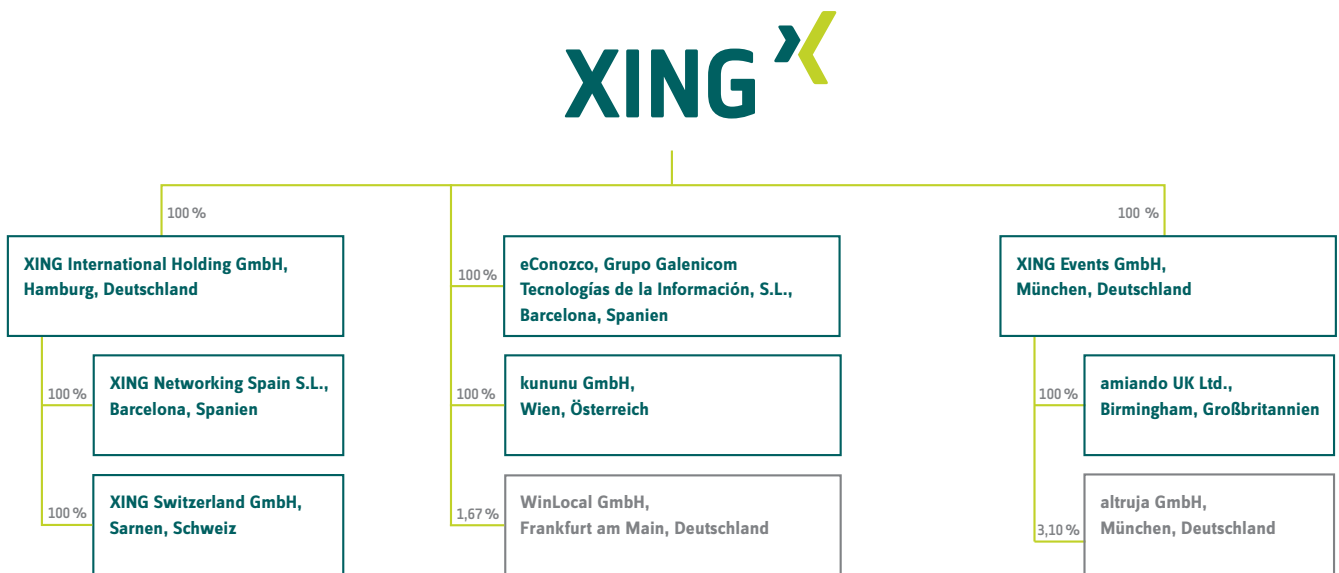
Zum anderen wollen wir in den nächsten Jahren ein Netzwerk entwickeln, was sich deutlich von anderen Angeboten im Markt unterscheiden wird, und zwar durch eine verstärkte Verankerung in der realen Welt, z. B. im Premium-Bereich oder im Bereich Events, durch die Ausweitung unserer Angebote für die zukünftige Arbeitswelt in Europa, z. B. die Projektbörse für Freelancer und durch die Betonung von Inhalten, die besonders für Mitglieder in der DACH-Region relevant sind.

Weitere Informationen zu unseren Zielen werden im Kapitel Prognose- und Chancenbericht erläutert.

Strategische Finanzierungsmaßnahmen

Die XING AG verfügt über ein sehr Cash-generatives und nur gering kapitalintensives Geschäft. Aus diesem Grund sind strategische Finanzierungsmaßnahmen aus heutiger Sicht für die absehbare Zukunft nicht notwendig und nicht geplant.

Konzern- und Organisationsstruktur



Die XING AG hielt im abgelaufenen Geschäftsjahr insgesamt neun aktive Beteiligungen an Gesellschaften im In- und Ausland, davon fünf direkt und vier indirekt über Zwischengesellschaften. Im Geschäftsjahr 2013 ist die kununu GmbH mit Sitz in Wien, welche die XING AG im Januar 2013 erworben hat, neu ins Beteiligungsportfolio aufgenommen worden. Sieben der neun Beteiligungsgesellschaften werden von der XING AG kontrolliert und im Konzernabschluss der XING AG daher voll konsolidiert. An zwei weiteren Beteiligungsgesellschaften halten die XING AG bzw. die XING Events GmbH (vormals amiando GmbH) nur kleinere Anteile. Diese Gesellschaften werden im Konzernabschluss daher nicht konsolidiert, sondern der Beteiligungswert als Beteiligungen unter den Finanzanlagen geführt.

WESENTLICHE STANDORTE

Der Hauptsitz der Gesellschaft ist Hamburg. Hier waren zum Jahresende 2013 insgesamt 424 der 571 Mitarbeiter beschäftigt. Darüber hinaus verfügt die Gesellschaft über einen Standort in München mit 78 Mitarbeitern zum Jahresende 2013; von dort aus wird der Geschäftsbereich „Events“ gesteuert. Des Weiteren besteht ein wichtiger Entwicklungsstandort in Barcelona mit 32 Mitarbeitern zum Jahresende 2013. In der Schweiz beschäftigt die XING AG 4 und in Österreich einen Mitarbeiter. Mit der Akquisition der in Wien ansässigen kununu GmbH wurde die Belegschaft in Österreich deutlich erweitert. Für die kununu GmbH waren Ende des Geschäftsjahres 32 Mitarbeiter tätig.

Produktentwicklung und wichtige Ereignisse 2013

Der zentrale Wert und die Basis unseres geschäftlichen Erfolgs sind die von uns bereitgestellten Funktionen und Services, die von Mitgliedern und Unternehmen genutzt werden. Nach der Neuausrichtung der Organisationsstruktur in die Geschäftsbereiche „Network“, „Premium“, E-Recruiting“, „Events“ und „Sonstige“ haben wir drei wesentliche umsatzgenerierende Segmente geschaffen:

1. „NETWORK/PREMIUM“
2. „E-RECRUITING“
3. „EVENTS“

Anders als zuvor verfügen diese drei Geschäftsbereiche seit Etablierung über eigene Entwicklungsressourcen, um deutlich schneller und fokussierter neue Produktideen oder Services für den jeweiligen Geschäftsbereich entwickeln zu können.

SEGMENT „NETWORK/PREMIUM“

Die ständige Weiterentwicklung und Steigerung des Nutzens für zahlende, aber auch Basismitglieder sind die Kernaufgaben dieses Geschäftsbereichs. Dabei spielt insbesondere die Weiterentwicklung unserer mobilen Angebote eine wichtige Rolle. Denn zu Beginn des Geschäftsjahres 2013 entfielen bereits rund 30 Prozent der Nutzung auf mobile Angebote von XING.

So haben wir im März 2013 mit dem Launch der neuen iPad-App den nächsten wichtigen Schritt zur Erweiterung der mobilen Angebote gemacht. Bei der Konzeption der App konzentrierten wir uns dabei im ersten Schritt auf die wichtigsten Funktionen, wie etwa die Übersicht der Kontakte, Nachrichten und die Suche. Erstmals im mobilen Kontext dabei ist die „Lesezeichen“-Funktion. Interessante Jobs und potenzielle neue Kontakte können damit für den späteren Aufruf abgelegt werden. Die iPad-App basiert größtenteils auf hybrider Technologie (nativer Code + HTML). Das gibt unseren Entwicklern die Freiheit, schneller kleinere Features hinzuzufügen und Fehler zu beheben, ohne dass sie die App manuell aktualisieren müssen. Zum Jahresende lag der Anteil der mobilen Nutzung bereits bei knapp 40 Prozent (Anstieg in 2013 um 10 Prozentpunkte).

Im Juli 2013 haben wir das neue XING-Profil gelauncht. Denn der Markt, in dem wir agieren, erlebt einen massiven Umbruch. Die Arbeitswelt, wie sie frühere Generationen kannten, verändert sich nach unserer Einschätzung radikal. Gründe dafür sind unter anderem die Digitalisierung, der Fachkräftemangel infolge des demo-

grafischen Wandels bei gleichzeitig robuster Konjunktur sowie der Wertewandel bei der nachwachsenden Generation. Während Mitgliederprofile bislang vom Lebenslauf dominiert wurden, stehen nunmehr erweiterte individuelle Möglichkeiten der professionellen Selbstdarstellung zur Verfügung. Damit haben nicht mehr nur Mitglieder mit klassischer Berufslaufbahn die Möglichkeit, ihren Werdegang adäquat darzustellen. Es können ebenso beispielsweise Freiberufler, Kreative und Designer, aber auch Studenten, Unternehmer, Bäcker oder Zahnärzte ihr professionelles Ich individuell darstellen. Erfolgreiche Projekte, Messe- und Veranstaltungsteilnahmen oder zu vermarktende Produkte sowie Dienstleistungen lassen sich im neuen Portfolio umfangreich per Bild und Text präsentieren. Mittels der Integration eigener Twitter- und Blog-Beiträge sowie ausgewählter XING-bezogener Inhalte stellen sich Nutzer auf dem neuen XING-Profil umfassend sowie auch mit Präsenzen dar, die sie außerhalb von XING verfolgen.

Zum Ende des zweiten Quartals haben wir für alle Nutzer von Microsoft® Outlook den neuen XING Outlook Connector zur Verfügung gestellt. Der Connector verbindet das E-Mail-Programm mit der XING-Plattform und bietet zahlreiche Tools und Erweiterungen für das tägliche Arbeiten mit MS Outlook wie z. B.:

- ▶ Kontakte und deren freigegebene Kontaktdaten werden in Outlook importiert und automatisch auf dem aktuellen Stand gehalten.
- ▶ Nutzer des Connectors sehen die Aktivitäten ihrer Kontakte auf XING direkt in Outlook und verpassen so nie wieder eine Profiländerung oder einen neuen Kontakt.
- ▶ Mit einem Klick fügen Sie Ihre Outlook-Kontakte und Geschäftspartner als XING-Kontakt hinzu.

Ende des zweiten Quartals haben wir die Preise für die XING-Premium-Mitgliedschaften angepasst. So kostet die 3-Monats-Mitgliedschaft für alle Mitglieder, die seit Juni 2013 die erweiterten Funktionen der XING-Plattform nutzen wollen, jetzt 9,95€ pro Monat. Für die 12-Monats-Mitgliedschaft werden 7,95€ pro Monat in Rechnung gestellt.

Da wir auch für das Geschäft mit bezahlten Mitgliedschaften zukünftig weiter großes Potenzial sehen, haben wir in den ersten neun Monaten des abgelaufenen Geschäftsjahres intensiv an den Vorbereitungen für den Relaunch des XING-Kerngeschäfts, der Premium-Mitgliedschaft, gearbeitet. 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. In der Folge haben wir im vierten Quartal 2013 „Das Neue Premium“ gelauncht.

Die wichtigsten Neuerungen im Überblick:

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 denselben 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 stellen wir den 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. Seit Start des Neuen Premiums wurden die Drittangebote kontinuierlich ausgebaut.

So erhalten Premium-Mitglieder unter anderem Zugang zu einem Arbeitsplatz in den öffentlichen Co-Working-Bereichen des Anbieters Design Offices®. Sie können beispielsweise ein Jahr lang auf alle Sachbücher der Bildungs-App Blinkist® zugreifen, insgesamt zehn Trainings im Wert von 750€ beim Partner Lecturio® absolvieren oder den sonst kostenpflichtigen Zugang zur Online-Ausgabe von „DIE WELT“ ein Jahr kostenfrei nutzen. Wir werden diesen Bereich kontinuierlich weiter ausbauen, um damit die Attraktivität der Premium-Mitgliedschaft weiter zu steigern.

SEGMENT „E-RECRUITING“

Im Segment „E-Recruiting“ begann das Jahr mit einem besonderen Ereignis. Mit Wirkung zum 1. Januar 2013 übernahmen wir die österreichische **kununu GmbH**. kununu wurde im Jahre 2007 gegründet und sitzt in Wien. Mit rund 7,3 Millionen Seitenaufrufen pro Monat ist kununu die marktführende Plattform für Arbeitgeberbewertungen im deutschsprachigen Raum. Mit Vertragsunterschrift zahlten wir an die Verkäufer 3,6 Mio. €. Weitere 0,9 Mio. € sind im Geschäftsjahr 2014 zu entrichten. In Abhängigkeit von verschiedenen Faktoren, insbesondere der Umsatz- und der EBITDA-Entwicklung von kununu in den Jahren 2013 und 2014, erhalten die weiterhin als Geschäftsführer tätigen ehemaligen Gesellschafter maximal weitere 4,7 Mio. € als erfolgsabhängige Vergütungsbestandteile. kununu funktioniert für die Jobsuche ähnlich wie Hotelbewertungsplattformen für die Reiseplanung: Auf kununu bewerten Mitarbeiter, Ex-Mitarbeiter, Auszubildende und Praktikanten ihren Arbeitgeber unter anderem in Bezug auf Betriebsklima, Aufstiegschancen und Gehalt. Dadurch bekommen Jobsuchende einen authentischen Einblick in Unternehmen aus Arbeitnehmersicht. Darüber hinaus haben Arbeitgeber die Möglichkeit, kostenpflichtige Profile für Employer Branding auf kununu zu erwerben, um sich interessierten Talenten optimal zu präsentieren. Seit Mitte des Jahres wurden die Produkte von kununu und XING zusammengeführt und unter einem neuen Preismodell als Employer-Branding-Profil von der neuen Tochtergesellschaft aus Wien vermarktet.

Für das Segment „E-Recruiting“ haben wir uns zu Beginn des Jahres sehr ehrgeizige Wachstumsziele gesetzt und können zum Jahresende eine positive Bilanz ziehen. Denn gegenüber dem Vorjahr konnten wir das Umsatzwachstum – auch ohne die kununu-Akquisition – wieder beschleunigen.

Im September 2013 haben wir die neue Version des **XING-Talentmanagers** für Active Sourcing auf der Messe „Zukunft Personal“ in Köln vorgestellt. 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. Dabei ist unser Ziel, die richtigen Kandidaten mit den passenden Unternehmen zusammenzubringen und das möglichst schnell und einfach. Der Nutzer kann eine Stellenausschreibung

im Word- oder PDF-Format in den XTM hochladen, woraufhin das System diese ausliest und einen Projektordner anlegt. Daraufhin schlägt der XTM passende Kandidaten für die Stelle vor. Ebenfalls neu sind exklusive Informationen wie Gehaltsvorstellungen und Wunscharbeitsort, die von den Mitgliedern im Profil für Recruiter freigeschaltet wurden.

Ebenfalls im dritten Quartal haben wir eine neue Form der **Stellenanzeige** gelauncht. Ausgangsbasis war eine Umfrage der XING AG unter 532 Angestellten im deutschsprachigen Raum mit dem Ergebnis, dass 90 Prozent der Arbeitnehmer bei der Jobsuche Informationen und Meinungen von Mitarbeitern wertvoller finden als die von offiziellen Karriereseiten der Unternehmen. Das haben wir zum Anlass genommen, die Stellenanzeige neu zu erfinden. Während sie in der Vergangenheit ausschließlich offizielle Unternehmensdarstellungen waren, erhalten Jobsuchende seit dem dritten Quartal 2013 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 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. 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.

SEGMENT „EVENTS“

Auf zahlreichen nationalen und internationalen Messen wie der Bedouk (Paris), Mice and Business Travel (München) und der Confex (London) haben wir unsere technischen Lösungen und die Produkte präsentiert.

Im März haben wir den komplett überarbeiteten **Ticketshop** mit einer stark verbesserten Benutzerführung live gestellt. Wir werden uns zukünftig noch stärker auf den Ausbau der Vermarktungsmöglichkeiten von Events konzentrieren. Ebenso wichtig ist der kontinuierliche Aufbau der sogenannten „Organizer Base“, also der gezielten Ansprache von Eventveranstaltern. Hier haben wir mit Kati Rittberger als neue Direktorin für Sales & Customer Service seit dem 1. Januar 2013 eine erfahrene Führungspersönlichkeit gewonnen, um den Vertrieb der Event-Produkte und -Lösungen im In- und Ausland zu professionalisieren und weiter auszubauen.

Im April startete unsere Tochtergesellschaft XING Events GmbH aus München erstmals ihren **mobilen Ticketshop**. Veranstalter haben die Möglichkeit, ihre Tickets für aktuelle und zukünftige Events über einen weiteren Kanal anbieten zu können. Durch den erleichterten Kaufprozess verbessert sich die Conversion Rate des Ticketshops, der Veranstalter verkauft mehr Tickets. Und durch die optimierte mobile Darstellung des Ticketshops können Kunden ihr Ticket auf ihrem mobilen Endgerät erwerben und abspeichern.

Nur wenige Monate später launchte XING Events eine weitere hilfreiche Ergänzung für mobiles Ticketing. Seit Anfang Juli integriert XING Events die **Wallet-Funktion Passbook®** und versendet seitdem mobile Tickets. Den Teilnehmern wird damit eine noch komfortablere Eventteilnahme ermöglicht. Passbook® ist ein Programm von Apple®, mit dem elektronische Tickets auf dem iPhone gespeichert und verwaltet werden können.

Im September haben wir dann die neue inhaltliche, gestalterische und technische Optimierung des **XING Events-Webauftritts** vorgestellt. Dabei fokussieren wir uns auf die Kommunikation der folgenden Botschaft: XING Events ist der Experte für Business-Events und der starke Partner für Veranstalter. Als Experte der Event-Branche bietet XING nicht nur die Eventmanagement-Software für Online Eventregistrierung und Ticketing an, sondern berät Veranstalter unter anderem zu den Themen Teilnehmermanagement und Eventmarke-

ting. Ziel des Relaunches ist es, den Bedürfnissen der Besucher zu entsprechen und die partnerschaftliche Beziehung zu den Kunden hervorzuheben.

Im November erfolgte die formale **Umbenennung von amiando in XING Events** und die Neuausrichtung des Geschäfts. XING Events setzt ab sofort neben dem etablierten Kerngeschäft des Online-Ticketings auf die Präsentation und Kommunikation von Business-Events über XING. Zudem sollen neue, intelligente Funktionen zur Verfügung gestellt werden, um schnell und einfach auf die Bedürfnisse unserer Mitglieder passenden Events mit interessanten Teilnehmern vorzuschlagen. Dies geschieht auf Basis ihrer Profilingaben und ihres individuellen Netzwerks. Das Rebranding geht einher mit einem neuen Logo sowie einer Überarbeitung des Webauftritts www.xing-events.com.

Unsere Zielsetzung ist dabei, den rund sieben Millionen Mitgliedern im deutschsprachigen Raum zu den besten und für sie nützlichsten Events zu führen. Zu den neuen und intelligenten Funktionen im Events-Bereich auf XING gehört, dass Mitglieder zukünftig persönliche Empfehlungen auf Basis ihres Netzwerks und ihres Profils erhalten können. Zudem macht XING Events die Teilnehmerlisten so transparent wie nie zuvor, indem sie den Nutzer nicht nur auf Kontakte hinweist, die am Event teilnehmen, sondern auch Gäste anzeigt, die es lohnt, persönlich kennenzulernen.

Zeitgleich zum Rebranding präsentierte **XING Events** die erste Mobile App für iOS- und Android-Smartphones. Nutzer können sämtliche über XING Events organisierte Veranstaltungen durchsuchen und Detailinfos aufrufen. Auch über die App werden Veranstaltungen und Gäste vorgeschlagen, die zum Profil des Nutzers passen. Zudem weist die mobile Version das Mitglied auf Events hin, die in der Nähe veranstaltet oder von eigenen Kontakten besucht werden. Des Weiteren bietet die App Interaktionsmöglichkeiten wie das Verfassen und Empfangen von Nachrichten und Kontaktanfragen.

Externe Entwicklungsressourcen

Darüber hinaus beschäftigte die Gesellschaft regelmäßig freie Entwickler im Bereich Softwareentwicklung und Qualitätssicherung, um flexibel und kurzfristig Kapazitäten zu erhöhen, oder Engpässe auszugleichen.

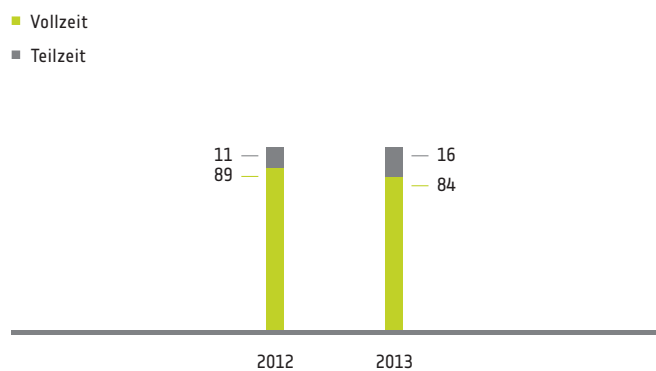
Mitarbeiter

Die XING AG beschäftigt 571 Mitarbeiter zum Ende des Geschäftsjahres.

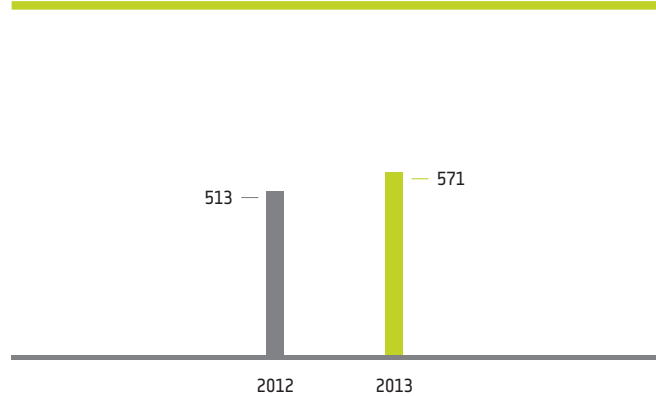
Unter neuer Leitung wurden im vergangenen Jahr zahlreiche Neuerungen in der Personalarbeit umgesetzt. Besonders wichtig war für uns im Jahr 2013 die aktive Ansprache potentieller Kandidaten unter Zuhilfenahme des XING-eigenen Talentmanagers. Mit diesem Tool suchen professionelle Recruiter in der gesamten XING-Datenbank nach Talenten für XING, um Vakanzen bestmöglich zu besetzen und so qualitatives Wachstum sicherzustellen.

Um die Talente langfristig an XING zu binden, bietet das Unternehmen seinen Mitarbeitern neben umfangreichen Gestaltungsmöglichkeiten auch Freiräume, sich beruflich zu verwirklichen. Um nur zwei Beispiele zu nennen: So gibt es einmal jährlich sogenannte „Prototyping Days“, bei denen Mitarbeiter sämtlicher Abteilungen in frei zusammengestellten Teams über mehrere Tage hinweg an Produkten und Ideen arbeiten und diese der gesamten Firma präsentieren. Die Software-Entwickler haben alle acht Wochen die Möglichkeit, eine Woche lang frei an Projekten zu arbeiten, die sie interessieren – unabhängig von der XING-Roadmap. Diese Maßnahmen haben nicht nur zu vielen neuen Produktideen geführt, sie steigern auch die Zufriedenheit der Mitarbeiter.

Mitarbeiterverteilung (in %)



Mitarbeiterentwicklung (Anzahl)



Finanzielle und nichtfinanzielle Leistungsindikatoren

Zur effektiven Steuerung unserer Geschäftsaktivitäten und Messung des Erfolgs der strategischen Ziele der Geschäftsbereiche „Network/Premium“, „E-Recruiting“ und „Events“ nutzen wir segmentspezifische finanzielle sowie nicht finanzielle Leistungsindikatoren. Das übergeordnete Ziel unseres unternehmerischen Handels ist es, die Zahl der Mitglieder und Nutzer unserer Services nachhaltig zu steigern und dabei gleichzeitig unsere Ertragsbasis auszubauen. Dementsprechend fokussieren wir uns bei den Leistungsindikatoren auf zwei finanzbezogene Steuerungsgrößen sowie mindestens einen nicht finanziellen Leistungsindikator pro Segment. Diese Messgrößen werden kontinuierlich überwacht und täglich, wöchentlich bzw. monatlich mit Budgetzielen sowie einem rollierenden Forecast verglichen.

FINANZBEZOGENE STEUERUNGSGRÖSSEN

Umsatzerlöse

In den vergangenen Jahren haben wir uns eine starke Marktposition im deutschsprachigen Raum erarbeitet. In den von uns adressierten Branchen ist die Penetrationsrate trotzdem noch gering und bietet Raum für weiteres Wachstum. Daher hat auch bei uns als börsennotiertes Unternehmen die Sicherung nachhaltigen Umsatzwachstums eine hohe Priorität. So wird in allen drei Segmenten die Entwicklung der Umsätze kontinuierlich gemessen und dem Vorstand und Aufsichtsrat berichtet. Im Segment „Network/Premium“ werden die Umsatzerlöse überwiegend durch die kostenpflichtige Premium-Mitgliedschaft generiert. Darüber hinaus erzielen wir weitere Umsätze mit der Vermarktung von Werbeflächen auf der XING-Plattform nach dem TKP-Modell (Tausenderkontaktpreis).

Im Segment „E-Recruiting“ gibt es drei wesentliche Erlösströme:

1. Umsätze aus dem Verkauf von Stellenanzeigen an Unternehmen
2. Umsätze aus dem Verkauf von Employer-Branding-Profilen an Unternehmen
3. Umsätze aus dem Verkauf des XING-Talentmanagers an Unternehmen

Im Segment „Events“ erzielen wir derzeit die Umsatzerlöse im Wesentlichen durch den Verkauf von Ticketing- und Eventmanagementdienstleistungen an Eventveranstalter (in der Regel Unternehmen).

EBITDA pro Segment

Die zweite wichtige finanzielle Steuerungsgröße ist das operative Segmentergebnis EBITDA. Zur Berechnung des EBITDA werden von den Segmentumsatzerlösen alle segmentbezogenen Kosten und Aufwendungen wie Personal, Miete und sonstige betriebliche Aufwendungen subtrahiert.

Nicht finanzbezogene Steuerungsgrößen

Bei den nicht finanzbezogenen Leistungsindikatoren verwendeten wir insgesamt drei wichtige Kennzahlen im abgelaufenen Geschäftsjahr:

1. Zahl der XING-Mitglieder
2. Zahl der XING-Premium-Mitglieder
3. Zahl der Unternehmenskunden (Corporate Customers)

Die beiden ersten Steuerungsgrößen werden im Segment „Network/Premium“ verwendet. Die Zahl der Unternehmenskunden (Corporate Customers) erfassen wir als Steuerungsgröße im Segment „E-Recruiting“ sowie im Segment „Events“, da diese Geschäftsbereiche ihre Umsatzerlöse ausschließlich durch den Verkauf von Dienstleistungen und Services an Unternehmenskunden generieren.

Rahmenbedingungen und Geschäftsentwicklung

Gesamtwirtschaftliche und branchenspezifische Rahmenbedingungen

GESAMTWIRTSCHAFTLICHE RAHMENBEDINGUNGEN

Insgesamt ist die deutsche Wirtschaft 2013 nach Prognose des IWF und der Deutschen Bundesbank um 0,4 Prozent gewachsen¹. Gestützt wurde das Wachstum durch den privaten Konsum, der von steigenden Löhnen bei gleichzeitig moderaten Preissteigerungen profitierte. Negative Impulse lieferte der Außenhandel. Dies ist auf die geringere Nachfrage aus den Schwellenländern, die Krise im Euroraum und die Verschlechterung der preislichen Wettbewerbsfähigkeit zurückzuführen. Außerdem waren die Investitionen sehr schwach. In der zweiten Jahreshälfte konnte die deutsche Wirtschaft ihre Schwächephase überwinden: Gründe waren die verbesserte Lage der Weltwirtschaft und die Beruhigung der Schuldenkrise. Die Wirtschaft in Österreich ist nach Prognose der Wirtschaftskammer Österreich (WKO) um 0,3 Prozent gewachsen², die der Schweiz um 1,9 Prozent (Staatssekretariat für Wirtschaft SECO)³.

BRANCHENSPEZIFISCHE RAHMENBEDINGUNGEN

Der deutsche Arbeitsmarkt zeigte sich das ganze Jahr über in guter Verfassung. Während sich die Zahl der Arbeitslosen nur geringfügig erhöhte, stieg die Beschäftigung nach Aussage des Statistischen Bundesamtes kontinuierlich an und überschritt im September zum ersten Mal seit der Wiedervereinigung die 42-Millionen-Marke. Ende 2013 waren knapp drei Millionen Personen in Deutschland arbeitslos⁴. Die Lage auf dem österreichischen Arbeitsmarkt war dagegen das ganze Jahr über angespannt. So lag die Arbeitslosenquote 2013 nach Angaben des Arbeitsmarktservice Österreich im Jahresdurchschnitt bei rund 7,6 Prozent und erreichte damit ein neues Rekordniveau⁵. Der Arbeitsmarkt in der Schweiz entwickelte sich das Jahr über gemischt. Während die Zahl der Arbeitslosen in der ersten Jahreshälfte noch sank, stieg sie wieder in der zweiten Jahreshälfte. Zum Jahresende stabilisierte sich die Zahl der Arbeitslosen; die im internationalen Vergleich niedrige Arbeitslosenquote lag bei rund 3,2 Prozent (Staatssekretariat für Wirtschaft SECO)⁶.

Insgesamt zeigen sich zwischen den Arbeitsmärkten in der D-A-CH-Region (Deutschland, Österreich, Schweiz) starke regionale Disparitäten. In einigen Gebieten herrscht noch immer hohe Arbeitslosigkeit, in anderen herrscht Mangel an Arbeitskräften, insbesondere nach Fachkräften. Als Folge der großen Disparitäten in den europäischen Arbeitsmärkten hat sich die Mobilität von Arbeitskräften deutlich erhöht. Dies gilt besonders für jüngere Arbeitskräfte, die das Internet als Informations- und Bewerbungsinstrument nutzen. Damit gewinnt dieses Instrument als Informationsquelle für die Arbeitsmarktsituation immer stärker an Bedeutung.

Gleichzeitig steigt die Akzeptanz des Internets kontinuierlich. Im Jahr 2013 waren 78 Prozent der über 14-Jährigen in Deutschland online; damit lag die Zahl der Internetnutzer bei über 55 Mio. Personen. Auch die Zahl der Nutzer von sozialen Netzwerken hat sich weiter erhöht: Nach einer Studie von BITKOM sind 78 Prozent aller Internetnutzer in Deutschland in einem sozialen Netzwerk angemeldet und 67 Prozent nutzen dieses auch aktiv. Bei den 14- bis 29-Jährigen sind sogar 90 Prozent in einem oder mehreren Netzwerken aktiv⁷.

Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage

AUSBLICK FÜR 2013 UND TATSÄCHLICHE ENTWICKLUNG IM GESCHÄFTSJAHR 2013

In der Vergangenheit hat die XING AG überwiegend rein qualitative Ziele formuliert. Lediglich bei den geplanten Investitionen haben wir Anfang 2013 eine quantitative Aussage getroffen.

Nicht finanzielle Leistungsindikatoren 2013

Wir kündigten Anfang 2013 an, unser absolutes Mitgliederwachstum gegenüber dem Vorjahr steigern zu wollen. Im Geschäftsjahr 2012 registrierten sich insgesamt 816.000 neue Mitglieder im deutschsprachigen Raum auf der XING-Plattform. Mit 839.000 neuen Mitgliedern im Geschäftsjahr 2013 konnte die Prognose entsprechend erfüllt werden.

1 www.bundesbank.de/Redaktion/DE/Downloads/Veroeffentlichungen/Monatsberichte/2014/2014_01_monatsbericht.pdf?__blob=publicationFile

2 <http://wko.at/statistik/prognose/prognose.pdf>

3 <http://www.seco.admin.ch/themen/00374/00375/00376/index.html?lang=de>

4 <http://statistik.arbeitsagentur.de/Navigation/Statistik/Statistik-nach-Themen/Arbeitsmarkt-im-Ueberblick/Arbeitsmarkt-im-Ueberblick-Nav.html>

5 http://www.ams.at/ueber_ams/14202.html

6 <http://www.seco.admin.ch/themen/00374/00384/>

7 https://www.bitkom.org/de/markt_statistik/64018_77780.aspx

Finanzielle Leistungsindikatoren 2013

Bei den finanziellen Leistungsindikatoren haben wir uns Anfang 2013 auf drei wesentliche Messgrößen konzentriert. Dabei haben wir für die Umsatzerlöse inkl. sonstiger betrieblicher Erträge einen weiteren Anstieg prognostiziert. Mit einem Wachstum von 16 Prozent – insbesondere dank einer anhaltend positiven Entwicklung im Segment E-Recruiting im Geschäftsjahr 2013 – wurde dieses Ziel klar erreicht.

Auch bei der Prognose der absoluten Steigerung des um einmalige Sondereffekte bereinigten operativen Ergebnisses (EBITDA) haben wir mit einem Zuwachs von 11 Prozent auch diese Zielsetzung erfüllt.

Bei den geplanten Investitionen (CAPEX) haben wir Anfang 2013 einen hohen einstelligen Millionenbetrag für das abgelaufene Geschäftsjahr antizipiert. Hier lagen wir mit 10,46 Mio. € leicht über diesem Wert. Insgesamt können wir mit den erreichten Ergebnissen sehr zufrieden sein.

Die Prognose für das laufende Geschäftsjahr 2014 wird im Chancen- und Prognosebericht detailliert erläutert.

Tabellarischer Soll-Ist-Vergleich für das Geschäftsjahr 2013

	Prognose 2013	Ergebnisse 2013
Mitgliederwachstum in D-A-CH	Steigerung (2012: 816.000 neue Mitglieder)	839.000 neue Mit- glieder +3 Prozent
Umsatzerlöse (inkl. sonstige betriebliche Erträge)	Weiterer Anstieg	+16 Prozent
EBITDA (bereinigt um Sondereffekte)	Steigerung	+4Prozent (+11 Prozent*)
Investitionen (CAPEX)	Hoher einstelliger Millionenbereich	10,46 Mio. €

* Ohne den nicht operativen Aufwand aus der earn-out-Verpflichtung für den Erwerb der kununu GmbH von 1,5 Mio. € ergibt sich ein Anstieg der EBITDA-Marge von 11%.

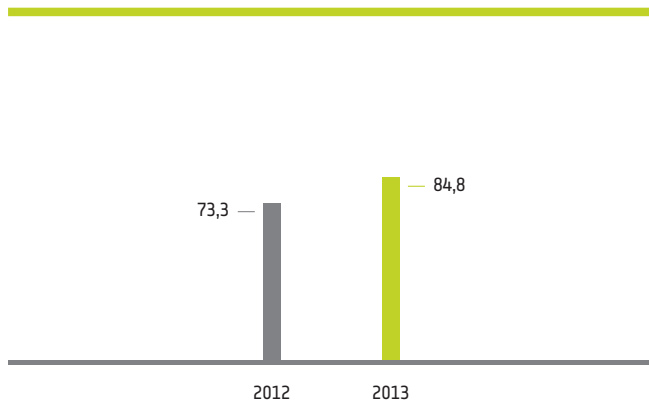
ERTRAGSLAGE

Umsatzentwicklung Gesamt

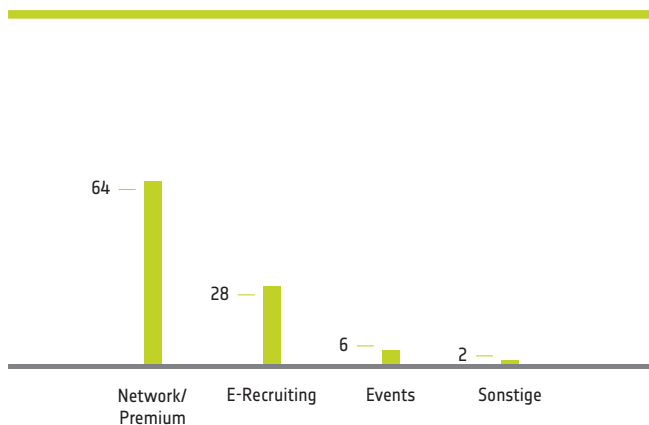
Die Umsatzerlöse inkl. sonstiger betrieblicher Erträge des XING-Konzerns stiegen von 73,26 Mio. € im Geschäftsjahr 2012 auf 84,78 Mio. € in 2013 an. Dies entspricht einer relativen Wachstumsrate von 16 Prozent bzw. einem absoluten Zuwachs von 11,51 Mio. € gegenüber dem Vorjahr. In der Quartalsbetrachtung konnten wir die Wachstumsraten sogar schrittweise steigern. So ist der Umsatz im ersten Quartal um 11 Prozent gewachsen, im zweiten Quartal um 15 Prozent, im dritten Quartal um 18 Prozent und im vierten Quartal sogar mit 19 Prozent gegenüber dem Vorjahresquartal abgestiegen. Gegenüber dem Vorjahr sind auch erstmals die Umsatzerlöse der akquirierten kununu GmbH aus Wien in dieser Messgröße enthalten. Eine Aufteilung ist aber insbesondere nach der Zusammenlegung des alten Geschäftsbereichs „Unternehmensprofile“ mit dem neu erworbenen Geschäft der „Employer-Branding-Profile“ bei kununu nicht mehr möglich, da seit Jahresmitte nur noch ein gemeinsames Produkt – die Employer-Branding-Profile – durch den neuen XING-Standort in Wien vertrieben wird.

Das positive Umsatzwachstum ist unter anderem auf die gute Dynamik des Segments „E-Recruiting“ (+7,07 Mio. € in 2013) zurückzuführen. Ursachen dafür sind der Ende 2012 eingeführte XING-Talentmanager (XTM), die Akquisition der Employer Ratings-Plattform kununu aus Wien/Österreich, aber auch das organische Wachstum bei bestehenden E-Recruiting-Produkten wie beispielsweise Online-Stellenanzeigen. Im Segment „Network/Premium“ wurde das Umsatzwachstum durch Konvertierung von Basis- zur Premiummitgliedschaft sowie durch die Preiserhöhung im Juli 2013 erzielt. Im Segment „Events“ konnte der Umsatz um 1,02 Mio. € im Wesentlichen durch den Ausbau der sogenannten Organizer-Base, also den Eventorganisatoren, gesteigert werden. In der Folge verteilten sich die Umsätze im abgelaufenen Geschäftsjahr zu 64 Prozent auf den Geschäftsbereich „Network/Premium“, zu 28 Prozent auf den Geschäftsbereich „E-Recruiting“ und zu 6 Prozent auf den Geschäftsbereich „Events“. Die verbleibenden 2 Prozent sind sonstige betriebliche Erträge wie z. B. Erträge aus der Verrechnung von Sachbezügen, Erträge aus Rücklastschriften und Mahngebühren sowie Erträge aus Kursdifferenzen.

Gesamtumsatz Konzern (in Mio. €)



Umsatzanteile (in %)



Personalaufwand

Ende 2013 haben wir 571 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beschäftigt. Sie sind unser wichtigstes Kapital. Denn sie entwickeln und vermarkten die Produkte und Dienstleistungen der XING AG und haben damit einen wesentlichen Einfluss auf die Umsatz- und Ergebnisentwicklung der Gesellschaft. Aus diesem Grunde haben wir auch im vergangenen Geschäftsjahr weiter in den Aufbau qualifizierter und motivierter Kolleginnen und Kollegen investiert. So stieg die Zahl der Angestellten von 513 am 31.12.2012 auf 571 zum Ende des Berichtsjahres an. Entsprechend erhöhte sich der Personalaufwand von 31,1 Mio. € (inkl. 1,1 Mio. € Einmalaufwand für vorzeitig unverfallbar

gewordene Aktienoptionen aufgrund des Übernahmeangebots der Burda Digital GmbH) in 2012 auf 35,8 Mio. € (inkl. 1,5 Mio. € nicht operativem Aufwand aus der earn-out-Verpflichtung für den Erwerb der kununu GmbH) im Berichtszeitraum.

Marketingaufwand

Um das Mitgliederwachstum und die Markenbekanntheit von XING im deutschsprachigen Raum weiter zu stärken, haben wir im vergangenen Geschäftsjahr insgesamt 6,1 Mio. € ins Marketing investiert. Das sind rund 1 Mio. € mehr als noch im Vorjahr (2012: 5,1 Mio. €). Die Aktivitäten wurden im klassischen „Display Advertising“-Bereich sowie in den Bereichen Social Media, SEM (Search Engine Marketing), Affiliate- und auch Offline-Marketing (Print, Konferenzen und Events) durchgeführt. Darüber hinaus wurden auch im Bereich E-Recruiting Marketingmaßnahmen durchgeführt. Erstmals seit drei Jahren wurde Ende Dezember 2013 wieder eine TV-Kampagne durchgeführt, die bis zum Ende des ersten Quartals 2014 in deutschen TV-Kanälen ausgestrahlt wurde.

Sonstige betriebliche Aufwendungen

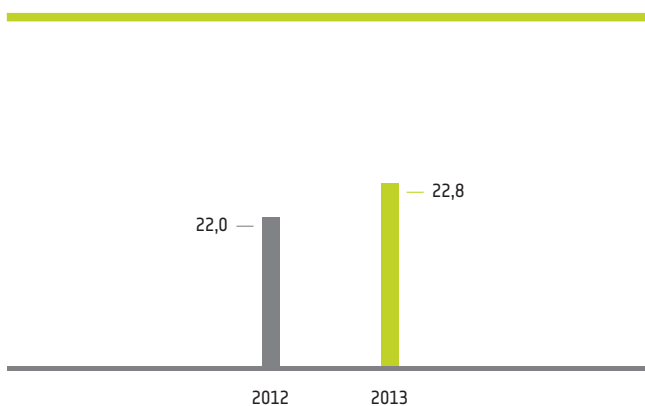
Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen erhöhten sich insgesamt um 3,1 Mio. € auf 20,0 Mio. € (Vorjahr: 16,9 Mio. € inkl. einmaliger Rechtsberatungskosten im Zusammenhang mit dem Übernahmeangebot durch die Burda Digital GmbH von 0,4 Mio. € sowie weiterer Einmalaufwendungen im Zusammenhang mit dem Erwerb der kununu GmbH über 0,4 Mio. €). Die wesentlichen Aufwandspositionen in diesem Bereich sind Aufwendungen für IT- und sonstige Dienstleistungen mit 4,7 Mio. € (Vorjahr: 3,9 Mio. €), Raumkosten mit 4,0 Mio. € (Vorjahr: 3,0 Mio. €), Rechtsberatungskosten mit 0,5 Mio. € (Vorjahr: 1,3 Mio. €), Kosten für Zahlungsabwicklung mit 2,0 Mio. € (Vorjahr: 1,7 Mio. €), Reise-, Bewirtungs- und sonstige Geschäftskosten mit 1,7 Mio. € (Vorjahr: 1,4 Mio. €) sowie Server-Hosting, Verwaltung und Traffic mit 2,0 Mio. € (Vorjahr: 1,2 Mio. €). Eine detaillierte tabellarische Übersicht aller Einzelposten im Bereich sonstige betriebliche Aufwendungen erfolgt im Anhang unter Punkt 11.

EBITDA

Nach Abzug der Aufwendungen beträgt das operative Ergebnis (EBITDA) der XING-Gruppe im Berichtszeitraum 22,8 Mio. €. Gegenüber dem um die einmaligen Aufwendungen von 1,9 Mio. € im Zusammenhang mit dem Übernahmeangebot der Burda Digital GmbH bereinigten Ergebnis des Vorjahres konnten wir somit einen Anstieg

von 0,8 Mio. € bzw. vier Prozent erzielen. Ohne den nicht operativen Aufwand aus der earn-out-Verpflichtung für den Erwerb der kununu GmbH von 1,5 Mio. € beträgt das EBITDA 24,3 Mio. €. Dies entspricht einem Anstieg von 2,4 Mio. € bzw. elf Prozent gegenüber dem Jahr 2012.

EBITDA (in Mio. €)



Abschreibungen

Die Abschreibungen sind gegenüber dem Vorjahr nur leicht auf 8,5 Mio. € im Berichtsjahr angestiegen (2012: 8,3 Mio. €). Diese beinhalten außerplanmäßige Wertberichtigungen in Höhe von 0,3 Mio. € für nicht mehr genutzte Plattformmodule (2012: 0,6 Mio. €) sowie in Höhe von 0,1 Mio. € für Software und Lizenzen (2012: 0,0 Mio. €). Die übrigen Abschreibungen in Höhe von 8,1 Mio. € betreffen erworbene und selbst entwickelte Software sowie sonstige immaterielle Vermögenswerte wie beispielsweise die erworbenen Kundenbeziehungen und Markenrechte der XING Events GmbH und kununu GmbH sowie Sachanlagen und sind gegenüber dem Vorjahr um 0,2 Mio. € (Vorjahr: 7,7 Mio. €) angestiegen.

Finanzerträge und Steuern

Das Finanzergebnis (0,1 Mio. €) beinhaltet 0,1 Mio. € Zinserträge (Vorjahr: 0,3 Mio. €) sowie erstmalig 0,03 Mio. € Aufwand aus der Aufzinsung langfristiger Verbindlichkeiten (Vorjahr: 0,0 Mio. €). Die Zinserträge haben sich unter Beibehaltung der konservativen Anlagepolitik der XING AG aufgrund des niedrigen Zinsniveaus um 0,2 Mio. € verringert. Der Aufzinsungsaufwand ist im Wesentlichen für lang-

fristige Verbindlichkeiten aus dem kununu-Erwerb angefallen.

Die laufenden Steuern werden von den Gesellschaften des XING-Konzerns nach dem am jeweiligen Sitz geltenden nationalen Steuerrecht ermittelt. Der Steueraufwand betrug 5,3 Mio. € im Geschäftsjahr 2013 nach 4,3 Mio. € im Vorjahr. Die Steuerquote beträgt im Geschäftsjahr 2013 33,4 Prozent (2012: 35,8 Prozent) des Ergebnisses vor Steuern. Nach einem Anstieg der Steuerquote in 2012 - im Wesentlichen aufgrund des im Vorjahr angefallenen latenten Steuerertrags im Zusammenhang mit dem Kauf der XING Events GmbH - hat sich die Quote im Berichtsjahr also wieder normalisiert.

Jahresüberschuss und Ergebnis je Aktie

Nach Abzug aller Kosten ergibt sich in der Folge ein Jahresüberschuss 2013 in Höhe von 9,1 Mio. € nach 7,7 Mio. € bzw. 9,2 Mio. € bereinigtem Jahresüberschuss in 2012 (bereinigt um die in 2012 angefallenen Einmalaufwendungen von 1,9 Mio. € und die dadurch entstehende fiktive Steuererminderung). Daraus resultiert ein Ergebnis je Aktie (unverwässert) von 1,65 €. Ohne den nicht operativen Aufwand aus der earn-out-Verpflichtung liegt der Jahresüberschuss bei 10,5 Mio. €. Dies entspricht einem Ergebnis je Aktie (unverwässert) von 1,90 € für das Geschäftsjahr 2013 nach 1,44 € je Aktie in 2012 (bereinigt: 1,71 €).

Jahresüberschuss (in Mio. €)



Ausschüttung

Auf Basis der im Geschäftsjahr 2013 erzielten Ergebnisse und der Umsetzung einer nachhaltigen Ausschüttungspolitik werden Vorstand und Aufsichtsrat der kommenden Hauptversammlung am 23. Mai 2014 vorschlagen, eine Dividende von 0,62 € je Aktie (Vorjahr: 0,56 €) an die Anteilseigner auszuschütten. Der Betrag orientiert sich einerseits an den erwirtschafteten Gewinnen der Gesellschaft und andererseits an Benchmarks von TecDax-Unternehmen mit vergleichbaren Wachstumszahlen. Darüber hinaus hat der Vorstand beschlossen, die Ausschüttung einer Sonderdividende in Höhe von 3,58 € je Aktie vorzuschlagen. Der Bestand an liquiden Eigenmitteln von 66 Mio. € zum Jahresende 2013 sowie das cash-generative Geschäftsmodell von XING ermöglichen der Gesellschaft die Auszahlung einer Sonderdividende, ohne die weiter auf Wachstum ausgerichtete Geschäftsstrategie des Unternehmens zu verändern.

GESCHÄFTSENTWICKLUNG DER SEGMENTE

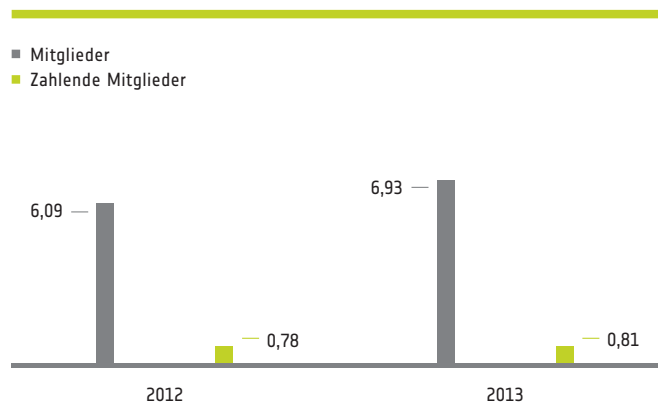
Mit Vorlage dieses Konzernlageberichts veröffentlichen wir erstmals auch eine segmentbezogene Darstellung der Gewinn- und Verlustrechnung.

Segment „Network/Premium“

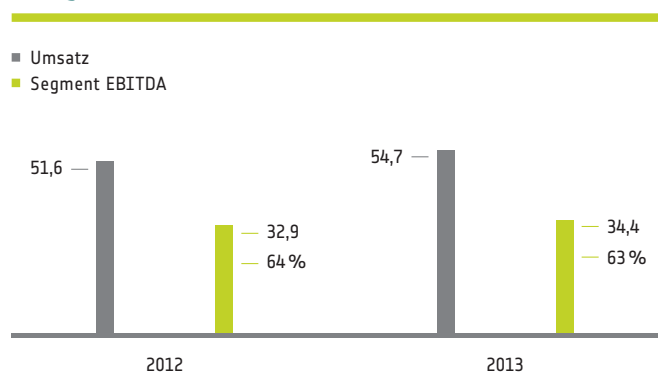
Im ältesten und immer noch größten Geschäftsfeld – nach Umsatzanteil – „Network/Premium“ haben wir die Erlöse im Geschäftsjahr 2013 um 6 Prozent ausweiten können. Der Umsatzanstieg von 51,6 Mio. € in 2012 auf 54,7 Mio. € resultiert einerseits aus dem Anstieg des Volumens, im Wesentlichen der zahlenden Premium-Mitglieder, sowie einer Preisänderung der monatlichen Gebühren für die kostenpflichtige Premium-Mitgliedschaft zur Jahresmitte 2013. Als weiterer Treiber für den soliden Umsatzzuwachs dienen die Erlöse aus der Vermarktung von Werbeflächen auf der XING-Plattform. Hier konnten wir dank einer Ausweitung der buchbaren Fläche auch in diesem Teilbereich einen Umsatzanstieg erreichen. Nach Abzug der direkt zurechenbaren Kosten und Aufwendungen verbleibt ein Segment-EBITDA für das Geschäftsjahr 2013 in Höhe von 34,4 Mio. € bei einer Marge von 63 Prozent (2012: 32,9 Mio. € bei 64-Prozent-Marge). Die Mitgliederbasis in der D-A-CH-Region stieg um insgesamt 839.000 auf 6,9 Millionen per 31. Dezember 2013 an. Bei den zahlenden Mitgliedern erhöhte sich der Bestand in der Region um rund 24.000 auf rund 807.000 zum Jahresende. Weltweit sind auf XING damit über 14 Millionen Nutzer registriert. Darunter rund 830.000 zahlende Mitglieder.

Wenige Wochen nach Ende des Geschäftsjahres konnte die Zahl von 7,0 Millionen Mitgliedern im deutschsprachigen Raum erreicht werden. Damit hat sich auch zum Jahresbeginn 2014 das dynamische Wachstum der XING AG fortgesetzt.

Mitglieder und zahlende Mitglieder in D-A-CH (Anzahl in Mio.)



„Network/Premium“-Segmentumsatz und EBITDA (in Mio. €) & Marge (in %)



Segment „E-Recruiting“

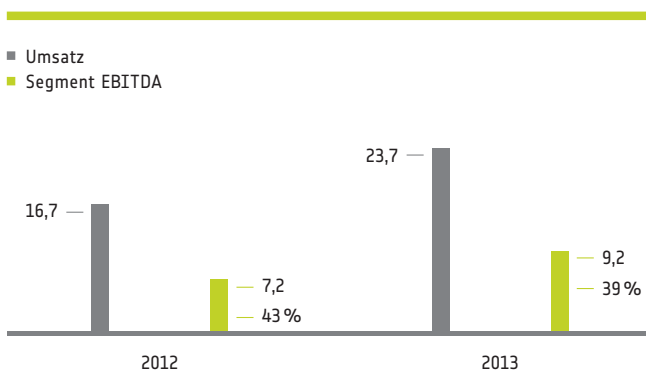
Im Segment „E-Recruiting“ haben wir im vergangenen Geschäftsjahr das stärkste absolute sowie relative Umsatzwachstum aller Geschäftsbereiche erzielt und hier die Wachstumsraten von 32 Prozent im ersten Quartal 2013 auf über 50 Prozent im vierten Quartal 2013 gesteigert. Im Gesamtjahr sind die Segmentumsätze somit von 16,7 Mio. € in 2012 um 42 Prozent auf 23,7 Mio. € im Geschäftsjahr 2013 gewachsen. Dafür gibt es unterschiedliche Treiber:

1. Employer Branding: die große Nachfrage nach kostenpflichtigen Employer-Branding-Profilen auf www.xing.com und kununu.de (Akquisition in 2013)
2. Active Recruiting: die erfolgreiche Etablierung des XING-Talentmanagers für proaktives Recruiting
3. Passive Recruiting: Die gute Nachfrage für Online-Stellenanzeigen auf www.xing.com

Diese drei wesentlichen Entwicklungen haben die Segmentumsätze im abgelaufenen Geschäftsjahr um insgesamt 7,0 Mio. € ansteigen lassen. Nach Abzug der direkt zurechenbaren Kosten und Aufwendungen ergibt sich ein Segment-EBITDA in Höhe von 9,2 Mio. € in 2013. Ohne den nicht operativen Aufwand aus der earn-out-Verpflichtung von 1,5 Mio. € beträgt das Segment-EBITDA 10,7 Mio. € in 2013 bei einer Marge von 39 Prozent (2012: 7,2 Mio. € bei 43-Prozent-Marge).

Die Zahl der Corporate Customers (B2B-Kunden) in der D-A-CH-Region ist im Geschäftsjahr 2013 auf 16.031 (2012: 15.731) angestiegen.

„E-Recruiting“-Segmentumsatz und EBITDA (in Mio. €) & Marge (in %)



Segment „Events“

Im Segment „Events“ haben wir mit einem Umsatzzanstieg von 26 Prozent auf 4,9 Mio. € (Vorjahr: 3,9 Mio. €) ein ebenfalls sehr dynamisches Wachstum im vergangenen Geschäftsjahr erzielt. Nachdem die Wachstumsraten zum Jahresbeginn 2013 (Q1'13: 5 Prozent) – unter anderem aufgrund des Ausscheidens der Gründer des Events-Geschäfts – stark rückläufig waren, konnten wir durch die Professionalisierung der Vertriebsstruktur die Wachstumsraten seit dem zweiten Quartal 2013 wieder deutlich auf über 30 Prozent steigern. Aufgrund der anhaltenden Anlaufverluste in den Aufbau von Vertrieb, Produktentwicklung und Vermarktung generiert dieser Geschäftsbereich ein negatives operatives Ergebnis in Höhe von 2,7 Mio. € im abgelaufenen Geschäftsjahr (2012: -2,9 Mio. €).

Die Zahl der Corporate Customers (B2B-Kunden) ist im Geschäftsjahr 2013 auf 2.246 (2012: 1.874) angestiegen.

„Events“-Segmentumsatz und EBITDA (in Mio. €)



VERMÖGENSLAGE

Das langfristige Vermögen ist von 23,1 Mio. € im Vorjahr auf 30,9 Mio. € zum 31. Dezember 2013 angestiegen. Dies hängt im Wesentlichen mit dem Erwerb der kununu GmbH im Geschäftsjahr 2013 zusammen. Der Anteil des Langfristvermögens an der Bilanzsumme hat sich gegenüber dem Vorjahr (25,0 Prozent) um 2,5 Prozentpunkte auf 27,5 Prozent erhöht. Entsprechend hat sich der Anteil des Kurzfristvermögens auf 72,5 Prozent (Vorjahr: 75,0 Prozent) verringert.

Am 31. Dezember 2013 bestand das bilanzielle Vermögen des Konzerns mit 69,0 Mio. € (Vorjahr: 58,8 Mio. €) bei einer Bilanzsumme von 112,3 Mio. € (Vorjahr: 92,2 Mio. €) zu 61,4 Prozent (Vorjahr: 63,7 Prozent) aus liquiden Mitteln.

In den liquiden Mitteln zum 31. Dezember 2013 waren Fremdzahlungsmittel der XING Events GmbH von 2,8 Mio. € (Vorjahr: 2,6 Mio. €) enthalten. Die Eigenzahlungsmittel betragen mit 66,2 Mio. € 58,9 Prozent der Bilanzsumme (Vorjahr: 56,2 Mio. € bzw. 60,9 Prozent). Der Anstieg der liquiden Eigenmittel ist im Wesentlichen auf den Anstieg der Umsatzerlöse und zusätzlichen Kundenvorauszahlungen zurückzuführen.

Der Anstieg der Forderungen aus Dienstleistungen von 7,3 Mio. € im Vorjahr auf 8,6 Mio. € zum 31. Dezember 2013 ist im Wesentlichen im Anstieg der Umsatzerlöse begründet. Die Forderungen aus Dienstleistungen betreffen hauptsächlich Forderungen aus Mitgliedsbeiträgen gegenüber Premium-Mitgliedern und Forderungen im B2B-Bereich.

Die Zunahme der sonstigen Vermögenswerte ist vor allem durch höhere geleistete Anzahlungen, Kostenabgrenzungen sowie Forderungen gegen Kreditkartengesellschaften verursacht. Ein gegenläufiger Effekt ergibt sich aus im Vergleich zum Vorjahr geringeren Forderungen gegen Personal.

Der Wert der erworbenen Software erhöhte sich durch über die planmäßigen Abschreibungen liegende Zugänge von 2,9 Mio. € auf 3,5 Mio. € zum 31. Dezember 2013. In den selbsterstellten immateriellen Vermögenswerten sind die selbsterstellten kapitalisierbaren Teile der Plattform und der mobilen XING-Applikationen sowie das XING-Testingtool enthalten. Auf die selbsterstellten immateriellen Vermögenswerte wurden neben der planmäßigen auch außerplanmäßige Abschreibungen in Höhe von 0,3 Mio. € (Vorjahr: 0,6 Mio. €) vorgenommen. Begründet ist dies im Wesentlichen in der Überarbeitung und Neugestaltung der Plattform.

Der Geschäfts- oder Firmenwert resultiert aus dem Erwerb der XING Events GmbH im Jahr 2011 (5,6 Mio. €) sowie dem im Geschäftsjahr 2013 erfolgten Erwerb der kununu GmbH (2,2 Mio. €).

Der Wert der sonstigen immateriellen Vermögenswerte erhöhte sich durch über den planmäßigen Abschreibungen liegende Zugänge von 1,6 Mio. € auf 3,5 Mio. € zum 31. Dezember 2013. Wesentliche

Zugänge betreffen die im Rahmen des Erwerbs der kununu GmbH erworbenen Kundenbeziehungen in Höhe von 2,0 Mio. € sowie der dabei erworbenen Marke/Domain in Höhe von 0,8 Mio. €. Gegenläufig wirken die planmäßigen Abschreibungen auf diese Zugänge.

FINANZLAGE

Eigenkapital und Schulden

Wie bereits in den Vorjahren finanziert sich die XING AG ausschließlich aus Eigenmitteln. Bankverbindlichkeiten oder sonstige Darlehensverbindlichkeiten bestehen nicht.

Die Eigenkapitalquote lag am Bilanzstichtag bei 54,0 Prozent gegenüber 56,1 Prozent in 2012. Damit ist die XING AG auch weiterhin sehr gut für zukünftiges Wachstum positioniert. Der leichte Rückgang der Quote ist durch zwei gegenläufige Effekte beeinflusst: Die Eigenkapitalquote erhöht sich durch das positive Jahresergebnis (9,1 Mio. €) und durch Optionsausübungen des Vorstands und der Mitarbeiter (1,2 Mio. €). Gegenläufig wirken die infolge des Erwerbs der kununu GmbH auf 112,3 Mio. € gestiegene Bilanzsumme (Vorjahr: 92,2 Mio. €) und die Auszahlung der regulären Dividende von 3,1 Mio. €.

Die langfristigen Vermögenswerte waren mit 196,3 Prozent (Vorjahr: 224,4 Prozent) deutlich durch Eigenkapital überdeckt. Der Rückgang resultiert aus dem Erwerb der kununu GmbH und dem damit verbundenen Anstieg der langfristigen Vermögenswerte. Die Überdeckung der kurzfristigen Vermögenswerte (einschließlich liquider Mittel) über die kurzfristigen Verbindlichkeiten betrug 186,0 Prozent (Vorjahr: 188,5 Prozent).

Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit

Der Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit betrug im Berichtsjahr 23,8 Mio. € nach 18,9 Mio. € im Vorjahr. Der Anstieg resultiert im Wesentlichen aus dem im Vergleich zum Vorjahr um 2,4 Mio. € höheren Ergebnis vor Steuern sowie dem gegenüber dem Vorjahr überproportionalen Anstieg der Erlösabgrenzung (+6,3 Mio. €, Vorjahr: +2,2 Mio. €).

Cashflow aus Investitionstätigkeit

Der Cashflow aus Investitionstätigkeit enthielt im Geschäftsjahr 2013 die Zahlung für den Erwerb der kununu GmbH in Höhe von 2,9 Mio. €. In 2012 enthielt der Cashflow aus Investitionstätigkeit die Zahlung der Restkaufpreisverpflichtung für XING Events von 2,5 Mio. €. Des Weiteren wurden gegenüber dem Vorjahr höhere Beträge im Bereich

der Sachanlagen (4,3 Mio. € im Vergleich zu 2,7 Mio. €) investiert. Die Auszahlungen im Bereich der angeschafften und selbstentwickelten Software erhöhten sich auf 5,9 Mio. € (Vorjahr: 4,7 Mio. €).

Cashflow aus Finanzierungstätigkeit

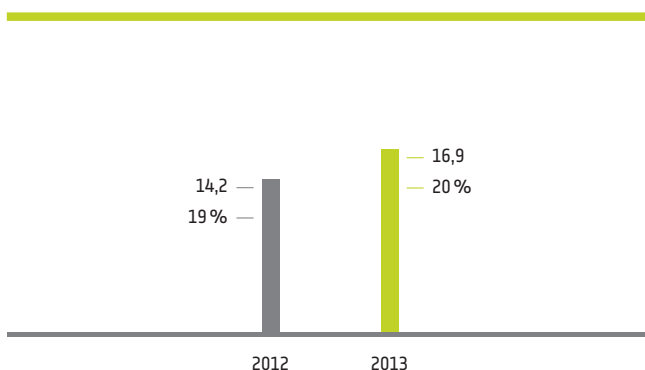
Während des Geschäftsjahres 2013 sind wesentliche Einzahlungen aus Finanzierungstätigkeit durch Ausübung von Mitarbeiteraktienoptionen in Höhe von 2,7 Mio. € (Vorjahr: 3,8 Mio. €) entstanden. Auszahlungen resultieren aus der Auszahlung der regulären Dividende von 3,1 Mio. € (Vorjahr: 20,0 Mio. € Kapitalrückgewähr; 3,0 Mio. € reguläre Dividende).

INVESTITIONEN IN FORSCHUNG UND PRODUKTENTWICKLUNG

Auch im abgelaufenen Geschäftsjahr haben wir insbesondere in allen Geschäftsbereichen stark in den Aufbau der Produktentwicklung investiert. Wie auch in den Vorjahren ist der Großteil unserer Investitionen in Höhe von 16,9 Mio. € (Vorjahr: 14,2 Mio. €) im Bereich Personal (Entwickler und Programmierer) angefallen. Insgesamt wurde im abgelaufenen Geschäftsjahr Aufwand für die Entwicklung neuer Produkte in Höhe von 3,79 Mio. € aktiviert.

Aufwendungen für Forschung und Produktentwicklung

(in Mio. € und % zum Gesamtumsatz)



Zusätzliche Angaben zu den Aufwendungen für die Entwicklung sowie die Veränderungen des Buchwerts der selbst entwickelten Software sind im Anhang bei der Darstellung der immateriellen Vermögenswerte angegeben.

Gesamtaussage zur wirtschaftlichen Lage durch die Unternehmensleitung

Dank neuer innovativer Dienstleistungsangebote insbesondere im Segment „E-Recruiting“, wie beispielsweise dem XING-Talentmanager, aber auch den Employer-Branding-Profilen haben wir mit Gesamtumsätzen von mehr als 84 Mio. € und einem operativen Ergebnis (EBITDA) in Höhe von mehr als 24 Mio. € die besten Ergebnisse der Unternehmensgeschichte erzielt. Wir haben unsere Wachstumsrate im abgelaufenen Geschäftsjahr sogar von Quartal zu Quartal gesteigert. Wir wollen auch im laufenden Geschäftsjahr weiter wachsen. Darüber hinaus ist die XING AG schuldenfrei und verfügt aufgrund der überwiegend im Voraus bezahlten Umsätze über ein sehr Cash-generatives Geschäftsmodell. Diese sehr komfortable Basis ermöglicht es nicht nur, kontinuierlich in den Ausbau des Geschäfts und die Entwicklung neuer Geschäftsmodelle zu investieren, sondern darüber hinaus auch regelmäßige Dividenden an unsere Aktionäre auszuschütten. Der Dividendenvorschlag ist im Kapitel Ertragslage erörtert.

Risikobericht

GRUNDSÄTZE DES RISIKOMANAGEMENTS

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. Wie auch im Vorjahr hat der Konzernabschlussprüfer 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 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. Die Risiken werden nach der Bruttomethode bewertet. Das bedeutet, dass Eintrittswahrscheinlichkeit und erwarteter Schaden ohne Berücksichtigung von Gegenmaßnahmen geschätzt werden.

Die Tochtergesellschaften XING Events GmbH und kununu GmbH sind in das Risikomanagementsystem des Konzerns integriert. Auch dort werden potenzielle Risiken laufend identifiziert und analysiert und Risikoverantwortliche und Führungskräfte quartalsweise zum Risikostatus befragt. Durch diese Integration ist sichergestellt, dass aus den Tochtergesellschaften herrührende Risiken, die sich nachhaltig negativ auf den Konzern auswirken könnten, frühzeitig erkannt werden.

Das Risikomanagementsystem erfasst lediglich Risiken, nicht Chancen.

INTERNES KONTROLLSYSTEM

Entsprechend den Anforderungen des §315 Abs. 2 Nr. 5 HGB beschreiben wir nachfolgend die wesentlichen Merkmale des internen Kontroll- und Risikomanagementsystems im Hinblick auf den Rechnungslegungsprozess:

Wir verstehen das interne Kontroll- und Risikomanagementsystem als umfassendes System und lehnen uns an die Definitionen des Instituts der Wirtschaftsprüfer in Deutschland e.V., Düsseldorf, zum rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystem und zum Risikomanagementsystem an. Unter einem internen Kontrollsystem werden danach die vom Management im Unternehmen eingeführten Grundsätze, Verfahren und Maßnahmen verstanden, die gerichtet sind auf die organisatorische Umsetzung der Entscheidungen des Managements

- ▶ zur Sicherung der Wirksamkeit und Wirtschaftlichkeit der Geschäftstätigkeit (hierzu gehört auch der Schutz des Vermögens, einschließlich der Verhinderung und Aufdeckung von Vermögensschädigungen),
- ▶ zur Ordnungsmäßigkeit und Verlässlichkeit der internen und externen Rechnungslegung sowie
- ▶ zur Einhaltung der für das Unternehmen maßgeblichen rechtlichen Vorschriften.

Das Risikomanagementsystem beinhaltet die Gesamtheit aller organisatorischen Regelungen und Maßnahmen zur Risikoerkennung und zum Umgang mit den Risiken unternehmerischer Betätigung.

Im Hinblick auf die Rechnungslegungsprozesse der einbezogenen Unternehmen und den Konzernrechnungslegungsprozess sind bei der XING AG folgende Strukturen und Prozesse implementiert:

Der Konzernvorstand trägt die Gesamtverantwortung für die Einrichtung und Überwachung des internen Kontroll- und Risikomanagementsystems im Hinblick auf die Rechnungslegungsprozesse der einbezogenen Unternehmen und den Konzernrechnungslegungsprozess. Über eine definierte Führungs- bzw. Berichtsorganisation sind grundsätzlich alle in den Konzernabschluss einbezogenen Gesellschaften eingebunden. Im Rahmen dieser Organisation werden dem Konzernvorstand (laufend) Informationen über folgende Maßnahmen zur Verfügung

gestellt: Festlegung der Risikofelder, die zu bestandsgefährdenden Entwicklungen führen können; Risikoerkennung und Risikoanalyse; Risikokommunikation; Zuordnung von Verantwortlichkeiten und Aufgaben; Dokumentation der getroffenen Maßnahmen.

Wesentliche Risiken sind über die laufende Risikoberichterstattung hinaus spätestens bei Eintritt unverzüglich direkt an den Konzernvorstand zu melden.

Die Grundsätze, die Aufbau- und Ablauforganisation sowie die Prozesse des rechnungslegungsbezogenen internen Kontroll- und Risikomanagementsystems sind konzernweit in Richtlinien und Organisationsanweisungen zusammengefasst, die in regelmäßigen Abständen an aktuelle externe und interne Entwicklungen angepasst werden. Ziel ist es, im Rahmen der Risikofrüherkennung die wesentlichen Risikofelder rechtzeitig zu erkennen und Kontrollbereiche mit Relevanz für den konzernweiten Rechnungslegungsprozess festzulegen.

Im Hinblick auf die Rechnungslegungsprozesse der einbezogenen Unternehmen und den Konzernrechnungslegungsprozess erachten wir solche Merkmale des internen Kontroll- und Risikomanagementsystems als wesentlich, die die Konzernbilanzierung und die Gesamtaussage des Konzernabschlusses einschließlich Konzernlagebericht maßgeblich beeinflussen können. Nachfolgend sind die wesentlichen Bestandteile des internen Kontrollsystems aufgeführt:

- ▶ Die Erstellung der Jahresabschlüsse der Einzelgesellschaften erfolgt jeweils auf Ebene der Einzelgesellschaften. Die Daten werden automatisiert in das Hauptabrechnungssystem des Konzerns (Microsoft Dynamics NAV 2009 R2) übernommen und dort, nach Konsolidierung, in einem gesonderten Konzernmandanten erfasst und geführt. Die Hauptverantwortung für die Erstellung des Konzernabschlusses sowie die Ordnungsmäßigkeit der übernommenen Einzelabschlüsse der Einzelgesellschaften liegen im Konzernrechnungswesen der XING AG.
 - ▶ Präventive Kontrollmaßnahmen im Finanz- und Rechnungswesen des Konzerns und der in den Konzernabschluss einbezogenen Gesellschaften sowie in operativen, leistungswirtschaftlichen Unternehmensprozessen, die wesentliche Informationen für die Aufstellung des Konzernabschlusses einschließlich Konzernlagebericht generieren, inklusive einer Funktionstrennung und von vordefinierten Genehmigungsprozessen in relevanten Bereichen.
 - ▶ Maßnahmen, die die ordnungsmäßige EDV-gestützte Verarbeitung von konzernrechnungslegungsbezogenen Sachverhalten und Daten sicherstellen, wie zum Beispiel regelmäßige Kontrollen von Benutzerberechtigungen und Auswertungen von Kontrollprotokollen.
 - ▶ Strenges Vieraugenprinzip über alle Hierarchieebenen einschließlich Vorstand.
 - ▶ Die Aufgaben des internen Revisionssystems zur Überwachung des konzernrechnungslegungsbezogenen internen Kontroll- und Risikomanagementsystems werden nicht durch eine Stabsabteilung „Interne Revision“, sondern durch die Abteilungen Controlling und Rechnungswesen durchgeführt.
- ▶ Monitoringkontrollen zur Überwachung des konzernweiten Rechnungslegungsprozesses und deren Ergebnisse auf Ebene des Konzernvorstands sowie des Konzernrechnungswesens und auf Ebene der in den Konzernabschluss einbezogenen Gesellschaften; einheitliche Bilanzierungsregeln und -anforderungen werden vom Konzernrechnungswesen vorgegeben und mit den Accounting-Abteilungen der Tochtergesellschaften abgestimmt.

Der Konzern hat darüber hinaus in Bezug auf den konzernweiten Rechnungslegungsprozess ein Risikomanagementsystem implementiert, das Maßnahmen zur Identifizierung und Bewertung von wesentlichen Risiken sowie entsprechende risikobegrenzende Maßnahmen enthält, um die Ordnungsmäßigkeit des Konzernabschlusses sicherzustellen. Vorstand und Aufsichtsrat prüfen außerdem kontinuierlich Möglichkeiten, die Abläufe des Risikomanagementsystems weiterzuentwickeln.

RISIKOBEWERTUNG

Risiken werden gemäß ihrer geschätzten Eintrittswahrscheinlichkeit und dem erwarteten Schaden in Risikoklassen eingestuft.

Ein Risiko, bei dem die Eintrittswahrscheinlichkeit und der erwartete Schaden als hoch eingeschätzt werden, sehen wir als bestandsgefährdend an.

Erwarteter Schaden	Eintrittswahrscheinlichkeit			Risikoklasse
	gering	mittel	hoch	
hoch				Risikoklasse 1 (hoch bzw. bestandsgefährdend)
mittel				Risikoklasse 2 (mittel)
gering				Risikoklasse 3 (gering)

Die Einschätzung der Eintrittswahrscheinlichkeit und des erwarteten Schadens erfolgt dabei nach folgenden Maßstäben:

	quantitativ	qualitativ
EINTRITTSWAHRSCHEINLICHKEIT		
hoch	51 – 100 %	einmal bis mehrmals pro Jahr
mittel	11 – 50 %	einmal innerhalb von 24 Monaten
gering	0 – 10 %	seltener als einmal innerhalb von 24 Monaten
	quantitativ	qualitativ (Beispiele)
ERWARTETER SCHADEN		
hoch	mehr als 500k EUR	großer Imageschaden, großer Schaden für Kunden
mittel	100k bis 500k EUR	Dienstleistung über langen Zeitraum beeinträchtigt
gering	50k bis 100k EUR	Dienstleistung in Einzelfällen beeinträchtigt

WESENTLICHE EINZELRISIKEN

Die identifizierten wesentlichen Risiken werden in den nachfolgenden Ausführungen stärker aggregiert, als dies zur internen Steuerung geschieht. Wenn nicht anders angegeben, betreffen alle beschriebenen Risiken in unterschiedlichem Ausmaß sämtliche Unternehmenssegmente.

STRATEGISCHE RISIKEN

Wettbewerb

Die XING AG steht bereits im Wettbewerb mit Unternehmen, die ähnliche Leistungen anbieten. In Zukunft können neue Wettbewerber in den Markt eintreten. Verliert die XING AG Kunden an diese aktuellen oder zukünftigen Wettbewerber, wären Umsatzeinbußen zu erwarten. Wettbewerber könnten in der Lage sein, der XING AG Marktanteile abzunehmen, indem sie Leistungen anbieten, die den von der XING AG angebotenen Leistungen überlegen sind, oder indem sie besonders aggressives und erfolgreiches Marketing betreiben. Neben den anderen Social Networks als direkten Wettbewerbern könnten auch branchennahe Unternehmen in der Lage sein, der XING AG Marktanteile abzunehmen. Zu denken ist zum Beispiel an Suchmaschinen, die ihr Portfolio durch Community-Strukturen erweitern, oder auch große Portalanbieter, die beispielsweise durch E-Mail-Dienstleistungen bereits über eine breite Masse an Nutzern verfügen. Des Weiteren können durch strategische Kooperationen zwischen ausländischen Wettbewerbern und reichweitenstarken Unternehmen in der D-A-CH-Region Wettbewerber noch schneller in den XING-Heimatmarkt drängen und durch deren Preise und Dienstleistungen zusätzlich Druck auf die XING AG ausüben. Außerdem kann durch die zunehmende Verbreitung von internetfähigen mobilen Endgeräten Wettbewerb durch mobile Communities entstehen. Wir stufen das Wettbewerbsrisiko insgesamt als potenziell bestandsgefährdend ein.

Zusammenarbeit mit Dienstleistern im Bereich Zahlungs- und Forderungsmanagement

Da Zahlungsausfälle zu Umsatzeinbußen führen würden, sind die effiziente Abrechnung von Entgelten und das gesamte Forderungsmanagement für die Gesellschaft von wesentlicher Bedeutung. Durch die Einbindung externer Dienstleister bestehen in diesem Bereich gewisse Abhängigkeiten. Diesem als mittleres Risiko eingestuften Risiko begegnet das Unternehmen durch professionelle juristische Gestaltung der jeweiligen Partnerschaften. Entsprechende Vertrags-

gestaltungen stellen insbesondere sicher, dass die Abhängigkeit von Dienstleistern so gering wie möglich ausfällt, die erforderlichen Dienstleistungsstandards eingehalten werden und dass das Risiko technischer Ausfälle minimiert wird.

MARKT- UND VERTRIEBSRISIKEN

Allgemein besteht das Risiko einer durch unvorhergesehene externe oder interne Faktoren hervorgerufenen signifikant erhöhten Abwanderung von Kunden. Wir stufen dieses Risiko als mittleres Risiko ein. Die XING AG begegnet diesem Risiko insbesondere durch die ständige Verbesserung und Erweiterung der eigenen Dienstleistungen sowie durch strategische Partnerschaften. Darüber hinaus beobachtet die XING AG permanent die Nutzerentwicklung und kann bei Auftreten plötzlicher Abwanderungstendenzen durch vorbereitete Maßnahmen und Krisenpläne rechtzeitig gegensteuern.

RISIKO EINES KNOW-HOW-VERLUSTES DURCH FLUKTUATION

Bedingt durch das geringe Durchschnittsalter der Mitarbeiter des XING-Konzerns und die allgemeine Wechselbereitschaft in der Internetbranche lag die Fluktuationsrate in den vergangenen Jahren zwischen 10 und 20 %. Es besteht das Risiko, dass durch den regelmäßigen Weggang von Mitarbeitern wichtiges Know-how verloren geht. Wir begegnen dem Risiko durch vermehrte Dokumentationspflichten für die Mitarbeiter und regelmäßigen Informationsaustausch, um wichtiges Know-how immer bei mehreren Mitarbeitern zu haben. Insgesamt stufen wir dieses Risiko als mittel ein.

RISIKEN DER KUNDENBETREUUNG (SEGMENTE „NETWORK/PREMIUM“ UND „E-RECRUITING“)

Die XING AG weitet ihre Geschäftsmodelle kontinuierlich um zusätzliche Ertragsquellen aus. Damit wird die Abhängigkeit des Unternehmens von den Beiträgen von Premium-Mitgliedern gesenkt. Aus dieser Tatsache folgt jedoch keine Abkehr vom Prinzip der XING AG, der Zufriedenheit ihrer Kunden – nicht nur im Sinne des wirtschaftlichen Erfolgs – höchste Priorität einzuräumen. Schon aufgrund der hohen eigenen Ansprüche der XING AG hinsichtlich der Qualität ihrer Plattform erwarten die Nutzer, dass das Unternehmen Qualitätseinbußen ausschließt. Hierzu gehören insbesondere das Identifizieren von falschen Profilen und die Verfolgung von Belästigungen, Beleidigungen oder betrügerischen Aktivitäten. Wir stufen dieses Risiko als mittleres Risiko ein.

Wegen der starken Identifizierung vieler Nutzer mit XING erhält die Gesellschaft in der Regel eine direkte und schnelle Rückmeldung zu bestimmten Vorgängen auf der Plattform. Dies versetzt die XING AG in die Lage, gegebenenfalls zeitnah zu reagieren und Kündigungen von Nutzern abzuwenden, die Umsatzeinbußen zur Folge hätten.

FINANZRISIKEN

Der Forderungsausfall in den Segmenten Network/Premium und E-Recruiting lag im abgelaufenen Geschäftsjahr unter einem Prozent vom Gesamtumsatzerlös und ist somit nicht von wesentlicher Bedeutung. Wir stufen das Forderungsausfallrisiko als gering ein. Die XING AG beschränkt ihr Liquiditätsrisiko, indem sie ihre Zahlungsmittelbestände ausschließlich bei Banken mit hoher Bonität unterhält. Das Hauptgeschäftsmodell der Premium-Mitgliedschaften und entsprechende regelmäßige Zahlungseingänge versorgen das Unternehmen mit ausreichender Liquidität. Zusätzlich erfolgt eine Liquiditätsvorschau. Damit ist die Zahlungsfähigkeit der Gesellschaft zu jedem Zeitpunkt gewährleistet. Wir stufen dieses Risiko als gering ein.

Im Segment „Events“ sehen wir grundsätzlich ein hohes Wechselkurs- und Fremdwährungsrisiko. Begegnet wird diesem Risiko dadurch, dass für alle relevanten Währungen eigene Bankkonten unterhalten werden.

IT-RISIKEN

Risiken in der Netzwerksicherheit, Hard- und Software

Die XING AG ist für interne Zwecke sowie hinsichtlich der Erbringung ihrer Dienstleistungen auf automatisierte Prozesse angewiesen, deren Effizienz sowie Zuverlässigkeit von der Funktionsfähigkeit, Stabilität und Sicherheit der ihnen zugrunde liegenden technischen Infrastruktur abhängen. Die von XING eingesetzten Server sowie die dazugehörige Hard- und Software sind von entscheidender Bedeutung für den Erfolg der Geschäftstätigkeit.

Die Systeme, die Website, die internen Prozesse und die Dienstleistungen der Gesellschaft könnten durch Ausfälle oder Unterbrechungen der IT-Systeme, durch physische Beschädigungen, Stromausfälle, Systemabstürze, Softwareprobleme, schädliche Software wie Viren und Würmer, Fehlbedienung, Missbrauch oder böswillige Angriffe (einschließlich sogenannter „Denial of Service“-Angriffe) erheblich beeinträchtigt werden. Angriffe, Fehlbedienung und Missbrauch könnten zum Beispiel eine Vernichtung, eine Veränderung oder den Verlust von gespeicherten Daten nach sich ziehen oder dazu führen, dass Daten für unlautere Zwecke oder ohne Genehmigung verwendet werden. Hierzu zählen u. a. Identitätsdiebstahl, Kreditkartenbetrug oder sonstige Betrugsfälle, Werbemails und Spam-Mails von Unternehmen, die nicht mit der XING AG verbunden sind.

Die vorstehenden Beeinträchtigungen könnten zu Unterbrechungen der Geschäftstätigkeit führen, die betrieblichen Aufwendungen erhöhen und den Ruf des Unternehmens nachhaltig schädigen. Wir stufen dieses Risiko als potenziell bestandsgefährdend ein.

Die XING AG arbeitet durch technische Weiterentwicklungen und den Einsatz eigener Ressourcen permanent an der Sicherheit ihrer Systeme und ihres Netzwerks. Die getroffenen Maßnahmen haben sich bisher als wirkungsvoll erwiesen. Gleichwohl kann nicht ausgeschlossen werden, dass zukünftig Störungen eintreten können.

PROZESS- UND ORGANISATIONSRISEN

Risiken der Produktentwicklung

Die XING AG strebt eine ständige und agile Weiterentwicklung der Plattform an. Die Gesellschaft ist sich dabei bewusst, dass fehlerhafte oder qualitativ minderwertige Produkte und Funktionen erhebliche negative Auswirkungen auf die Gesellschaft haben können. Wir stufen dieses Risiko als hoch ein.

Zur Risikominimierung ist ein spezielles Team von Mitarbeitern mit der Prüfung neuer Produkte und Funktionalitäten und der laufenden Qualitätssicherung betraut. Darüber hinaus werden die Entwicklung neuer Funktionalitäten und Änderungen auf der Plattform meist von einem Austausch der XING AG mit ihren Kunden flankiert.

Datenschutz und Persönlichkeitsrechte

Die Nutzer stellen der Gesellschaft umfangreiche personenbezogene Daten zur Verfügung. Dabei vertrauen sie darauf, dass die Daten entsprechend den vorgesehenen Zwecken und den anwendbaren rechtlichen Bestimmungen verarbeitet und genutzt werden.

Die Rechenzentren der XING AG für die unmittelbare Datenverarbeitung sind in Deutschland. Darüber hinaus werden Daten im Auftrag der XING AG durch ausgewählte Dienstleister verarbeitet. Nutzer innerhalb und außerhalb der Europäischen Union haben Zugriff auf diese Daten. Zudem können Nutzer über XING weltweit personenbezogene Daten übermitteln.

Sollte die XING AG oder deren Auftragnehmer gegen Datenschutzbestimmungen, Bestimmungen zum Schutz des Fernmeldegeheimnisses oder Bestimmungen zum Schutz von Persönlichkeitsrechten verstoßen, könnte dies Ermittlungen, datenschutzrechtliche Verfügungen und Schadenersatzforderungen, darunter auch Forderungen auf Ersatz immaterieller Schäden, zur Folge haben. Unter Umständen könnten sogar strafrechtliche Verfahren gegen die XING AG und die Geschäftsleitung eingeleitet werden.

Eine Verletzung von Datenschutzbestimmungen und Gesetzen zum Schutz von Persönlichkeitsrechten oder eine Verarbeitung, Nutzung oder Offenbarung von Daten entgegen den eigentlich vorgesehenen Zwecken könnte sich außerdem nachteilig auf den Ruf der Gesellschaft und ihre Möglichkeiten auswirken, neue Nutzer zu gewinnen und bestehende Nutzer an sich zu binden. Sie könnten sogar dazu führen, dass die Gesellschaft ihre Leistungen zeitweise oder auf Dauer in manchen Ländern ganz oder teilweise nicht mehr anbieten und erbringen kann.

Wir stufen dieses Risiko als mittleres Risiko ein.

Mithilfe eigens dafür bestimmter Mitarbeiter überwacht die XING AG die Einhaltung der datenschutzrechtlichen Bestimmungen. Gegenüber Dienstleistern werden entsprechende vertragliche und gegebenenfalls technische Sicherheitsvorkehrungen getroffen, um Verstöße zu verhindern.

Neuerungen in Datenschutzbestimmungen werden laufend identifiziert, Maßnahmen zur Überwachung und Einhaltung der Regelungen werden überprüft und gegebenenfalls neu erarbeitet. Neue Funktionalitäten der Plattform prüft das Unternehmen vor ihrer Einführung auf mögliche datenschutzrechtliche Implikationen. Eine Freigabe erfolgt nur, wenn die Einhaltung aller anwendbaren Datenschutzbestimmungen gewährleistet ist.

GESAMTAUSSAGE ZUR RISIKOSITUATION DURCH DIE UNTERNEHMENSLEITUNG

In der Gesamtbetrachtung der Konzernrisiken haben die IT-Risiken sowie die Risiken, die im Zusammenhang mit der Zufriedenheit der Bestandskunden und der Neukundengewinnung bestehen, die größte Bedeutung. Insgesamt sind die Risiken im Konzern überschaubar. Der Bestand des Unternehmens ist auch künftig gesichert.

Prognose- und Chancenbericht

KONJUNKTURAUSBLICK

Die Weltwirtschaft wird 2014 wieder langsam an Fahrt gewinnen. Dies gilt sowohl für die Industrie- als auch die Schwellenländer. Dabei könnte auch die Eurozone wieder wachsen, so dass sie sich weiter stabilisiert. Bei zwar sinkender, aber weiterhin hoher Arbeitslosigkeit wird die expansive Geldpolitik nur sehr langsam zurückgefahren. Dies führt zu weiter günstigen Finanzierungsbedingungen.

Die internationalen Rahmendaten sprechen dafür, dass sich die konjunkturelle Belebung im nächsten Jahr beschleunigen sollte. Deutschland kann unter diesen Voraussetzungen im Jahr 2014 nach Einschätzung der Deutschen Bundesbank und des Hamburgischen WeltWirtschaftsinstituts (HWWI) mit einem Wachstum von rund 1,7 Prozent rechnen¹. Dabei bleibt der private Konsum weiterhin eine wichtige Stütze. Im Gegensatz zu 2013 werden auch die Investitionen und der Außenbeitrag wieder positive Wachstumsbeiträge liefern können. Diese positive Entwicklung in Deutschland, aber auch die verbesserte Lage im Euroraum insgesamt sollten das Wirtschaftswachstum in Österreich und der Schweiz fördern, so dass die Wachstumsraten in Österreich bei 1,7 Prozent (WKO)² und in der Schweiz bei 2,3 Prozent (Staatssekretariat für Wirtschaft SECO)³ liegen könnten. Dabei wird das Wachstum in Österreich wesentlich durch Exporte gestützt, wohingegen sich in der Schweiz auch die Binnenkonjunktur positiv auswirkt.

ERWARTETE BRANCHENENTWICKLUNG

Die Lage auf dem deutschen Arbeitsmarkt sollte sich 2014 weiter verbessern, so dass sich die Zahl der Arbeitslosen im Jahresverlauf wieder leicht verringert. Durchschnittlich werden 2014 nach Ansicht des HWWI rund 2,87 Millionen Personen arbeitslos sein⁴. Die Lage auf dem Arbeitsmarkt in Österreich sollte weiterhin angespannt bleiben. Das Beschäftigungswachstum wird nach Ansicht des Österreichischen Instituts für Wirtschaftsforschung nicht ausreichen, um die Zunahme des Arbeitskräfteangebots aufgrund von Pensionsreformen und der Arbeitsmarktöffnung für Arbeitskräfte aus Bulgarien

und Rumänien zu kompensieren. Somit sollte sich die Arbeitslosenquote im Jahr 2014 insgesamt leicht erhöhen und im Jahresdurchschnitt bei rund 7,9 Prozent liegen⁵. Mit anziehender Konjunktur in der Schweiz sollte sich der dortige Arbeitsmarkt positiv entwickeln und die Zahl der Arbeitslosen zurückgehen (Staatssekretariat für Wirtschaft SECO)⁶. Die Disparitäten innerhalb des deutschsprachigen Raums werden sich aber nur geringfügig verringern; dies gilt noch stärker innerhalb der EU.

Die Arbeitskräftemobilität innerhalb des Euroraums wird in den nächsten Jahren weiter zunehmen. Die Ungleichgewichte in den Arbeitsmärkten werden abgebaut, aber nur sehr langsam. Dies führt zu einer steigenden Bedeutung von „E-Recruiting“, von der besonders Social-Media-Angebote wie die XING-Plattform profitieren könnten. Darüber hinaus ist gerade der deutschsprachige Markt mit einer Penetrationsrate von beruflich genutzten sozialen Netzwerken von insgesamt etwa 10 Prozent gemessen an der Gesamtbevölkerung der D-A-CH-Region (rund 100 Millionen Einwohner) im internationalen Vergleich sehr gering. So liegen die Penetrationsraten in Ländern wie die USA oder auch unserem Nachbarland der Niederlande, bei mehr als 20 Prozent der Bevölkerung. Hieraus ergibt sich insbesondere für die D-A-CH-Region weiteres „Nachhol“- bzw. Wachstumspotenzial.

VORAUSSICHTLICHE ENTWICKLUNG DER XING AG

Klare Strategie für weiteres Wachstum

Die größte Plattform für Business Social Networking in der D-A-CH-Region in Verbindung mit den von uns etablierten Dienstleistungen und Services für unsere Mitglieder und Geschäftskunden sind eine hervorragende Ausgangsbasis für weiteres profitables Wachstum in den kommenden Jahren. Wir agieren mittlerweile in unterschiedlichen Märkten und haben unser Geschäft und die Erlösströme in den vergangenen Jahren sukzessive diversifiziert. Mit unseren E-Recruiting- und Employer-Branding-Angeboten haben wir uns in einem bestehenden Markt neue Wachstumsmöglichkeiten erschlossen. Aber auch im Kerngeschäft mit kostenpflichtigen Mitgliedschaften haben wir aufgrund des starken anhaltenden Wachstums von Basismitgliedern viel Potenzial, weiter zu wachsen.

1 [http://www.arbeitgeber.de/www/arbeitgeber.nsf/res/BIP_Verbr_Prod_Prognosen.pdf/\\$file/BIP_Verbr_Prod_Prognosen.pdf](http://www.arbeitgeber.de/www/arbeitgeber.nsf/res/BIP_Verbr_Prod_Prognosen.pdf/$file/BIP_Verbr_Prod_Prognosen.pdf)

2 <http://wko.at/statistik/prognose/prognose.pdf>

3 <http://www.seco.admin.ch/themen/00374/00375/00376/>

4 http://www.hwwi.org/fileadmin/hwwi/Publikationen/Externe_PDFs/WD_12_2013_Rossen_Oekonomische_Trends.pdf

5 http://www.ams.at/ueber_ams/14202.html

6 <http://www.seco.admin.ch/themen/00374/00384/>

Unsere Strategie sieht dabei vor allem organisches Wachstum vor. Zusätzlich beobachten wir unser Umfeld und den Markt kontinuierlich nach geeigneten Akquisitionsmöglichkeiten, um unsere organische Strategie zu unterstützen.

Umsatz- und Ergebnisziele

Wir erwarten bei den finanziellen Leistungsindikatoren insgesamt steigende Umsätze und Ergebnisse.

Aus heutiger Sicht geben wir folgenden detaillierten Ausblick für die Umsatz- und Ergebnisziele im Konzern sowie der wesentlichen Segmente:

Finanzielle Leistungsindikatoren	Prognose 2014
Umsatzerlöse Konzern	Wachstum im zweistelligen Prozentbereich
EBITDA (bereinigt um Sondereffekte) Konzern	Deutliche Steigerung des EBITDA
Umsatzerlöse Segment "Network/Premium"	Wachstum im höheren einstelligen Prozentbereich
EBITDA (bereinigt um Sondereffekte) Segment „Network/Premium“	Deutliche Steigerung des Segment-EBITDA
Umsatzerlöse Segment "E-Recruiting"	Wachstum im zweistelligen Prozentbereich
EBITDA (bereinigt um Sondereffekte) Segment „E-Recruiting“	Deutliche Steigerung des Segment-EBITDA
Umsatzerlöse Segment "Events"	Wachstum im zweistelligen Prozentbereich
EBITDA (bereinigt um Sondereffekte) Segment „Events“	Leicht negatives Segment-EBITDA

Dividendenziele

2012 haben wir eine nachhaltige Dividendenpolitik angekündigt. Entsprechend planen wir, auch der kommenden Hauptversammlung am 23. Mai 2014 die Zahlung einer ordentlichen Dividende vorzuschlagen. Diese soll 0,62 € je dividendenberechtigter Stückaktie betragen. Darüber hinaus hat der Vorstand beschlossen, die Ausschüttung einer Sonderdividende in Höhe von 3,58 € je Aktie vorzunehmen. Der Bestand an liquiden Eigenmitteln von 66 Mio. € zum Jahresende 2013 sowie das cash-generative Geschäftsmodell von XING ermöglichen der Gesellschaft die Auszahlung einer Sonderdividende, ohne die weiter auf Wachstum ausgerichtete Geschäftsstrategie des Unternehmens zu verändern. Wir beabsichtigen auch in Zukunft regelmäßige Dividendenzahlungen vorzunehmen.

Liquiditäts- und Finanzziele

Unser Liquiditätsbedarf ist aufgrund des sehr profitablen und cash-generativen Geschäftsmodells sehr gering. Daher erwarten wir auch im Geschäftsjahr 2014 – ohne Berücksichtigung von Sonderfaktoren wie z. B. Akquisitionen oder Sonderausschüttungen – eine weitere Erhöhung der liquiden Mittel.

Geplante Investitionen

Nach einem Anstieg des Investitionsvolumens (CAPEX) um 3,2 Mio. € auf 10,46 Mio. € im Geschäftsjahr 2013 erwarten wir für das Geschäftsjahr 2014 einen weniger starken Anstieg. Schwerpunkt der Investitionen werden wie auch in den Vorjahren Serverkapazitäten, Softwarelizenzen und selbst entwickelte Software sein.

Prognose der nicht finanziellen Leistungsindikatoren

Bei den erstmals berichteten nicht finanziellen Leistungsindikatoren handelt es sich um wesentliche Messgrößen für den Erfolg und die Attraktivität unserer Angebote. Daher haben wir für das Segment „Network/Premium“ die Anzahl der Mitglieder in der D-A-CH-Region sowie die der zahlenden Mitglieder in der D-A-CH-Region als zentrale Messgrößen definiert. Dabei ist unser Ziel im Geschäftsjahr 2014, in der D-A-CH-Region stärker zu wachsen als im abgelaufenen Geschäftsjahr (2013: +839.000) und auch bei den zahlenden Mitgliedern das Wachstum gegenüber dem Vorjahr zu steigern (2013: +24.000 neue zahlende Mitglieder). Die Prognose basiert im Wesentlichen auf den im Verhältnis zu anderen Ländern geringen Penetrationsraten von beruflich genutzten Netzwerken im deutschsprachigen Raum.

In den Segmenten „E-Recruiting“ und „Events“ sind die Beziehungen zu Geschäftskunden die wesentliche Messgröße. Denn anders als im Kerngeschäft „Network/Premium“ werden die Umsatzerlöse in diesen Segmenten ausschließlich mit dem Verkauf von Dienstleistungen und Services an Unternehmenskunden (B2B) erzielt. Daher soll unter anderem mit Hilfe des Vertriebs die Zahl der Unternehmenskunden im Geschäftsjahr 2014 in beiden Segmenten stark gesteigert werden. Ende 2013 hatten wir in den Bereichen „E-Recruiting“ und „Events“ insgesamt 18.277 Kunden. Die Prognose für das laufende Jahr basiert im Wesentlichen auf den Erfahrungen und der Vertriebsleistung im abgeschlossenen Geschäftsjahr.

Nicht finanzielle Leistungsindikatoren	Prognose 2014
Segment „Network/Premium“: Mitglieder in der D-A-CH-Region	Wachstum über Vorjahr (2013: +839.000)
Segment „Network/Premium“: Zahlende Mitglieder in der D-A-CH-Region	Stärkeres absolutes Wachstum (2013: +24.000)
Segment „E-Recruiting“: Anzahl Unternehmenskunden (B2B)	Starker Anstieg
Segment „Events“: Anzahl Unternehmenskunden (B2B)	Starker Anstieg

CHANCENBERICHT

Mit unseren Geschäftsmodellen in den Bereichen „Network/Premium“, „E-Recruiting“ und „Events“ agieren wir zwar in unterschiedlichen, jedoch äußerst dynamischen Märkten. Insofern gehört das Chancenmanagement als fester Bestandteil zu unserem unternehmerischen Handeln, um den Unternehmenswert nachhaltig zu sichern und unsere Ziele zu erreichen. Daher orientiert sich unser Chancenmanagement stark an den jeweiligen Bereichsstrategien. So werden in regelmäßigen Sitzungen zur Geschäftsentwicklung die Chancen der strategischen Geschäftsbereiche bewertet. Dabei werten wir Markt- und Wettbewerbsanalysen sowie Trends aus und leiten potenzielle Opportunitäten für die XING AG ab. Identifizierte Chancen werden über den Planungs- und Controllingprozess mit den jeweiligen Geschäftsbereichen erörtert, um eine qualitative und quantitative Bewertung vor-

zunehmen. So gehört es zu den Aufgaben der Geschäftsbereiche, selbst strategische Chancen in ihren jeweiligen Teilmärkten zu identifizieren und daraus Maßnahmen für die Produktentwicklung und deren Ausrichtung abzuleiten.

Als Marktführer in den Bereichen Business Social Networking oder auch Social-Recruiting in der D-A-CH-Region sehen wir weitere Chancen für den Ausbau unserer Marktstellung und die weitere Durchdringung dieser Märkte.

Chancen durch eine positive wirtschaftliche Entwicklung

In unterschiedlicher Ausprägung haben auch die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen einen Einfluss auf unsere Geschäftsentwicklung. Da unsere Aussagen zur zukünftigen Entwicklung der Ertragslage auf den im Lagebericht beschriebenen Annahmen zur Konjunkturerwicklung basieren, könnte eine deutlich bessere Entwicklung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen einen sehr positiven Einfluss auf unsere Geschäftstätigkeit haben.

Chancen durch Produktentwicklung und Innovation

Als Wachstumsunternehmen hängt der unternehmerische Erfolg stark von unserer Innovationsgeschwindigkeit und Umsetzungsstärke bei der Entwicklung neuer Produktangebote und Services für unsere Mitglieder und Geschäftskunden in allen Segmenten ab. Aus diesem Grunde liegt ein besonderer Fokus auf der Verbesserung unserer Produktentwicklungsprozesse und der entsprechenden Beschleunigung der Innovationskraft. Hier haben wir im Geschäftsjahr 2013 unter anderem durch die klare Zuteilung der Produkt- und Entwicklungsressourcen auf die einzelnen Geschäftsbereiche wichtige Schritte zur Steigerung der Produktentwicklungseffizienz unternommen. Hieraus können sich weitere Chancen für die Verbesserung der Wachstumsraten ergeben. Sollten wir hier noch schneller als erwartet Fortschritte machen und in der Folge mehr Angebote für unsere Kunden etablieren, so hätte dies zusätzliche positive Effekte auf die Umsatz- und Ergebnisentwicklung der XING AG.

Chancen durch schnellere Durchdringung wichtiger Wachstumsmärkte

Im Geschäftsbereich „E-Recruiting“ können sich zusätzliche Chancen durch die schneller als erwartet stattfindende Akzeptanz der Unternehmen für die Umsetzung von aktiven Recruiting-Maßnahmen und Employer Branding ergeben. Ein wesentlicher Treiber dafür könnten die Veränderungen des Arbeitsmarkts sein. Denn Fachkräftemangel, demografischer Wandel und die gewandelten Ansprüche der neuen Arbeitnehmergeneration werden die Personalarbeit in der Zukunft stark beeinflussen. 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 Karriereseiten 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 und mit transparenten und meinungsfördernden Arbeitsstrukturen aufwartet. Wenn dieser Trend sich schneller als erwartet in den deutschsprachigen Märkten fortsetzt, kann dies sehr positive Effekte auf unsere Umsatz- und Ergebnisentwicklung insbesondere im Segment „E-Recruiting“ haben.

In der Gesamtbetrachtung hat die XING AG insbesondere aufgrund der bisher noch geringen Penetration in wichtigen Wachstumsmärkten zahlreiche Chancen durch eine schneller als geplante Durchdringung dieser Märkte. Weitere Chancen können sich zusätzlich aus der Etablierung neuer Erlösquellen bzw. Geschäftsmodelle ergeben.

Rechtliche Angaben

Der nachfolgende Abschnitt enthält im Wesentlichen Angaben und Erläuterungen nach § 315 Abs. 4 HGB. Diese Angaben betreffen gesellschaftsrechtliche Strukturen und sonstige Rechtsverhältnisse.

ERKLÄRUNG ZUR UNTERNEHMENSFÜHRUNG

Die Erklärung zur Unternehmensführung nach § 289a HGB ist auf unserer Website unter <http://corporate.xing.com/deutsch/investor-relations/corporate-governance/hgb-289a/> wiedergegeben. Sie beinhaltet eine Beschreibung der Arbeitsweise von Vorstand und Aufsichtsrat, die Entsprechenserklärung gemäß § 161 AktG sowie Angaben zu wesentlichen Unternehmensführungspraktiken.

VERGÜTUNGSBERICHT

Der Vergütungsbericht erläutert Höhe und Struktur der Vorstandseinkommen und fasst die Grundsätze der Vergütung des Vorstands der XING AG zusammen. Darüber hinaus enthält er Angaben zu den Grundsätzen und zur Höhe der Vergütung des Aufsichtsrats. Zusätzlich informiert der Vergütungsbericht über den Aktienbesitz von Vorstand und Aufsichtsrat. Der Vergütungsbericht ist Bestandteil des Lageberichts.

ÜBERNAHMERECHTLICHE ANGABEN

Im Folgenden sind die nach § 315 Abs. 4 HGB geforderten übernahmerechtlichen Angaben zum 31. Dezember 2013 dargestellt. Mit der folgenden Erläuterung dieser Angaben wird gleichzeitig den Anforderungen eines erläuternden Berichts gemäß § 176 Abs. 1 Satz 1 AktG entsprochen.

Grundkapital

Das Grundkapital der Gesellschaft wurde in 2013 um 37.894,00 € durch die Ausgabe von 37.894 nennwertloser Stückaktien im Rahmen der Aktienoptionsprogramme für Mitarbeiter erhöht. Es beträgt damit per 31. Dezember 2013 5.592.137 € (Vorjahr: 5.554.243 €) und ist eingeteilt in 5.592.137 nennwertlose auf den Namen lautende Stückaktien zu einem kalkulatorischen Wert von je 1,00 € am Grundkapital. Das gesamte Grundkapital ist voll erbracht. Alle Aktien sind mit gleichen Rechten ausgestattet.

Eigene Aktien

Die Gesellschaft hält zum 31. Dezember 2013 12.832 (Vorjahr: 75.332) Stückaktien. Dies entspricht 0,23 Prozent (Vorjahr: 1,36 Prozent) des Grundkapitals der Gesellschaft. Die Aktien sind im Wesentlichen zur Erfüllung von Verpflichtungen aus laufenden Aktienoptionsprogrammen vorgesehen.

Beschränkungen hinsichtlich der Stimmrechte oder Übertragung von Aktien

Beschränkungen, die Stimmrechte oder Übertragungen von Aktien betreffen können, sind dem Vorstand nicht bekannt.

Beteiligungen am Kapital der Gesellschaft von mehr als 10 Prozent der Stimmrechte

Der Gesellschaft ist zum 31. Dezember 2013 eine Beteiligung der Burda Digital GmbH, München, in Höhe von 52,3 Prozent (Vorjahr: 52,6 Prozent) der Stimmrechte der XING AG bekannt.

Weitere Informationen oder Mitteilungen nach §§ 21 f. WpHG seitens mittelbar und/oder unmittelbar mit mehr als 10 Prozent des Kapitals und der Stimmrechte beteiligter Aktionäre liegen der Gesellschaft nicht vor.

Ernennung und Abberufung von Mitgliedern des Vorstands / Satzungsänderungen

Die Bestellung und Abberufung der Mitglieder des Vorstands richtet sich nach den §§ 84, 85 AktG sowie Ziffer 7 der Satzung in der Fassung vom 26. Mai 2011. Gemäß Ziffer 7 Abs. 1 der Satzung besteht der Vorstand aus einer oder mehreren Personen. Der Aufsichtsrat bestimmt die Anzahl der Mitglieder des Vorstands. Für die Bestellung und Abberufung einzelner oder sämtlicher Mitglieder des Vorstands sieht die Satzung keine Sonderregelungen vor. Die Bestellung und Abberufung liegt in der Zuständigkeit des Aufsichtsrats.

Satzungsänderungen erfolgen nach den §§ 179, 133 AktG. Die Satzung hat nicht von der Möglichkeit Gebrauch gemacht, weitere Erfordernisse für Satzungsänderungen aufzustellen. Die Beschlüsse der Hauptversammlung werden, soweit nicht zwingend gesetzliche Vorschriften entgegenstehen, mit einfacher Mehrheit der abgegebenen Stimmen und, sofern das Gesetz außer der Stimmenmehrheit eine Kapitalmehrheit vorschreibt, mit der einfachen Mehrheit des bei der Beschlussfassung vertretenen Grundkapitals gefasst. Der Aufsichtsrat ist gemäß Ziffern 5.3 bis 5.6 und 18 der Satzung in der aktuellen Fassung zu Satzungsänderungen ermächtigt, die nur die Fassung betreffen.

Befugnisse des Vorstands zur Ausgabe und zum Rückkauf von Aktien

Die Befugnisse des Vorstands der Gesellschaft, Aktien auszugeben oder zurückzukaufen, beruhen sämtlich auf entsprechenden Ermächtigungsbeschlüssen der Hauptversammlung, deren Inhalt nachfolgend dargestellt wird.

Genehmigte und bedingte Kapitalia

Die genehmigten und bedingten Kapitalia sind im Konzernanhang unter der Textziffer „Eigenkapital“ dargestellt.

Ermächtigung zum Erwerb eigener Aktien

Der Vorstand wurde mit Beschluss der Hauptversammlung vom 27. Mai 2010 unter Aufhebung des vorherigen Beschlusses vom 28. Mai 2009 zum Erwerb eigener Aktien wie folgt ermächtigt:

a) Ermächtigung zum Erwerb eigener Aktien

Der Vorstand wird ermächtigt, bis zum 26. Mai 2015 eigene Aktien bis zu insgesamt 10 Prozent des zum Zeitpunkt der Beschlussfassung bestehenden Grundkapitals in Höhe von 5.272.447,00 € der Gesellschaft zu erwerben. Auf die erworbenen Aktien dürfen zusammen mit anderen eigenen Aktien, die sich im Besitz der Gesellschaft befinden oder ihr nach den §§ 71a ff. AktG zuzurechnen sind, zu keinem Zeitpunkt mehr als 10 Prozent des Grundkapitals entfallen. Die Ermächtigung darf nicht zum Zwecke des Handels in eigenen Aktien ausgenutzt werden.

b) Arten des Erwerbs

Der Erwerb darf nach Wahl des Vorstands (1) über die Börse oder (2) aufgrund eines an alle Aktionäre gerichteten öffentlichen Kaufangebots bzw. aufgrund einer an alle Aktionäre gerichteten öffentlichen Aufforderung zur Abgabe von Verkaufsangeboten erfolgen.

1) Erfolgt der Erwerb der Aktien über die Börse, darf der von der Gesellschaft gezahlte Kaufpreis je Aktie (ohne Erwerbsnebenkosten) den am Börsenhandelstag durch die Eröffnungsauktion ermittelten Kurs im Xetra-Handelssystem (oder einem vergleichbaren Nachfolgesystem) an der Frankfurter Wertpapierbörse um nicht mehr als 10 Prozent über- oder unterschreiten.

2) Erfolgt der Erwerb aufgrund eines an alle Aktionäre gerichteten öffentlichen Kaufangebots oder aufgrund einer an alle Aktionäre gerichteten öffentlichen Aufforderung zur Abgabe von Verkaufsangeboten, dürfen

- ▶ im Falle eines an alle Aktionäre gerichteten öffentlichen Kaufangebots der gebotene Kaufpreis je Aktie (ohne Erwerbsnebenkosten) bzw.
- ▶ im Falle einer an alle Aktionäre gerichteten öffentlichen Aufforderung zur Abgabe von Verkaufsangeboten die Grenzwerte der von der Gesellschaft festgelegten Kaufpreisspanne (ohne Erwerbsnebenkosten) den Durchschnitt der Schlusskurse der Aktien der Gesellschaft im Xetra-Handelssystem (oder einem vergleichbaren Nachfolgesystem) an der Frankfurter Wertpapierbörse während der letzten fünf Börsenhandelstage vor dem Tag der öffentlichen Ankündigung des öffentlichen Kaufangebots bzw. der öffentlichen Aufforderung zur Abgabe von Verkaufsangeboten um nicht mehr als 10 Prozent über- oder unterschreiten.

Ergeben sich nach der Veröffentlichung eines an alle Aktionäre gerichteten öffentlichen Kaufangebots bzw. einer an alle Aktionäre gerichteten öffentlichen Aufforderung zur Abgabe von Verkaufsangeboten erhebliche Abweichungen des maßgeblichen Kurses, so kann das Kaufangebot bzw. die Aufforderung zur Abgabe von Verkaufsangeboten angepasst werden. In diesem Fall wird auf den Durchschnitt der Schlusskurse der Aktien der Gesellschaft im Xetra-Handelssystem (oder einem vergleichbaren Nachfolgesystem) an der Frankfurter Wertpapierbörse während der letzten fünf Börsenhandelstage vor der öffentlichen Ankündigung der Anpassung abgestellt.

Sofern ein an alle Aktionäre gerichtetes öffentliches Kaufangebot überzeichnet ist, kann es nur nach Quoten angenommen werden. Sofern im Fall einer an alle Aktionäre gerichteten öffentlichen Aufforderung zur Abgabe von Verkaufsangeboten von mehreren gleichwertigen Angeboten nicht alle angenommen werden, kann die Annahme der Angebote nur nach Quoten erfolgen.

Eine bevorrechtigte Behandlung geringer Stückzahlen bis zu 100 Aktien je Aktionär kann vorgesehen werden.

Das an alle Aktionäre gerichtete öffentliche Kaufangebot bzw. die an alle Aktionäre gerichtete öffentliche Aufforderung zur Abgabe von Verkaufsangeboten kann weitere Bedingungen vorsehen.

c) Verwendung der eigenen Aktien

Der Vorstand wird ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats die aufgrund dieser Ermächtigung erworbenen eigenen Aktien zu allen gesetzlich zugelassenen Zwecken, insbesondere auch zu den folgenden Zwecken zu verwenden:

- 1) Die Aktien können auch in anderer Weise als über die Börse oder aufgrund eines Angebots an alle Aktionäre veräußert werden, wenn der bar zu zahlende Kaufpreis den Börsenpreis der im Wesentlichen gleich ausgestatteten, bereits börsennotierten Aktien nicht wesentlich unterschreitet. Die Anzahl der in dieser Weise veräußerten Aktien darf zusammen mit der Anzahl der neuen Aktien, die während der Laufzeit dieser Ermächtigung aus genehmigtem Kapital unter Bezugsrechtsausschluss nach §186 Abs. 3 Satz 4 AktG ausgegeben werden, und der Anzahl der Aktien, die durch Ausübung von Options- und/oder Wandlungsrechten oder Erfüllung von Wandlungspflichten aus Options- und/oder Wandlungsschuldverschreibungen entstehen können, die während der Laufzeit dieser Ermächtigung unter Bezugsrechtsausschluss nach §186 Abs. 3 Satz 4 AktG ausgegeben werden, 10 Prozent des Grundkapitals nicht überschreiten.
- 2) Die Aktien können gegen Sachleistung veräußert werden, insbesondere auch in Zusammenhang mit dem Erwerb von Unternehmen, Teilen von Unternehmen oder Unternehmensbeteiligungen sowie Zusammenschlüssen von Unternehmen.

3) Die Aktien können durch den Vorstand bzw. – soweit der Vorstand begünstigt ist – durch den Aufsichtsrat zur Bedienung von Bezugsrechten auf Aktien der Gesellschaft verwendet werden, die Mitgliedern des Vorstands der Gesellschaft, ausgewählten Führungskräften, sonstigen Leistungsträgern und Mitarbeitern der Gesellschaft sowie Geschäftsführungsmitgliedern, ausgewählten Führungskräften, sonstigen Leistungsträgern und Mitarbeitern mit ihr verbundener Unternehmen im Sinne des §15 Aktiengesetz

- ▶ im Rahmen des Aktienoptionsplans 2006, zu dessen Auflage die Hauptversammlung vom 3. November 2006 durch Beschluss zu Punkt 6 der Tagesordnung, zuletzt geändert durch Beschluss der Hauptversammlung vom 28. Mai 2009 zu Punkt 10 der Tagesordnung, ermächtigt hat, oder
- ▶ im Rahmen des Aktienoptionsplans 2008, zu dessen Auflage die Hauptversammlung vom 21. Mai 2008 durch Beschluss zu Punkt 7 der Tagesordnung, geändert durch Beschluss der Hauptversammlung vom 28. Mai 2009 zu Punkt 10 der Tagesordnung, ermächtigt hat, oder
- ▶ im Rahmen des Aktienoptionsplans 2009, zu dessen Auflage die Hauptversammlung vom 28. Mai 2009 durch Beschluss zu Punkt 11 der Tagesordnung ermächtigt hat, oder
- ▶ im Rahmen des Aktienoptionsplans 2010, soweit die Hauptversammlung vom 27. Mai 2010 durch Beschluss zu Punkt 8 der Tagesordnung zu dessen Auflage ermächtigt, eingeräumt wurden oder werden. Soweit hiernach Mitglieder des Vorstands der Gesellschaft begünstigt sind, entscheidet der Aufsichtsrat über die Verwendung eigener Aktien zur Bedienung von Bezugsrechten.

4) Die eigenen Aktien können zur Bedienung von Wandlungs- und Optionsrechten auf Aktien der Gesellschaft verwendet werden. Soweit eigene Aktien Mitgliedern des Vorstands der Gesellschaft übertragen werden sollen, gilt diese Ermächtigung für den Aufsichtsrat.

5) Die Aktien können Personen, die in einem Arbeitsverhältnis zur Gesellschaft oder einem mit ihr verbundenen Unternehmen im Sinne von §15 AktG stehen, mit einer Sperrfrist von nicht weniger als zwei Jahren zum Erwerb angeboten oder auf sie übertragen werden. Sie können auch Mitgliedern des Vorstands der Gesellschaft oder Mitgliedern der Geschäftsführung eines mit der Gesellschaft verbundenen Unternehmens im Sinne von §15 AktG mit einer Sperrfrist von nicht weniger als zwei Jahren zum Erwerb angeboten oder auf sie übertragen werden. Soweit Mitglieder des Vorstands der Gesellschaft begünstigt sind, obliegt die Auswahl der Begünstigten und die Bestimmung des Umfangs der ihnen jeweils zu gewährenden Aktien dem Aufsichtsrat.

6) Die eigenen Aktien können eingezogen werden, ohne dass die Einziehung oder ihre Durchführung eines weiteren Hauptversammlungsbeschlusses bedarf. Sie können auch im vereinfachten Verfahren ohne Kapitalherabsetzung durch Anpassung des anteiligen rechnerischen Betrags der übrigen Stückaktien am Grundkapital der Gesellschaft eingezogen werden. Erfolgt die Einziehung im vereinfachten Verfahren, ist der Vorstand zur Anpassung der Zahl der Stückaktien in der Satzung ermächtigt.

Die vorstehenden Ermächtigungen können einmal oder mehrmals, ganz oder teilweise, einzeln oder gemeinsam ausgenutzt werden. Die Ermächtigungen unter (2) und (3) können auch durch abhängige oder in Mehrheitsbesitz der Gesellschaft stehende Unternehmen oder durch auf deren Rechnung oder auf Rechnung der Gesellschaft handelnde Dritte ausgenutzt werden.

Das Bezugsrecht der Aktionäre auf die aufgrund dieser Ermächtigung erworbenen eigenen Aktien wird ausgeschlossen, soweit sie gemäß den vorstehenden Ermächtigungen unter (1) - (5) verwendet werden.

Entschädigungsvereinbarungen der Gesellschaft mit Mitgliedern des Vorstands oder Arbeitnehmern für den Fall eines Übernahmeangebots

Die XING AG gewährt dem Vorstandsmitglied Ingo Chu für den Fall eines Kontrollwechsels an der XING AG (sog. Change of Control) unter Hinzutreten weiterer Bedingungen ein von ihm ausübbares, befristetes Sonderkündigungsrecht. Bei Ausübung des Sonderkündigungsrechts steht Herrn Chu die Zahlung einer Abfindung in Höhe von maximal

des Zweifachen der vertraglich per annum geschuldeten Grundvergütung zzgl. 250.000 € zu. Außerdem erhält das Vorstandsmitglied Ingo Chu in diesem Fall eine Barabfindung für die bei Vertragsbeendigung nicht einlösbaren bzw. noch nicht zugeteilten Aktienoptionen bzw. Shadow Shares. Macht Herr Chu trotz Vorliegens der Voraussetzungen nach einem Kontrollwechsel von seinem Sonderkündigungsrecht keinen Gebrauch, hat Herr Chu Anspruch auf entsprechende Barabfindungen im Hinblick auf Shadow Shares.

Weitere Angaben

Die übrigen nach § 315 Abs. 4 HGB geforderten Angaben betreffen Verhältnisse, die bei der XING AG nicht vorliegen. Weder gibt es Inhaber von Aktien mit Sonderrechten, die Kontrollbefugnisse verleihen, noch Stimmrechtskontrollen durch am Kapital der Gesellschaft beteiligte Arbeitnehmer, noch wesentliche Vereinbarungen, die unter der Bedingung eines Kontrollwechsels infolge eines Übernahmeangebots stehen.

RECHTLICHE EINFLUSSFAKTOREN

Mit der Internet-Plattform www.xing.com agiert die Gesellschaft als überwiegend beruflich genutztes soziales Netzwerk. Dort hinterlegen mehrere Millionen Menschen persönliche Daten und Informationen zu Lebensläufen und beruflichen Werdegängen. Daher ist es von elementarer Bedeutung, dass die XING AG ihren registrierten Nutzern eine seriöse und vertrauensvolle Umgebung zur Verfügung stellt. Die in Deutschland geltenden rechtlichen Rahmenbedingungen insbesondere zum Datenschutz definieren den Rahmen für den Umgang mit sensiblen Nutzerdaten.

Bericht des Vorstands über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen

Der Vorstand der XING AG hat gemäß § 312 AktG einen Bericht über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen erstellt, der folgende Schlusserklärung enthält: „Die XING AG hat auch nach den Umständen, die uns in dem Zeitpunkt bekannt waren, in dem Rechtsgeschäfte vorgenommen oder Maßnahmen getroffen oder unterlassen wurden, bei jedem Rechtsgeschäft eine angemessene Gegenleistung erhalten und ist dadurch, dass Maßnahmen getroffen oder unterlassen wurden, nicht benachteiligt worden.“

Nachtragsbericht

Es haben sich keine für den Konzern wesentlichen Ereignisse nach dem Bilanzstichtag ereignet.

Hamburg, 27. März 2014

Der Vorstand

Dr. Thomas Vollmoeller

Ingo Chu

Timm Richter

Jens Pape

03.

KONZERN-ABSCHLUSS

für das Geschäftsjahr vom 01. Januar bis zum 31. Dezember 2013

71	Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung
72	Konzern-Bilanz
74	Konzern-Gesamtergebnisrechnung
75	Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung
76	Konzern-Kapitalflussrechnung
78	Konzern-Anhang
78	(A) Grundsätze und Methoden
87	(B) Erläuterungen zur Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung
92	(C) Erläuterungen zur Konzern-Bilanz
102	(D) Sonstige Erläuterungen
111	Erklärung des Vorstands
112	Bestätigungsvermerk

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung der XING AG

für das Geschäftsjahr vom 01. Januar bis zum 31. Dezember 2013

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

In Tsd. €	Anhang Nr.	01.01.2013 – 31.12.2013	01.01.2012 – 31.12.2012
Umsatzerlöse aus Dienstleistungen	7	83.330	72.125
Sonstige betriebliche Erträge	8	1.453	1.131
GESAMTE BETRIEBSERTRÄGE		84.783	73.256
Personalaufwand	9	-35.782	-31.119
Marketingaufwand	10	-6.144	-5.138
Sonstige betriebliche Aufwendungen	11	-20.031	-16.936
EBITDA		22.826	20.063
Abschreibungen	15	-8.453	-8.338
EBIT		14.373	11.725
Finanzerträge	12	131	353
Finanzaufwendungen	12	-32	-22
EBT		14.472	12.056
Ertragsteuern	13	-5.335	-4.313
KONZERNERGEBNIS		9.137	7.743
Ergebnis je Aktie (unverwässert)	14	1,65	1,44
Ergebnis je Aktie (verwässert)	14	1,65	1,43

Konzern-Bilanz der XING AG

zum 31. Dezember 2013

Aktiva

In Tsd. €	Anhang Nr.	31.12.2013	31.12.2012
LANGFRISTIGE VERMÖGENSWERTE			
Immaterielle Vermögenswerte			
Software und Lizenzen	15	3.534	2.876
Selbst erstellte Software	15	8.752	7.044
Geschäfts- oder Firmenwert	15	7.743	5.574
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	15	3.510	1.582
Sachanlagen			
Mietereinbauten	15	490	547
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	15	5.805	4.574
Finanzanlagen			
Beteiligungen	15	51	51
Andere finanzielle Vermögenswerte	15	42	23
Latente Steueransprüche	13	941	797
		30.868	23.068
KURZFRISTIGE VERMÖGENSWERTE			
Forderungen und sonstige Vermögenswerte			
Forderungen aus Dienstleistungen	16	8.621	7.322
Ertragsteuerforderungen	16	389	388
Sonstige Vermögenswerte	16	3.443	2.660
Zahlungsmittel und kurzfristige Einlagen			
Eigenzahlungsmittel	16	66.160	56.159
Fremdzahlungsmittel	16	2.820	2.614
		81.433	69.143
		112.301	92.211

Passiva

In Tsd. €	Anhang Nr.	31.12.2013	31.12.2012
EIGENKAPITAL			
Gezeichnetes Kapital	17	5.592	5.554
Eigene Aktien	17	-455	-2.039
Kapitalrücklage	17	18.477	17.393
Sonstige Rücklagen	17	16.368	16.302
Bilanzgewinn	17	20.600	14.552
		60.582	51.762
LANGFRISTIGE VERBINDLICHKEITEN			
Latente Steuerverbindlichkeiten	13	3.557	2.507
Erlösabgrenzung	18	2.082	1.270
Sonstige Rückstellungen	18	215	0
Andere finanzielle Verbindlichkeiten	18	1.485	0
Sonstige Verbindlichkeiten	18	592	0
		7.931	3.777
KURZFRISTIGE VERBINDLICHKEITEN			
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	19	2.015	1.429
Erlösabgrenzung	19	29.368	23.842
Sonstige Rückstellungen	19	703	2.379
Sonstige Verbindlichkeiten	19	11.702	9.022
		43.788	36.672
		112.301	92.211

Konzern-Gesamtergebnisrechnung der XING AG

für das Geschäftsjahr vom 01. Januar bis zum 31. Dezember 2013

Konzern-Gesamtergebnisrechnung

In Tsd. €	01.01.2013 – 31.12.2013	01.01.2012 – 31.12.2012
Konzernergebnis	9.137	7.743
Unterschiede aus Währungsumrechnung	0	87
Sonstiges Ergebnis	0	87
KONZERN-GESAMTERGEBNIS	9.137	7.830

Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung der XING AG

für das Geschäftsjahr vom 01. Januar bis zum 31. Dezember 2013

Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung

In Tsd. €	Anhang Nr.	Ge- zeichnetes Kapital	Kapital- rücklagen	Eigene Anteile	Sonstige Rücklagen	Bilanz- gewinn	Eigen- kapital Summe
STAND 01.01.2012		5.426	14.008	-2.367	15.700	9.829	42.596
Währungsumrechnung	3,5	0	0	0	87	0	87
Summe des direkt im Eigenkapital erfasstes Ergebnis		0	0	0	87	0	87
Konzernergebnis		0	0	0	0	7.743	7.743
Konzern-Gesamtergebnis		0	0	0	87	7.743	7.830
Kapitalerhöhung aus anteilsbasierter Vergütung		128	3.385	0	0	0	3.513
Verkauf eigener Aktien		0	0	328	0	0	328
Dividende für 2011		0	0	0	0	-3.020	-3.020
Personalkosten Aktienoptionsprogramm	9	0	0	0	515	0	515
STAND 31.12.2012		5.554	17.393	-2.039	16.302	14.552	51.762
STAND 01.01.2013		5.554	17.393	-2.039	16.302	14.552	51.762
Währungsumrechnung	5	0	0	0	0	0	0
Summe des direkt im Eigenkapital erfasstes Ergebnis		0	0	0	0	0	0
Konzernergebnis		0	0	0	0	9.137	9.137
Konzern-Gesamtergebnis		0	0	0	0	9.137	9.137
Kapitalerhöhung aus anteilsbasierter Vergütung		38	1.084	0	0	0	1.122
Verkauf eigener Aktien		0	0	1.584	0	0	1.584
Dividende für 2012		0	0	0	0	-3.089	-3.089
Personalkosten Aktienoptionsprogramm	9	0	0	0	66	0	66
STAND 31.12.2013		5.592	18.477	-455	16.368	20.600	60.582

Konzern-Kapitalflussrechnung der XING AG

für das Geschäftsjahr vom 01. Januar bis zum 31. Dezember 2013

Konzern-Kapitalflussrechnung

In Tsd. €	Anhang Nr.	01.01.2013 – 31.12.2013	01.01.2012 – 31.12.2012
Ergebnis vor Steuern		14.472	12.056
Abschreibungen auf aktivierte Entwicklungskosten	15	1.920	2.455
Abschreibungen auf übriges Anlagevermögen	15	6.533	5.883
Personalkosten Aktienoptionsprogramm	9	66	515
Zinserträge	12	-131	-353
Erhaltene Zinsen		163	474
Zinsaufwendungen	12	32	22
Gezahlte Steuern		-5.013	-4.768
Nicht aktivierungsfähige Auszahlungen für Akquisition konsolidierter Unternehmen		372	0
Gewinn aus Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens		-52	0
Veränderung der Forderungen und sonstiger Aktiva		-2.133	-2.552
Veränderung der Verbindlichkeiten und sonstiger Passiva		2.859	3.391
Zahlungsunwirksame Veränderungen durch Änderungen des Konsolidierungskreises		-1.431	84
Veränderung der Erlösabgrenzung		6.338	2.247
Eliminierung XING Events Fremdverpflichtung		-206	-593
CASHFLOW AUS LAUFENDER GESCHÄFTSTÄTIGKEIT		23.789	18.861
Auszahlung für aktivierte Aufwendungen selbst entwickelter Software	15	-3.791	-2.427
Auszahlung für den Erwerb von Software	15	-2.408	-2.213
Auszahlungen für den Erwerb von sonstigen immateriellen Vermögenswerten	15	-123	0
Einzahlungen aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens		200	69
Auszahlungen für den Erwerb von Sachanlagen	15	-4.314	-2.725
Auszahlungen für den Erwerb von Finanzanlagen	15	-19	0
Auszahlung für Akquisition konsolidierter Unternehmen (abzüglich erworbener Finanzmittel)	3	-2.949	-2.455
CASHFLOW AUS INVESTITIONSTÄTIGKEIT		-13.404	-9.751

Konzern-Kapitalflussrechnung

In Tsd. €	Anhang Nr.	01.01.2013 – 31.12.2013	01.01.2012 – 31.12.2012
Einzahlung aus Optionsausübungen		1.122	3.513
Einzahlungen aus dem Verkauf eigener Aktien		1.584	328
Auszahlung Kapitalrückgewähr		0	-19.953
Auszahlung Dividende		-3.089	-3.020
Gezahlte Zinsen		-1	-22
CASHFLOW AUS FINANZIERUNGSTÄTIGKEIT		-384	-19.154
Differenzen aus der Währungsumrechnung		0	7
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelbestands		10.001	-10.037
Eigen-Finanzmittelbestand zu Beginn der Periode		56.159	66.196
EIGEN-FINANZMITTELBESTAND AM ENDE DER PERIODE ¹	16	66.160	56.159
Fremd-Finanzmittelbestand zu Beginn der Periode		2.614	2.021
Konsolidierungsbedingte Zuführung des Fremd-Finanzmittelbestands		0	0
Veränderung des Fremdmittelbestands		206	593
FREMD-FINANZMITTELBESTAND AM ENDE DER PERIODE		2.820	2.614

¹ Finanzmittel bestehen aus liquiden Mitteln

Konzern-Anhang

(A) Grundsätze und Methoden

1. Informationen zum Unternehmen

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 ihre Umsatzerlöse im Wesentlichen aus Mitgliedsbeiträgen der Premium-Mitglieder und betreibt die Plattform gegenwärtig frei von bezahlter Werbung für Premium-Mitglieder.

Der Konzernabschluss und der Konzernlagebericht zum 31. Dezember 2013 der XING AG wurden durch den Vorstand am 26. März 2014 zur Veröffentlichung freigegeben und werden am 27. März 2014 zur Billigung dem Aufsichtsrat der Gesellschaft vorgelegt. Der Konzernabschluss und der Konzernlagebericht werden im elektronischen Bundesanzeiger veröffentlicht.

2. Grundlage der Abschlusserstellung

Der Konzernabschluss der XING AG (nachfolgend auch „XING“, „XING AG“ oder die „Gesellschaft“ genannt) wurde gemäß den internationalen Rechnungslegungsvorschriften IFRS (International Financial Reporting Standards), wie sie vom International Accounting Standards Board (IASB) veröffentlicht wurden, und den ergänzend nach § 315a Abs. 1 HGB anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften aufgestellt. Es wurden alle IFRS und IFRIC beachtet, die zum 31. Dezember 2013 von der EU-Kommission übernommen wurden und verpflichtend anzuwenden sind.

Der Konzernabschluss wird nach dem Anschaffungskostenprinzip in Euro aufgestellt. Sofern nichts anderes angegeben ist, sind sämtliche Werte entsprechend kaufmännischer Rundung auf Tausend Euro (Tsd. €) gerundet. Die dargestellten Tabellen und Angaben können rundungsbedingte Differenzen enthalten.

Die Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung wird nach dem Gesamtkostenverfahren aufgestellt.

Die angewandten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden entsprechen den im Vorjahr angewandten Methoden.

NEUE UND GEÄNDERTE STANDARDS UND INTERPRETATIONEN, DIE FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2013 GELTEN

IAS 1 Darstellung des Abschlusses – Darstellung von Bestandteilen des sonstigen Ergebnisses

Die Änderungen des IAS 1 führen zu einer Gruppierung der im sonstigen Ergebnis dargestellten Posten (Berichtsperioden ab 1. Juli 2012).

IAS 12 Ertragsteuern latente Steuern

Die Änderungen des Standards haben keine Auswirkungen auf den Konzernabschluss.

IAS 19 Leistungen an Arbeitnehmer

Es ergeben sich keine Auswirkungen auf den Konzernabschluss aufgrund der Änderungen in diesem Standard.

IFRS 13 Bemessung des beizulegenden Zeitwertes

Der Standard legt einheitliche Richtlinien für die Ermittlung des beizulegenden Zeitwertes fest.

Verbesserungen zu IFRS (veröffentlicht im Mai 2012)

Im Mai 2012 veröffentlichte der IASB als Ergebnis seines Projekts der jährlichen Verbesserungen einen Sammelstandard zur Änderung von fünf IFRS. Ziel des Projekts sind die Klarstellung von Leitlinien und Formulierungen und die Berichtigung vergleichsweise kleiner Punkte.

Aus der erstmalig verpflichtenden Anwendung der überarbeiteten Standards im Geschäftsjahr ergaben sich keine wesentlichen Auswirkungen auf den Konzernabschluss.

VERÖFFENTLICHTE, VORZEITIG ANGEWANDTE STANDARDS

Zum 1. Januar 2013 wendete die XING folgenden Standard vorzeitig an:

IAS 36 Wertminderung von Vermögenswerten (überarbeitet 2013) (ab/nach 01.01.2014)

Mit dieser Änderung wurden einige der Angabevorschriften hinsichtlich der Bemessung des erzielbaren Betrags von wertgeminderten Vermögenswerten geändert. Der Standard ist auf Geschäftsjahre anzuwenden, die am oder nach dem 1. Januar 2014 beginnen. Eine vorzeitige Anwendung ist zulässig.

VERÖFFENTLICHTE, NOCH NICHT VERPFLICHTEND ANZUWENDEnde STANDARDS

Nachfolgend werden für die Geschäftstätigkeit des Konzerns relevante und bis zum Zeitpunkt der Veröffentlichung des Konzernabschlusses veröffentlichte, aber noch nicht verpflichtend anzuwendende Standards und Interpretationen aufgeführt.

IAS 27 Einzelabschlüsse (überarbeitet 2011) (ab/nach 01.01.2014)

Der Anwendungsbereich des IAS 27 beschränkt sich mit der Verabschiedung von IFRS 10 und IFRS 12 allein auf die Bilanzierung von Tochterunternehmen, gemeinschaftlich geführten und assoziierten Unternehmen in separaten Einzelabschlüssen des Konzerns.

IAS 32 und IFRS 7 – Saldierung von finanziellen Vermögenswerten und finanziellen Schulden (ab/nach 01.01.2014)

Mit dieser Änderung sollen bestehende Inkonsistenzen über eine Ergänzung der Anwendungsleitlinien beseitigt werden. Die bestehenden grundlegenden Bestimmungen zur Saldierung von Finanzinstrumenten werden jedoch beibehalten. Mit der Änderung werden darüber hinaus ergänzende Angaben definiert.

IFRS 9 Finanzinstrumente: Klassifizierung und Bewertung

Die erste Phase bei der Vorbereitung der Einführung des IFRS 9 Finanzinstrumente beinhaltet die Klassifizierung und Bewertung von finanziellen Vermögenswerten. Alle finanziellen Vermögenswerte, die in den Anwendungsbereich des IAS 39 fallen, sind demnach bei der erstmaligen Erfassung zum beizulegenden Zeitwert anzusetzen. Schuldinstrumente können unter bestimmten Voraussetzungen im Rahmen der Folgebilanzierung zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet werden. Eigenkapitalinstrumente werden entweder erfolgsneutral oder erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet, wobei die Unternehmen dies für jeden Vermögenswert unwiderruflich entscheiden müssen. Im Juli 2013 hat das IASB vorläufig entschieden, den verpflichtenden Erstanwendungszeitpunkt zu verschieben und bis zum Abschluss der zweiten Phase des IFRS 9 zur Wertminderungsmethodologie offenzulassen. Die European Financial Reporting Advisory Group hat die Empfehlung zur Übernahme des derzeit veröffentlichten IFRS 9 in der EU verschoben.

IFRS 10 Konzernabschlüsse (ab/nach 01.01.2014)

IFRS 10 ersetzt die Bestimmungen des bisherigen IAS 27 Konzern- und Einzelabschlüsse zur Konzernrechnungslegung und beinhaltet Fragestellungen, die bislang in SIC-12 Konsolidierung Zweckgesellschaften geregelt wurden.

IFRS 12 Angaben zu Beteiligungen an anderen Unternehmen (ab/nach 01.01.2014)

Der Standard regelt einheitlich die Angabepflichten für den Bereich der Konzernrechnungslegung und konsolidiert die Angaben der Tochterunternehmen, die bislang in IAS 27 geregelt waren, die Angaben für gemeinschaftlich geführte und assoziierte Unternehmen, die bislang in IAS 31 bzw. IAS 28 geregelt waren, sowie für strukturierte Unternehmen.

Die Umsetzung erfolgt spätestens im Jahr der erstmalig verpflichtenden Anwendung. Die Auswirkungen von IFRS 9 werden derzeit noch analysiert. Nach derzeitigen Erkenntnissen erwarten wir für diese wie auch für die übrigen neuen Standards mit Ausnahme neuer bzw. modifizierter Anhangangaben bei der erstmaligen Anwendung keine wesentlichen Auswirkungen auf den Konzernabschluss.

3. Konsolidierungskreis und Unternehmenszusammen-schlüsse

In den Konzernabschluss sind neben der XING AG die Tochtergesellschaften einbezogen, die von der XING AG als Mutterunternehmen beherrscht werden. Eine Beherrschung wird angenommen, wenn das Mutterunternehmen Verfügungsmacht über das Beteiligungsunternehmen ausüben kann, schwankenden Renditen aus der Beteiligung ausgesetzt ist und die Renditen aufgrund ihrer Verfügungsmacht der Höhe nach beeinflussen kann. Dies liegt in der Regel dann vor, wenn das Mutterunternehmen direkt oder indirekt mehr als die Hälfte der Stimmrechte des Tochterunternehmens besitzt, es sei denn, es kann eindeutig bestimmt werden, dass dieser Besitz nicht eine Beherrschung begründet. Die Tochtergesellschaften werden ab dem Zeitpunkt konsolidiert, ab dem der Konzern die Beherrschung erlangt, und ab dem Zeitpunkt nicht mehr konsolidiert, sobald durch den Konzern keine Beherrschung mehr besteht.

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

Der Konsolidierungskreis im Konzernabschluss umfasst folgende Unternehmen:

	Kapitalanteil 31.12.2013 in %	Erstkon- solidierung
amiando UK Ltd., Birmingham, Großbritannien ¹	100	2011
Grupo Galenicom Tecnologías de la Información (eConozco), S.L., Barcelona, Spanien	100	2007
XING International Holding GmbH, Hamburg, Deutschland	100	2007
XING Networking Spain S.L., Barcelona, Spanien ²	100	2007
XING Switzerland GmbH, Sarnen, Schweiz ²	100	2008
XING Events GmbH (vormals: amiando GmbH), Hamburg	100	2011
kununu GmbH, Wien, Österreich	100	2013

¹ 100 % werden mittelbar über Anteile in Höhe von 100 % an der XING Events GmbH, Hamburg, Deutschland, gehalten.

ENDKONSOLIDIERUNG EINIGER GESELLSCHAFTEN IM GESCHÄFTSJAHR 2012

Im Geschäftsjahr 2012 erfolgte die Endkonsolidierung der folgenden Gesellschaften, da sie liquidiert wurden: EUDA Uluslararasi Danismanlik ve Bilisim Hizmetleri Limited Sirketi (XING Turkey), Istanbul, Türkei, XING Insan Kaynaklari Uluslararasi Danismanlik Hizmetleri Ltd. Sti., Istanbul, Türkei, XING Italy S.R.L., Mailand, Italien, Socialmedian Inc., Wilmington, Delaware, USA, und XING Hong Kong Ltd., Hongkong, China. Das im Geschäftsjahr 2012 in den sonstigen betrieblichen Aufwendungen erfasste Endkonsolidierungsergebnis von -0,1 Mio. € resultiert im Wesentlichen aus der Auflösung der bislang direkt im Eigenkapital erfassten Fremdwährungsumrechnung für diese Gesellschaften.

ERWERB DER KUNUNU GMBH IM JANUAR 2013

Die XING AG hat am 8. Januar 2013 sämtliche Geschäftsanteile an der kununu GmbH, Wien, Österreich, der Betreiberin der führenden Plattform für Arbeitgeber-Bewertungen im deutschsprachigen Raum, übernommen.

Mit dem Erwerb erweitert die XING AG die Wertschöpfungskette im E-Recruiting-Geschäft. Mit Vertragsunterschrift hat die XING AG an den Verkäufer zunächst 3,6 Mio. € gezahlt. Weitere 0,9 Mio. € sind im Geschäftsjahr 2014 zu entrichten. In Abhängigkeit von verschiedenen Faktoren, insbesondere der Umsatz- und EBITDA-Entwicklung der kununu GmbH in den Jahren 2013 und 2014, erhalten die weiterhin als Geschäftsführer tätigen ehemaligen Gesellschafter maximal weitere 4,7 Mio. € als erfolgsabhängige Vergütungsbestandteile, die nicht als Kaufpreis zu erfassen sind. 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 im Geschäftsjahr 2013 aufgrund des Unternehmenserwerbs ist nachfolgend aufgezeigt:

In Tsd. €	2013
Kaufpreis	- 4.562
dem Erwerb direkt zurechenbare Kosten	-372
mit dem Tochterunternehmen erworbene Fremdzahlungsmittel	1.085
zzgl. noch nicht geleisteter Kaufpreisanteil (abgezinst)	900
Zahlungsmittelabfluss (Saldo)	-2.949

Die Vermögenswerte und Schulden der kununu GmbH stellten sich zum Erwerbszeitpunkt vor Aufteilung des Kaufpreises wie folgt dar:

Erstkon-solidierung	08.01.2013 in Tsd. €
VERMÖGENSWERTE	
Sachanlagen	109
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	15
Sonstige Aktiva	135
Zahlungsmittel	1.085
	1.344
SCHULDEN	
Rückstellungen	-42
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	-99
Sonstige Verbindlichkeiten	-1.407
	-1.548
Summe des identifizierbaren Nettovermögens vor Aufteilung des Kaufpreises	-204

Die Kaufpreisallokation wurde im Konzern-Zwischenabschluss zum 31. März 2013 zunächst auf vorläufiger Basis vorgenommen. Aufgrund besserer nachträglicher Erkenntnisse der zum Erwerbszeitpunkt bestehenden Verhältnisse wurde die zu diesem Zeitpunkt als bedingte Gegenleistung angesehene Verpflichtung zur Zahlung von maximal 4,7 Mio. € an die Veräußerer nunmehr als Vergütung für die Geschäftsführungsleistungen nach dem Unternehmenszusammenschluss eingestuft. Der Kaufpreis und der Geschäfts- und Firmenwert haben sich entsprechend vermindert. Die beizulegenden Zeitwerte der im Rahmen der Kaufpreisallokation identifizierten Vermögenswerte und Schulden sowie der Geschäfts- oder Firmenwert stellen sich zum Erstkonsolidierungszeitpunkt wie folgt dar:

Erstkonsolidierung	08.01.2013 in Tsd. €
Kaufpreis	4.562
Negatives Eigenkapital der kununu GmbH (vor Kaufpreisaufteilung)	204
WERT KAUFPREISAUFTEILUNG	4.766
Wert selbst erstellte Software	-380
Wert Marke/Domain	-780
Wert Kundenbeziehungen	-2.020
Aktive latente Steuern	-213
Passive latente Steuern	796
GESCHÄFTS- ODER FIRMENWERT	2.169

Der Geschäfts- oder Firmenwert ist auf erwartete Synergien und andere Effekte aus den Aktivitäten der kununu GmbH zurückzuführen. Es wird davon ausgegangen, dass der erfasste Geschäfts- oder Firmenwert steuerlich nicht abzugsfähig ist. Die kununu GmbH hat im Geschäftsjahr 2013 einen Umsatz in Höhe von 3.900 Tsd. € und ein Ergebnis in Höhe von 1.102 Tsd. € erwirtschaftet.

4. Wesentliche Ermessensentscheidungen und Schätzungen

Die Erstellung des Konzernabschlusses erfordert in einem begrenzten Umfang Annahmen und Schätzungen, die sich auf Höhe und Ausweis der bilanzierten Vermögenswerte und Schulden, der Erträge und Aufwendungen sowie der Eventualverbindlichkeiten auswirken. Obwohl diese Schätzungen durch die Geschäftsleitung nach bestem Wissen und unter Berücksichtigung sämtlicher aktuell verfügbarer Erkenntnisse vorgenommen wurden, können die tatsächlichen Ergebnisse von diesen Schätzungen abweichen.

Wesentliche Schätzungen und Annahmen wurden insbesondere bei den nachfolgend dargestellten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden getroffen: der Wertminderung von Geschäfts- oder Firmenwerten, der Aktivierung von Entwicklungskosten für Software, der Wertberichtigung zweifelhafter Forderungen, der Ermittlung der Höhe

der aktivierungsfähigen latenten Steueransprüche und der Höhe der aktienbasierten Vergütungen sowie der Berechnung der sonstigen Rückstellungen. Für die wichtigsten zukunftsbezogenen Annahmen sowie sonstige am Bilanzstichtag bestehende wesentliche Quellen von Schätzungsunsicherheiten, aufgrund derer das Risiko einer Anpassung der Buchwerte innerhalb des nächsten Geschäftsjahres bestehen könnte, verweisen wir auf die entsprechenden Einzelerläuterungen.

Darüber hinaus werden Schätzungen und Annahmen bei der Bestimmung der Nutzungsdauern von immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen vorgenommen, die einer jährlichen Überprüfung unterliegen. Die tatsächlichen Werte können von den Schätzungen abweichen. Änderungen werden zum Zeitpunkt einer besseren Kenntnis entsprechend berücksichtigt.

5. Fremdwährungsumrechnung

Der Konzernabschluss wird in Euro, der funktionalen Währung und Berichtswährung des Konzerns, erstellt. Jedes Unternehmen innerhalb des Konzerns bestimmt seine eigene funktionale Währung, und alle im Jahresabschluss enthaltenen Posten des jeweiligen Unternehmens werden unter Verwendung dieser funktionalen Währung erfasst. Monetäre Vermögenswerte und Schulden in einer Fremdwährung werden zu dem am Bilanzstichtag geltenden Wechselkurs in die funktionale Währung umgerechnet. Aufwendungen und Erträge werden zu unterjährigen Durchschnittskursen umgerechnet. Entstehende Umrechnungsdifferenzen werden im Periodenergebnis berücksichtigt.

Nicht monetäre Positionen, die zu historischen Anschaffungskosten in fremder Währung angesetzt sind, werden mit dem Umrechnungskurs zum Zeitpunkt des Geschäftsvorfalles umgerechnet. Nicht monetäre Positionen, die zum beizulegenden Zeitwert in fremder Währung angesetzt sind, werden mit dem Umrechnungskurs zu dem Zeitpunkt umgerechnet, zu dem der beizulegende Zeitwert bestimmt wurde.

Aufgrund finanzieller, wirtschaftlicher und organisatorischer Selbstständigkeit der ausländischen Tochtergesellschaften entspricht die funktionale Währung jeweils der Landeswährung. Zum Bilanzstichtag werden die Vermögenswerte und Schulden zu dem am Bilanzstichtag geltenden Wechselkurs in die Berichtswährung des Konzerns umge-

rechnet. Die Gewinn- und Verlustrechnung wird zu den gewichteten durchschnittlichen Umrechnungskursen des Jahres umgerechnet. Die sich ergebenden Umrechnungsdifferenzen werden direkt ergebnisunwirksam als separater Bestandteil des Eigenkapitals erfasst.

6. Wesentliche Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze

Erträge aus Mitgliedsbeiträgen werden tagesgenau unter Berücksichtigung der anteiligen Dauer der jeweiligen Mitgliedschaft zum Bilanzstichtag erfasst. Sämtliche erhaltenen Vorauszahlungen für Perioden nach dem Stichtag sind in der Bilanz als Erlösabgrenzung ausgewiesen; die Umsatzerlöse werden in den nachfolgenden Zeiträumen erfasst.

Erträge aus den Bereichen Jobs und Advertising werden tagesgenau unter Berücksichtigung der anteiligen Dauer der jeweiligen Vertragslaufzeit zum Bilanzstichtag erfasst. Sämtliche erhaltenen Zahlungen für Perioden nach dem Stichtag sind in der Bilanz als Erlösabgrenzung ausgewiesen; die Umsatzerlöse werden in den nachfolgenden Zeiträumen erfasst.

Die Gesamtergebnisrechnung enthält ausschließlich Posten, die in späteren Berichtsperioden in die Gewinn- oder Verlustrechnung umgliedert werden können.

Ausgaben für den Erwerb von sonstigen immateriellen Vermögenswerten werden aktiviert und über die erwartete Nutzungsdauer von drei bis zu fünf Jahren nach der linearen Methode abgeschrieben. Die Abschreibung beginnt zu dem Zeitpunkt, zu dem der immaterielle Vermögenswert genutzt werden kann.

Gemäß IAS 38 und SIC 32 werden immaterielle Vermögenswerte, die aus der Entwicklung im Rahmen eines einzelnen Projekts entstehen, nur dann angesetzt, wenn der Konzern nachweisen kann, dass die technische Realisierbarkeit zur Fertigstellung des Projekts, so dass es für den internen Gebrauch oder den Verkauf genutzt werden kann, gegeben ist, dass die Absicht besteht, das Projekt durchzuführen, und die Fähigkeit zum internen Gebrauch oder zum Verkauf des Vermögenswerts besteht, dass der Vermögenswert zukünftigen

wirtschaftlichen Nutzen generieren wird und die Verfügbarkeit von Ressourcen zur Fertigstellung und die Fähigkeit zur zuverlässigen Messung der Ausgaben vorhanden ist. Nach dem erstmaligen Ansatz der Entwicklungskosten wird der Vermögenswert zu Herstellungskosten abzüglich kumulierter Abschreibungen und kumulierter Wertminderungen bilanziert. Alle aktivierten Entwicklungskosten werden linear über die Restnutzungsdauer der XING-Plattform abgeschrieben.

Die Restnutzungsdauer der Plattform beträgt am 31. Dezember 2013 noch 48 Monate. Mit Beginn des Geschäftsjahres 2013 wurde die Restnutzungsdauer der Plattform auf weitere fünf Jahre neu festgelegt.

Der beizulegende Zeitwert der Entwicklungskosten wird jährlich auf Wertminderungen hin überprüft, solange der Vermögenswert noch nicht genutzt wird bzw. wenn unterjährig Indikatoren für eine Wertminderung vorliegen.

Immaterielle Vermögenswerte werden auf Wertminderungen untersucht, sobald Anzeichen hierfür erkennbar sind. Die Abschreibungsdauer, die Restwerte und die Abschreibungsmethode für einen immateriellen Vermögenswert mit begrenzter Nutzungsdauer werden zumindest zum Ende eines jeden Geschäftsjahres überprüft.

Zinsen, die dem Erwerb oder der Herstellung eines qualifizierten Vermögenswerts zugeordnet und daher als Teil der Anschaffungs- oder Herstellungskosten aktiviert werden können, bestehen nicht.

Die Gesellschaft bilanziert Unternehmenserwerbe mithilfe der Erwerbsmethode, was im Falle eines positiven Unterschiedsbetrags zum Ansatz eines Geschäfts- oder Firmenwerts führt. Der im Rahmen eines Unternehmenszusammenschlusses erworbene Geschäfts- oder Firmenwert wird anfänglich zu Anschaffungskosten angesetzt, wobei es sich um die Mehrkosten des Unternehmenszusammenschlusses gegenüber dem Anteil des Konzerns am Nettozeitwert der identifizierbaren Vermögenswerte, Schulden und Eventualschulden handelt. Nach IFRS wird der Geschäfts- oder Firmenwert nicht planmäßig über seine Nutzungsdauer abgeschrieben. Die Gesellschaft ist verpflichtet, den Geschäfts- oder Firmenwert mindestens einmal jährlich auf Wertminderung zu überprüfen, sofern keine Hinweise auf eine potenzielle Wertminderung bestehen.

Bei Vorliegen entsprechender Indikatoren ist eine sofortige Überprüfung auf eine mögliche Wertminderung durchzuführen. Für die Zwecke der Überprüfung auf Wertminderung wird der Geschäfts- oder Firmenwert ab dem Erwerbszeitpunkt jeder der Zahlungsmittel generierenden Einheiten des Konzerns zugerechnet, die aus den Synergien des Zusammenschlusses Nutzen ziehen sollen. Die Wertminderung wird bestimmt durch Ermittlung des erzielbaren Betrags der Zahlungsmittel generierenden Einheit, auf die sich der Geschäfts- oder Firmenwert bezieht. Wenn der erzielbare Betrag der Zahlungsmittel generierenden Einheit geringer ist als der Buchwert, wird ein Wertminderungsaufwand erfasst. Auch wenn der erzielbare Betrag den Buchwert der Zahlungsmittel generierenden Einheit, der der Geschäfts- oder Firmenwert zugeordnet ist, in künftigen Perioden übersteigt, werden keine Wertaufholungen auf abgeschriebene Geschäfts- oder Firmenwerte vorgenommen.

Die Überprüfung der Werthaltigkeit des Geschäfts- oder Firmenwerts setzt eine Schätzung des erzielbaren Betrags der zahlungsmittelgenerierenden Einheit, der der Geschäfts- oder Firmenwert zugerechnet wird, voraus. Der erzielbare Betrag ist der höhere Betrag aus Nettoveräußerungswert und Nutzungswert. Der Nettoveräußerungswert entspricht dem Betrag, der aus einem Verkauf eines Vermögenswerts zu marktüblichen Bedingungen erzielbar ist, abzüglich seiner Veräußerungskosten. Der Nutzungswert wird grundsätzlich auf Basis der geschätzten künftigen Cashflows aus der Nutzung und dem Abgang des Vermögenswerts mithilfe des Discounted-Cashflow-Verfahrens ermittelt. Die Cashflows werden aus der Unternehmensplanung abgeleitet, aktuelle Entwicklungen werden berücksichtigt. Sie werden unter Anwendung risikoäquivalenter Kapitalisierungszinssätze auf den Zeitpunkt der Überprüfung der Werthaltigkeit abgezinst.

Aufgrund der Struktur des XING-Geschäfts gab es im Konzern bislang nur eine zahlungsmittelgenerierende Einheit (Cash-Generating-Unit, abgekürzt CGU). Sie enthielt sämtliche über die XING-Plattform abgewickelten Geschäftsvorfälle. Entsprechend wurden die im Rahmen von Unternehmenszusammenschlüssen erworbenen Goodwills bislang dieser CGU „XING-Plattform“ zugeordnet. Mit Beginn des Geschäftsjahres 2013 wurden die bestehenden Geschäftsbereiche neu geordnet. Der XING-Konzern unterteilt sich seitdem in drei Segmente (Network/Premium, E-Recruiting, Events). Das Segment Network/Premium besteht aus zwei Unterbereichen.

Die Sachanlagen werden zu Anschaffungskosten abzüglich kumulierter linearer Abschreibung über eine Nutzungsdauer von drei (IT-Ausstattung) bis zu 13 Jahren (Büroausstattung) und kumulierter Wertminderungen angesetzt. Die Restbuchwerte, Nutzungsdauern und Abschreibungsmethoden werden mit Abschluss des Geschäftsjahres bei Bedarf überarbeitet und angepasst.

Finanzielle Vermögenswerte im Sinne des IAS 39 werden in unterschiedliche Kategorien eingeordnet. Die finanziellen Vermögenswerte von XING beinhalten im Wesentlichen Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente sowie Forderungen aus Lieferungen und Leistungen. Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente sind nicht in der Kategorie zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte enthalten, da diese Finanzinstrumente keinen Wertschwankungen unterliegen. Beim erstmaligen Ansatz solcher Vermögenswerte werden diese mit dem beizulegenden Zeitwert bewertet. Darüber hinaus berücksichtigt werden direkt zurechenbare Transaktionskosten von Finanzinvestitionen, die nicht als erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet klassifiziert sind.

Nach erstmaligem Ansatz werden zur Veräußerung verfügbare Finanzinstrumente mit dem beizulegenden Zeitwert bewertet und die Gewinne und Verluste direkt im Eigenkapital erfasst.

Der beizulegende Zeitwert von Beteiligungen, die aktiv in einem organisierten Finanzmarkt gehandelt werden, wird am Ende des Geschäftsjahres durch den aktuellen Angebotspreis zum Bilanzstichtag ermittelt. Ist der beizulegende Zeitwert der Beteiligung nicht verlässlich ermittelbar, wird diese zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet.

Finanzinstrumente der Kategorien „Kredite und Forderungen“ und „Sonstige Verbindlichkeiten“ werden mit den fortgeführten Anschaffungskosten bewertet.

Wertminderungen auf Finanzinstrumente werden erfolgswirksam erfasst.

Der Konzern verfügt derzeit über keine Finanzinstrumente der Kategorien „Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert“ und „Bis zur Endfälligkeit gehalten“.

Finanzielle Vermögenswerte werden ausgebucht, wenn i) die vertraglichen Rechte auf Cashflows aus dem Vermögenswert auslaufen; ii) der Konzern das Recht, Cashflows aus dem Vermögenswert zu generieren, behält, jedoch eine Verpflichtung zur vollständigen und unverzüglichen Zahlung der Cashflows an einen Dritten im Rahmen einer Vereinbarung zur Weiterleitung angenommen hat; oder iii) das Recht, Cashflows aus dem Vermögenswert zu generieren, übertragen hat und entweder (a) im Wesentlichen alle Risiken und Chancen des Vermögenswerts übertragen wurden oder (b) weder alle wesentlichen Risiken und Chancen des Vermögenswerts übertragen noch zurückbehalten wurden, jedoch die Verfügungsmacht des Vermögenswerts übertragen wurde.

Die beizulegenden Zeitwerte der finanziellen Vermögenswerte oder Verbindlichkeiten entsprechen den Buchwerten.

Eine finanzielle Verbindlichkeit wird dann ausgebucht, wenn die Verpflichtung aus der Verbindlichkeit erlassen oder aufgehoben wurde oder erloschen ist.

Tatsächliche Steueransprüche und -schulden für laufende und frühere Perioden werden mit dem erwarteten Betrag angesetzt. Zur Berechnung des Betrags werden die Steuersätze und Steuergesetze zugrundegelegt, die am Bilanzstichtag für die entsprechenden Perioden gelten.

Latente Steuern resultieren aus temporären Differenzen zwischen dem Buchwert eines Vermögenswertes oder einer Verbindlichkeit in der Bilanz und seiner steuerlichen Bemessungsgrundlage sowie aus steuerlichen Verlustvorträgen. Die Ermittlung erfolgt nach der bilanzorientierten Verbindlichkeitsmethode und beruht auf der Anwendung der in den einzelnen Ländern zum Realisationszeitpunkt erwarteten Steuersätze. Diese basieren grundsätzlich auf den am Bilanzstichtag gültigen gesetzlichen Regelungen. Die Auswirkungen von Änderungen in der Steuergesetzgebung, die sich in Bezug auf aktive und passive latente Steuern ergeben, werden während der Periode in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst, in der die Änderung wirksam wird. Aus steuerlichen Verlustvorträgen resultierende aktive latente Steuern werden aktiviert, soweit es wahrscheinlich ist, dass in absehbarer Zukunft ein steuerliches Ergebnis vorhanden ist, mit dem die steuerlichen Verlustvorträge verrechnet werden können. Die aktiven latenten Steuern werden jährlich auf ihre Realisierbarkeit überprüft.

Tatsächliche Steueransprüche und -schulden sowie latente Steueransprüche und -schulden werden jeweils miteinander verrechnet, wenn der Konzern einen einklagbaren Anspruch auf Aufrechnung der tatsächlichen Steuererstattungsansprüche gegen tatsächliche Steuerschulden hat und die latenten Steueransprüche und -schulden sich auf Ertragsteuern des gleichen Steuersubjekts beziehen, die von der gleichen Steuerbehörde erhoben werden.

Forderungen und sonstige Vermögenswerte werden mit dem ursprünglichen Rechnungsbetrag abzüglich einer Wertberichtigung für uneinbringliche oder nicht mehr vollständig einbringliche Beträge erfasst. Wertberichtigungen werden dann vorgenommen, wenn es objektive Hinweise darauf gibt, dass die Forderungen nicht mehr oder nicht mehr vollständig einbringlich sind.

Laufende Guthaben bei Kreditinstituten und Barbestände werden zu ihren Nominalbeträgen angesetzt.

Kosten der Eigenkapitalbeschaffung werden nach IAS 32.35 als Abzug vom Eigenkapital (Verrechnung mit der Kapitalrücklage) unter Abzug der damit verbundenen Ertragsteuervorteile bilanziert, jedoch nur, sofern diese wahrscheinlich zu erwarten sind.

Einige Mitarbeiter und Führungskräfte des Konzerns erhalten aktienbasierte Vergütungen in Form von Eigenkapitalinstrumenten (Aktienoptionen). Die über den Erdienungszeitraum aufwandswirksam zu erfassenden Vergütungskomponenten entsprechen dem Zeitwert der gewährten Optionen zum Gewährungszeitpunkt (bei Ausgleich durch Aktien) bzw. zum Bilanzstichtag (bei Ausgleich durch Finanzmittel). Der beizulegende Zeitwert wird durch externe Sachverständige (Mercer Deutschland GmbH) unter Anwendung anerkannter Bewertungsmodelle ermittelt. In korrespondierender Höhe wird eine Erhöhung der Kapitalrücklage (bei Ausgleich durch Aktien) bzw. werden Rückstellungen/Verbindlichkeiten (bei Ausgleich durch Finanzmittel) bilanziert. Verbindlichkeits- oder Rückstellungszuführungen werden im Personalaufwand, Auflösungen in den sonstigen betrieblichen Erträgen ausgewiesen. Der Erdienungszeitraum endet zu dem Zeitpunkt, ab dem der betreffende Mitarbeiter bzw. die Führungskraft unwiderruflich bezugsberechtigt wird. Der verwässernde Effekt der ausstehenden Aktienoptionen wird bei der Berechnung des Ergebnisses je Aktie berücksichtigt.

Der Erwerb eigener Aktien wird direkt im Eigenkapital erfasst und mindert entsprechend das Eigenkapital.

Finanzierungsleasingverhältnisse, durch die im Wesentlichen sämtliche Risiken und der gesamte Nutzen aus dem Eigentum an dem geleasteten Vermögenswert auf den Konzern übergehen, werden bei Beginn des Leasingverhältnisses mit dem Anschaffungswert des Leasinggegenstandes aktiviert. Die Leasingzahlungen werden in einen Zins- und einen Tilgungsanteil der Leasingschuld aufgeteilt, so dass über die Perioden ein konstanter Zinssatz für die verbleibende Verbindlichkeit entsteht. Finanzierungskosten werden direkt erfolgswirksam erfasst. Zum 31. Dezember 2013 bestanden, ebenso wie in den Vorjahren, keine Finanzierungsleasingverhältnisse.

Bei den vom Konzern als Leasingnehmer abgeschlossenen Leasingverträgen verbleiben im Wesentlichen alle mit dem Eigentum verbundenen Risiken und Chancen beim Leasinggeber. Sie werden daher als Operating-Leasing-Verhältnisse klassifiziert. Leasingzahlungen hierfür werden linear über die Laufzeit des Leasingverhältnisses als Aufwand der Periode in der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung erfasst.

Rückstellungen werden angesetzt, wenn i) die Gesellschaft eine gegenwärtige Verpflichtung aus einem vergangenen Ereignis hat, ii) es wahrscheinlich ist, dass ein Abfluss von wirtschaftlichen Ressourcen erforderlich sein wird, um die Verpflichtung zu erfüllen, und iii) eine zuverlässige Schätzung dahingehend vorgenommen werden kann, wie hoch die Verpflichtung ist.

Eventualverbindlichkeiten sind definiert als mögliche Verpflichtungen, deren Existenz durch das Eintreten oder Nichteintreten eines oder mehrerer unsicherer künftiger Ereignisse erst noch bestätigt wird, die nicht vollständig unter der Kontrolle des Unternehmens stehen. Verpflichtungen, bei denen ein Abfluss von Ressourcen unwahrscheinlich ist oder ein Abfluss von Ressourcen nicht verlässlich beziffert werden kann, sind unter diesem Posten zusammengefasst. Gemäß IAS 37 sind Eventualverbindlichkeiten nicht in der Bilanz auszuweisen.

Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Verbindlichkeiten sind zu ihrem Erfüllungsbetrag bilanziert.

Die folgende Tabelle fasst die wichtigsten Bewertungsgrundsätze bei der Erstellung des Konzernabschlusses zusammen:

Bilanzposten	Bewertungsgrundsatz	Bilanzposten	Bewertungsgrundsatz
AKTIVA		PASSIVA	
Zahlungsmittel und kurzfristige Einlagen	Nennwert	Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	Fortgeführte Anschaffungskosten
Forderungen aus Dienstleistungen	Fortgeführte Anschaffungskosten	Abgegrenzte Schulden	Fortgeführte Anschaffungskosten
Sachanlagen	Fortgeführte Anschaffungs- oder Herstellungskosten	Sonstige Verbindlichkeiten	Fortgeführte Anschaffungskosten
Geschäfts- oder Firmenwert	Impairment-only-Ansatz		
Immaterielle Vermögenswerte (außer Geschäfts- oder Firmenwert) mit begrenzter Nutzungsdauer	Fortgeführte Anschaffungs- oder Herstellungskosten		
Sonstige finanzielle Vermögenswerte, Kredite und Forderungen	Fortgeführte Anschaffungskosten		

(B) Erläuterungen zur Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

7. Umsatzerlöse aus Dienstleistungen

Die Umsatzerlöse lagen im Geschäftsjahr 2013 bei 83.330 Tsd. € (Vorjahr: 72.125 Tsd. €). Eine Unterteilung der Umsatzerlöse und ihre Entwicklung nach Unternehmensbereichen und Regionen sind in der Segmentberichterstattung aufgeführt.

8. Sonstige betriebliche Erträge

In nachfolgender Tabelle sind die wesentlichen Posten der sonstigen betrieblichen Erträge dargestellt:

In Tsd. €	01.01.2013 – 31.12.2013	01.01.2012 – 31.12.2012
Erträge aus Sachbezügen	419	391
Erträge aus Rücklastschriften und Mahngebühren	314	307
Erträge aus Währungsumrechnung	206	206
Erträge aus abgegrenzten Investitionszuschüssen	144	0
Periodenfremde Erträge	57	53
Erträge aus abgeschriebenen Forderungen	36	68
Übrige	277	106
	1.453	1.131

9. Personalaufwand

In nachfolgender Tabelle ist der Personalaufwand einschließlich der Kosten für freie Mitarbeiter aufgeschlüsselt:

In Tsd. €	01.01.2013 – 31.12.2013	01.01.2012 – 31.12.2012
Gehälter und sonstige Arten von Vergütung	29.585	25.231
Beiträge zur Sozialversicherung (Arbeitgeberanteil)	5.031	4.198
Pensionsaufwendungen (beitragsorientierter Versorgungsplan)	440	442
Abfindungen	434	607
Aktienoptionsprogramm	66	515
Urlaubsrückstellungen	8	-116
Übrige	218	242
	35.782	31.119

Die Gehälter und sonstigen Arten von Vergütung enthalten 1.485 Tsd. € erfolgsabhängige Vergütungen an die weiterhin als Geschäftsführer tätigen ehemaligen Gesellschafter der kununu GmbH aus dem Erwerb der kununu GmbH. Diese erfolgsabhängige Vergütung ist von verschiedenen Faktoren, insbesondere der Umsatz- und EBITDA-Entwicklung der kununu GmbH in 2013 abhängig.

Die Beiträge zur Sozialversicherung enthalten Zahlungen zur gesetzlichen Rentenversicherung in Höhe von 2.326 Tsd. € (Vorjahr: 1.807 Tsd. €). Im Vorjahr enthielten die Gehälter und sonstige Arten von Vergütung einen Einmalaufwand für vorzeitig unverfallbar gewordene Aktienoptionen aufgrund des Übernahmeangebots der Burda Digital GmbH im Jahr 2012 von 1.095 Tsd. €.

10. Marketingaufwand

Die Marketingaufwendungen setzen sich wie folgt zusammen:

In Tsd. €	01.01.2013 - 31.12.2013	01.01.2012 - 31.12.2012
Marketingkosten	5.283	4.611
Veranstaltungen	622	463
Verkaufsprovisionen	221	45
Sonstiges	18	19
	6.144	5.138

Die Marketingkosten enthalten die Kosten für Marketing und Vertriebsorganisation. Darin enthalten sind Aufwendungen für Online-Werbemaßnahmen, klassische Displaywerbung sowie Kundengewinnungskosten.

11. Sonstige betriebliche Aufwendungen

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

In Tsd. €	01.01.2013 - 31.12.2013	01.01.2012 - 31.12.2012
IT-Dienstleistungen, betriebswirtschaftliche Dienstleistungen und Dienstleistungen für neue Märkte	4.677	3.856
Raumkosten	3.976	2.989
Kosten für Zahlungsabwicklung	2.035	1.672
Server-Hosting, Verwaltung und Traffic	2.012	1.161
Reise-, Bewirtungs- und sonstige Geschäftskosten	1.687	1.393
Sonstige Personalkosten	912	893
Fortbildungskosten	556	444
Rechtsberatungskosten	517	1.321
Buchführungskosten	438	542
Abschluss- und Prüfungskosten	394	302
Telefon/Mobilfunk/Porto/Kurier	377	376
Aufsichtsratsvergütung	280	280
Bürobedarf	270	136
Forderungsverluste	248	245
Miete/Leasing	214	131
Übrige	1.438	1.195
	20.031	16.936

Die Übrigen Aufwendungen umfassen im Wesentlichen Kursaufwendungen, periodenfremde Aufwendungen, Ausgaben für Beiträge, sonstige Abgaben und Aufwand für Versicherungen. Im Vorjahr enthielten die Rechtsberatungskosten einmalige Aufwendungen für Rechtsberatung im Zusammenhang mit dem Übernahmeangebot durch die Burda Digital GmbH von 439 Tsd. € sowie im Zusammenhang mit dem Erwerb der kununu GmbH über 370 Tsd. €.

12. Finanzerträge und Finanzaufwendungen

Das Finanzergebnis besteht aus folgenden Posten:

In Tsd. €	01.01.2013 - 31.12.2013	01.01.2012 - 31.12.2012
Finanzerträge	131	353
Finanzaufwendungen	-32	-22
	99	331

13. Ertragsteuern

Das Ertragsteuerergebnis setzt sich wie folgt zusammen:

In Tsd. €	01.01.2013 - 31.12.2013	01.01.2012 - 31.12.2012
Latente Steuern	323	-42
Gewerbesteuer	2.533	2.237
Körperschaftsteuer (einschl. Solidaritätszuschlag)	2.471	2.114
Steuererstattungen für Vorjahre	0	0
Sonstige Steuern	8	4
	5.335	4.313

Die effektiven und latenten Steuern sind wie im Vorjahr im Wesentlichen im Inland angefallen.

Die nachfolgende Tabelle zeigt die Zusammensetzung der latenten Steuern in der Gewinn- und Verlustrechnung:

In Tsd. €	01.01.2013 – 31.12.2013	01.01.2012 – 31.12.2012
Verbrauch/Auflösung steuerlicher Verlustvorträge	213	0
Abgrenzung von Mietaufwendungen und Investitionszuschüssen	-257	0
Ansatz Drohverlustrückstellung	0	-73
Ansatz/Abschreibung von selbst entwickelter Software	468	21
Korrektur steuerlicher Ansatz selbst entwickelte Software	0	14
Abschreibung Marke/Domain	-130	-65
Korrektur steuerlicher Ansatz Marke/Domain	0	36
Abschreibung von Kundenbeziehungen	-103	-31
Korrektur steuerlicher Ansatz Kundenbeziehungen	0	34
Abschreibung steuerlich nutzbarer Firmenwert	40	40
Korrektur steuerlicher Ansatz Firmenwert	0	-6
Übrige	92	-12
	323	-42

Die nachfolgende Übersicht zeigt die Überleitung des erwarteten Steueraufwandes und des tatsächlichen Steueraufwandes:

In Tsd. €	01.01.2013 – 31.12.2013	01.01.2012 – 31.12.2012
Ergebnis vor Ertragsteuern (EBT)	14.472	12.056
Erwartetes Steuerergebnis	4.671	3.891
Steuerliche Effekte auf		
Unterschiede ausländische Steuersätze	-23	-3
Steuerlich nicht abzugsfähige Aufwendungen	687	425
TATSÄCHLICHES STEUERERGEBNIS	5.335	4.313

Der theoretische Steuersatz wird wie folgt ermittelt:

In %	31.12.2013	31.12.2012
Körperschaftsteuer einschl. Solidaritätszuschlag (effektiv)	15,83	15,83
Gewerbesteuersatz	16,45	16,45
DURCHSCHNITTLICHER STEUERSATZ	32,28	32,28

In der Bilanz setzen sich die latenten Steuern wie folgt zusammen:

In Tsd. €	31.12.2013	31.12.2012
Steuerliche Abschreibung Geschäfts- oder Firmenwert	482	522
Immaterielle Vermögenswerte		
Selbst entwickelte Software	-2.784	-2.221
Marken/Domain	-195	-130
Kundenbeziehungen	-558	-156
Abgegrenzte Mietaufwendungen und Investitionszuschüsse	257	0
Übrige	182	275
	-2.616	-1.710

Bei der Kaufpreisallokation im Rahmen des Erwerbs der kununu GmbH wurden aktive latente Steuern von 213 Tsd. € sowie passive latente Steuern von 871 Tsd. € berücksichtigt.

Die latenten Steueransprüche (941 Tsd. €, Vorjahr: 797 Tsd. €) und die latenten Steuerverbindlichkeiten (3.557 Tsd. €, Vorjahr: 2.507 Tsd. €) wurden, mangels der Erfüllung der Kriterien in IAS 12.71, nicht miteinander saldiert.

Aufgrund der Anwendung geänderter beziehungsweise neuer Standards ergaben sich im Berichtsjahr - wie bereits im Vorjahr - keine zusätzlichen Steueraufwendungen bzw. Steuererträge.

Die latenten Steuern für Abschreibungen des Geschäfts- oder Firmenwertes betreffen einen in 2011 ausschließlich in der Steuerbilanz aktivierte Firmenwert, der über 15 Jahre abgeschrieben wird.

14. Ergebnis je Aktie

Das Ergebnis je Aktie bestimmte sich wie folgt:

	31.12.2013	31.12.2012
Den Anteilseignern der XING AG zurechenbares Konzernergebnis in Tsd. €	9.137	7.743
Gewichteter Durchschnitt der ausgegebenen Aktien in Stück	5.539.191	5.359.771
Verwässerungseffekt durch gewährte Aktienoptionen	14.399	53.240
Gewichteter Durchschnitt der Aktien verwässert	5.553.589	5.413.011
Auf Anteilseigner der XING AG entfallender Anteil am Konzernergebnis je Aktie		
Unverwässert	1,65 €	1,44 €
Verwässert	1,65 €	1,43 €

Die von der Gesellschaft zum Stichtag gehaltenen eigenen Aktien werden bei der Ermittlung des gewichteten Durchschnitts der ausgegebenen Aktien nicht berücksichtigt, da der Gesellschaft aus eigenen Aktien keine Rechte und damit auch keine anteilige Ausschüttung zustehen. Die eigenen Aktien werden daher eigenkapitalmindernd erfasst.

Ein Verwässerungseffekt resultiert aus den Optionsrechten aus dem Aktienoptionsprogramm für einige Mitarbeiter und Führungskräfte des Konzerns, die sich per 31. Dezember 2013 im Geld befanden. Dabei wurden sämtliche zum 31. Dezember 2013 bestehenden Optionsrechte nach Maßgabe der Treasury-Stock-Methode bei der Berechnung des verwässerten Ergebnisses je Aktie berücksichtigt, sowie sich die Optionsrechte im Geld befanden und unabhängig davon, ob die Optionsrechte zum Bilanzstichtag tatsächlich ausübbar waren. Die Berechnung des Verwässerungseffekts aus dem Umtausch erfolgt, indem zunächst die Summe der potenziellen Aktien festgestellt wird. Anschließend wird auf der Basis des durchschnittlich beizulegenden Zeitwerts die Aktienanzahl ermittelt, die aus der Gesamthöhe der

Zahlungen (Nennwert der Rechte zuzüglich Zuzahlung) erworben werden könnte. Ist die aus beiden Werten ermittelte Differenz null, entspricht die gesamte Zahlung genau dem beizulegenden Zeitwert der potenziellen Aktien, so dass keine verwässernde Wirkung zu berücksichtigen ist. Ist der Differenzbetrag positiv, wird davon ausgegangen, dass diese Aktien unentgeltlich ausgegeben werden.

Die Berechnung des verwässerten Ergebnisses je Aktie ging von 41.130 (Vorjahr: 158.524) potenziellen Aktien (aus der fingierten Nutzung der Rechte) aus. Basierend auf einem durchschnittlichen Marktpreis von 57,30 € (Vorjahr: 44,75 €) würde sich eine unentgeltliche Ausgabe von 14.399 (Vorjahr: 53.240) Aktien ergeben.

(C) Erläuterungen zur Konzern-Bilanz

15. Langfristige Vermögenswerte

IMMATERIELLE VERMÖGENSWERTE

Die immateriellen Vermögenswerte beinhalten zum Stichtag Markenrechte, den Kundenstamm, erworbene sowie selbst entwickelte Software und den Geschäfts- oder Firmenwert.

Im Geschäftsjahr 2013 wurde selbst entwickelte Software in Höhe von 4.171 Tsd. € (Vorjahr 2.427 Tsd. €) als selbst geschaffene immaterielle Vermögenswerte aktiviert, da die Voraussetzungen gemäß IAS 38 erfüllt waren. Die Entwicklungsleistungen entfielen insbesondere auf die Produkte Communities, XTM 2.0, XING Events Market-

place, das neue Premium-Produkt, Project Postings sowie Mobile. Die Abschreibungen auf selbst erstellte Software enthalten außerordentliche Wertberichtigungen von 269 Tsd. € (Vorjahr: 583 Tsd. €). Zuschreibungen auf selbst erstellte Software wurden wie im Vorjahr nicht erfasst. Die Abschreibungen auf Software und Lizenzen enthalten außerordentliche Wertberichtigungen von 100 Tsd. € (Vorjahr: 0 Tsd. €).

Mit Beginn des Geschäftsjahres 2013 wurde die Nutzungsdauer der XING-Plattform auf weitere fünf Jahre bis zum 31. Dezember 2017 festgelegt. Die Restnutzungsdauer für die selbst entwickelte Website beträgt am 31. Dezember 2013 noch 48 Monate. Die aufwandswirksam erfassten Ausgaben für Entwicklung beliefen sich auf 10.861 Tsd. € (Vorjahr: 9.123 Tsd. €), davon entfallen auf Personalkosten 10.168 Tsd. € (Vorjahr: 8.861 Tsd. €).

Im vierten Quartal des Geschäftsjahres 2013 wurde die verpflichtende jährliche Wertminderungsüberprüfung durchgeführt. Der Geschäfts- oder Firmenwert aus dem Erwerb der XING Events GmbH (vormals: amiano AG) in Höhe von 5,6 Mio. EUR wurde dabei der zahlungsmittelgenerierenden Einheit „Events“ zugeordnet, der Geschäfts- oder Firmenwert aus dem Erwerb der kununu GmbH in Höhe von 2,2 Mio. EUR der Einheit „E-Recruiting“. Die erzielbaren Beträge wurden höher als die Buchwerte der zahlungsmittelgenerierenden Einheiten eingeschätzt. Die grundlegenden Annahmen, auf deren Basis die Unternehmensleitung den Nutzungswert als erzielbaren Betrag der zahlungsmittelgenerierenden Einheiten bestimmt, beinhalten langfristige Wachstumsraten von 2,0% und Abzinsungssätze (vor Steuern) von 13,3% für die zahlungsmittelgenerierende Einheit „E-Recruiting“ bzw. 10,9% für die zahlungsmittelgenerierende Einheit „Events“. Für die Ermittlung des Nutzungswerts als erzielbaren Betrag wurden Zahlungsströme für die nächsten drei Jahre prognostiziert, die auf Erfahrungen der Vergangenheit, aktuellen operativen Ergebnissen und der bestmöglichen Einschätzung künftiger Entwicklungen durch die Unternehmensleitung sowie auf Marktannahmen basieren. Das auf Basis dieser Schätzungen prognostizierte Ergebnis wird im Wesentlichen von der erfolgreichen Integration der akquirierten Unternehmen und der erwarteten wirtschaftlichen Entwicklung beeinflusst. Die Einheit „Events“ hat sich im abgelaufenen Geschäftsjahr unter Plan entwickelt, zeigte aber in der zweiten Jahreshälfte 2013 eine Beschleunigung des Wachstums. Die festgestellten Abweichungen wurden bei der Folgeplanung berücksichtigt. Der Nutzungswert wird hauptsächlich durch den Endwert (Barwert der ewigen Rente) bestimmt, der besonders sensitiv auf Veränderungen der Annahmen zur langfristigen Wachstumsrate und zum Abzinsungssatz reagiert. Beide Annahmen werden individuell für jede zahlungsmittelgenerierende Einheit festgelegt. Abzinsungssätze spiegeln die gegenwärtige Marktbeurteilung der spezifischen Risiken der einzelnen zahlungsmittelgenerierenden Einheit wider und basieren auf den gewichteten durchschnittlichen Kapitalkosten. Die Wachstumsraten berücksichtigen externe makroökonomische Daten und branchenspezifische Trends.

In 2012 wurde der Geschäfts- oder Firmenwert aus dem Erwerb der XING Events GmbH in Höhe von 5,6 Mio. € der zu diesem Zeitpunkt einzigen zahlungsmittelgenerierenden Einheit „XING-Plattform“ zugeordnet. Der Geschäfts- oder Firmenwert blieb unverändert, da der erzielbare Betrag der zahlungsmittelgenerierenden Einheit deren Buchwert überstieg. Der erzielbare Betrag entsprach dabei dem Nettoveräußerungswert und wurde anhand des Übernahmeangebots der Burda Digital vom 9. November 2012 ermittelt.

Die Nettowährungsdifferenzen bei immateriellen Vermögenswerten aus der Währungsumrechnung von Tochtergesellschaften werden als unwesentlich angesehen.

SACHANLAGEN

Die Sachanlagen bestehen aus EDV-Hardware und sonstiger Betriebs- und Geschäftsausstattung sowie aus Mietereinbauten.

Die Abschreibungen auf andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung enthalten außerordentliche Wertberichtigungen von 18 Tsd. € (Vorjahr: 0 Tsd. €). Zuschreibungen auf Sachanlagen wurden wie im Vorjahr nicht erfasst.

Die Nettowährungsdifferenzen bei Sachanlagen aus der Währungsumrechnung von Tochtergesellschaften werden als unwesentlich angesehen.

Der Buchwert der geleasteten Sachanlagen beträgt wie im Vorjahr 0 Tsd. €.

FINANZANLAGEN

Die anderen finanziellen Vermögenswerte beinhalten zum Stichtag Beteiligungen an den Unternehmen „Win Local“ (vormals „Kennst-DuEinen“) (50 Tsd. €; Vorjahr: 50 Tsd. €) und altruja GmbH (1 Tsd. €; Vorjahr: 1 Tsd. €) sowie Mietkautionen (42 Tsd. €; Vorjahr: 23 Tsd. €).

Der folgende Anlagenspiegel zeigt die Entwicklung des Anlagevermögens auf:

Konzern-Anlagenpiegel

In Tsd. €	Anschaffungs- und Herstellkosten					31.12.2013
	01.01.2013	Zugänge	aus Erstkon- solidierung	Um- buchungen	Abgänge	
1. IMMATERIELLE VERMÖGENSWERTE						
1. Software und Lizenzen	10.496	2.408	32	0	-101	12.835
2. Selbst erstellte Software	18.661	3.791	380	0	0	22.832
3. Geschäfts- oder Firmenwerte	14.836	0	2.169	0	0	17.005
4. Sonstige immaterielle Vermögenswerte	9.358	123	2.800	0	0	12.281
	53.351	6.322	5.381	0	-101	64.953
2. SACHANLAGEN						
1. Mietereinbauten	1.261	21	0	0	0	1.282
2. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	10.888	4.293	109	0	-460	14.830
	12.149	4.314	109	0	-460	16.112
3. FINANZANLAGEN						
1. Beteiligungen	251	0	0	0	0	251
2. Andere finanzielle Vermögenswerte	23	19	0	0	0	42
	274	19	0	0	0	293
GESAMT	65.774	10.655	5.490	0	-561	81.358

In Tsd. €	Anschaffungs- und Herstellkosten					31.12.2012
	01.01.2012	Zugänge	aus Erstkon- solidierung	Um- buchungen	Abgänge	
1. IMMATERIELLE VERMÖGENSWERTE						
1. Software und Lizenzen	8.283	2.213	0	0	0	10.496
2. Selbst erstellte Software	16.234	2.427	0	0	0	18.661
3. Geschäfts- oder Firmenwerte	22.491	0	0	0	-7.655	14.836
4. Sonstige immaterielle Vermögenswerte	9.358	0	0	0	0	9.358
	56.366	4.640	0	0	-7.655	53.351
2. SACHANLAGEN						
1. Mietereinbauten	1.150	111	0	0	0	1.261
2. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	8.846	2.614	0	20	-592	10.888
3. Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	20	0	0	-20	0	0
	10.016	2.725	0	0	-592	12.149
3. FINANZANLAGEN						
1. Beteiligungen	251	0	0	0	0	251
2. Andere finanzielle Vermögenswerte	23	0	0	0	0	23
	274	0	0	0	0	274
GESAMT	66.656	7.365	0	0	-8.247	65.774

Abschreibungen und Wertberichtigungen			Buchwerte		
01.01.2013	Zugänge	Abgänge	31.12.2013	31.12.2013	31.12.2012
-7.620	-1.782	101	-9.301	3.534	2.876
-11.617	-2.463	0	-14.080	8.752	7.044
-9.262	0	0	-9.262	7.743	5.574
-7.776	-995	0	-8.771	3.510	1.582
-36.275	-5.240	101	-41.414	23.539	17.076
-714	-78	0	-792	490	547
-6.314	-3.135	424	-9.025	5.805	4.574
-7.028	-3.213	424	-9.817	6.295	5.121
-200	0	0	-200	51	51
0	0	0	0	42	23
-200	0	0	-200	93	74
-43.503	-8.453	525	-51.431	29.927	22.271

Abschreibungen und Wertberichtigungen			Buchwerte		
01.01.2012	Zugänge	Abgänge	31.12.2012	31.12.2012	31.12.2011
-5.987	-1.633	0	-7.620	2.876	2.296
-9.162	-2.455	0	-11.617	7.044	7.072
-16.917	0	7.655	-9.262	5.574	5.574
-6.443	-1.333	0	-7.776	1.582	2.915
-38.509	-5.421	7.655	-36.275	17.076	17.857
-300	-414	0	-714	547	850
-4.334	-2.503	523	-6.314	4.574	4.512
0	0	0	0	0	20
-4.634	-2.917	523	-7.028	5.121	5.382
-200	0	0	-200	51	51
0	0	0	0	23	23
-200	0	0	-200	74	74
-43.343	-8.338	8.178	-43.503	22.271	23.313

16. Kurzfristige Vermögenswerte

Die zum Stichtag 31. Dezember 2013 bilanzierten Forderungen aus Dienstleistungen von XING sind analog zum Vorjahr innerhalb eines Jahres fällig.

Zum Jahresabschluss waren Wertberichtigungen bei den Forderungen aus Dienstleistungen wie folgt erfasst:

In Tsd. €	31.12.2013	31.12.2012
Gesamtbetrag der Forderungen aus Dienstleistungen	8.893	7.636
Wertberichtigungen auf Forderungen	-272	-314
FORDERUNGEN AUS DIENSTLEISTUNGEN	8.621	7.322

Im Geschäftsjahr 2013 erfolgte eine Auflösung der Wertberichtigungen in Höhe von 42 Tsd. € (Vorjahr: Auflösung in Höhe von 81 Tsd. €). Nennenswerte Erträge aus dem Eingang von ausgebuchten Forderungen aus Dienstleistungen ergaben sich nicht.

Zum Stichtag bestehen Ertragsteuerforderungen aufgrund von Erstattungsansprüchen in Höhe von 389 Tsd. € (Vorjahr: 388 Tsd. €).

Unten stehende Tabelle zeigt die Zusammensetzung der sonstigen Vermögenswerte:

In Tsd. €	31.12.2013	31.12.2012
Kostenabgrenzungen	1.462	1.249
Geleistete Anzahlungen	979	4
Forderungen gegen Kreditkartengesellschaften	727	495
Forderungen gegen Personal	63	629
Zinsabgrenzungen	39	71
Sonstige Aktiva	173	212
	3.443	2.660

Im Vorjahr enthielten die Forderungen gegen Personal im Wesentlichen verauslagte Lohnsteuer im Zusammenhang mit der Ausübung von Aktienoptionen.

Die Zahlungsmittel und kurzfristigen Einlagen bestehen zum Stichtag aus Bankguthaben von 68.962 Tsd. € (Vorjahr: 58.755 Tsd. €) und Kassenbeständen von 18 Tsd. € (Vorjahr: 18 Tsd. €). In den Bankguthaben sind 2.820 Tsd. € (Vorjahr: 2.614 Tsd. €) Fremdfinanzmittel der XING Events GmbH enthalten.

17. Eigenkapital

GRUNDKAPITAL

Das Grundkapital der Gesellschaft wurde in 2013 um 37.894,00 € durch die Ausgabe von 37.894 nennwertlosen Stückaktien im Rahmen der Aktienoptionsprogramme für Mitarbeiter erhöht. Es beträgt per 31. Dezember 2013 5.592.137,00 € (Vorjahr: 5.554.243,00 €) und ist eingeteilt in 5.592.137 nennwertlose auf den Namen lautende Stückaktien zu einem kalkulatorischen Wert von je 1,00 € am Grundkapital. Das gesamte Grundkapital ist voll erbracht. Alle Aktien sind mit gleichen Rechten ausgestattet.

Die Gesellschaft hält zum 31. Dezember 2013 12.832 (Vorjahr: 75.332) Stückaktien. Dies entspricht 0,23 % (Vorjahr: 1,36 %) des Grundkapitals der Gesellschaft.

Die folgende Darstellung des bestehenden genehmigten Kapitals beinhaltet nicht die von der Hauptversammlung am 26. Mai 2011 beschlossenen Aufhebungen des Genehmigten Kapitals 2006 sowie des Genehmigten Kapitals 2008, von denen bis zum 26. Mai 2011 auch kein Gebrauch gemacht wurde.

Genehmigtes Kapital 2011

Der Vorstand ist durch Beschluss der Hauptversammlung vom 26. Mai 2011 ermächtigt worden, bis zum 25. Mai 2016 das Grundkapital der Gesellschaft mit Zustimmung des Aufsichtsrats durch einmalige oder mehrmalige Ausgabe von neuen, auf den Namen lautenden Stückaktien gegen Bar- und/oder Sacheinlagen um bis zu € 2.645.998,00 zu erhöhen (Genehmigtes Kapital 2011). Dabei muss sich die Zahl der Aktien in demselben Verhältnis erhöhen wie das Grundkapital. Den Aktionären ist dabei ein Bezugsrecht einzuräumen. Die neuen Aktien können auch von einem oder mehreren durch den Vorstand bestimmten Kreditinstituten mit der Verpflichtung übernommen werden, sie den Aktionären anzubieten (mittelbares Bezugsrecht). Der Vorstand ist jedoch ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Bezugsrecht der Aktionäre auszuschließen:

1. um Spitzenbeträge auszugleichen;
2. wenn die Aktien gegen Sacheinlage, insbesondere zum Zwecke des Erwerbs von Unternehmen, Unternehmensteilen, Unternehmensbeteiligungen oder sonstigen mit einem Akquisitionsvorhaben im Zusammenhang stehenden Vermögensgegenständen oder im Rahmen von Unternehmenszusammenschlüssen, ausgegeben werden;
3. wenn die Aktien der Gesellschaft gegen Bareinlage ausgegeben werden und der Ausgabepreis je Aktie den Börsenpreis der im Wesentlichen gleich ausgestatteten, bereits börsennotierten Aktien zum Zeitpunkt der endgültigen Festlegung des Ausgabepreises nicht wesentlich unterschreitet. Die Anzahl der in dieser Weise unter Ausschluss des Bezugsrechts ausgegebenen Aktien darf 10 % des Grundkapitals nicht überschreiten, und zwar weder im Zeitpunkt des Wirksamwerdens noch im Zeitpunkt der Ausübung dieser Ermächtigung. Auf diese Höchstgrenze sind andere Aktien anzurechnen, die während der Laufzeit dieser Ermächtigung unter Bezugsrechtsausschluss in direkter oder entsprechender Anwendung des § 186 Abs. 3 Satz 4 AktG ausgegeben oder veräußert werden. Ebenfalls anzurechnen sind Aktien, die zur Bedienung von Options- und/oder Wandlungsrechten bzw. Wandlungspflichten aus Wandel- und/oder Optionsschuldverschreibungen oder Aktienoptionen auszugeben sind, sofern diese Schuldverschreibungen oder Aktienoptionen während der Laufzeit dieser Ermächtigung unter Ausschluss des Bezugsrechts in entsprechender Anwendung des § 186 Abs. 3 Satz 4 AktG ausgegeben wurden;
4. wenn die Aktien Arbeitnehmern der Gesellschaft und/oder Arbeitnehmern oder Mitgliedern der Geschäftsführung eines mit der Gesellschaft verbundenen Unternehmens im Sinne von § 15 AktG zum Erwerb angeboten oder auf sie übertragen werden. Die neuen Aktien können dabei auch an ein geeignetes Kreditinstitut ausgegeben werden, das die Aktien mit der Verpflichtung übernimmt, sie ausschließlich an die hiernach begünstigten Personen weiterzugeben. Die Anzahl der so unter Ausschluss des Bezugsrechts ausgegebenen Aktien darf 2 % des Grundkapitals nicht überschreiten, und zwar weder im Zeitpunkt des Wirksamwerdens noch im Zeitpunkt der Ausübung dieser Ermächtigung.

Der anteilige Betrag am Grundkapital, der auf Aktien entfällt, die unter Ausschluss des Bezugsrechts der Aktionäre gegen Bar- oder Sacheinlagen ausgegeben werden, darf insgesamt 25 % des im Zeitpunkt des Wirksamwerdens der Ermächtigung bestehenden Grundkapitals der Gesellschaft nicht übersteigen.

Der Vorstand ist mit Zustimmung des Aufsichtsrats ermächtigt, den Inhalt der Aktienrechte, die Einzelheiten der Kapitalerhöhung sowie die Bedingungen der Aktienaussgabe, insbesondere den Ausgabebetrag, festzulegen.

Der Vorstand hat von dieser ihm eingeräumten Ermächtigung bisher keinen Gebrauch gemacht.

Bedingtes Kapital I 2006

Das Grundkapital der Gesellschaft wurde durch Beschluss der Hauptversammlung vom 3. November 2006 unter Berücksichtigung der Änderungen durch Beschluss der Hauptversammlung der Gesellschaft vom 28. Mai 2009 um 200.822,00 € durch Ausgabe von bis zu 200.822 Stück auf den Namen lautenden Aktien bedingt erhöht (Bedingtes Kapital I 2006). Das Bedingte Kapital I 2006 dient der Sicherung von Bezugsrechten aus Aktienoptionen, die aufgrund der Ermächtigung der Hauptversammlung der Gesellschaft vom 3. November 2006 unter Berücksichtigung der Änderungen durch Beschluss der Hauptversammlung der Gesellschaft vom 28. Mai 2009 von der Gesellschaft im Rahmen des Aktienoptionsplans 2006 in der Zeit bis zum 31. Oktober 2011 ausgegeben werden. Die bedingte Kapitalerhöhung wird nur insoweit durchgeführt, wie Aktienoptionen ausgegeben werden und die Inhaber dieser Aktienoptionen von ihrem Bezugsrecht auf Aktien der Gesellschaft Gebrauch machen und die Gesellschaft nicht in Erfüllung der Bezugsrechte eigene Aktien oder einen Barausgleich gewährt. Die Ausgabe der Aktien aus dem Bedingten Kapital erfolgt zu dem gemäß Top 6 lit. c) (e) zu der Hauptversammlung vom 3. November 2006 festgelegten Ausübungspreis. Die neuen Aktien nehmen von Beginn des Geschäftsjahres an, für das zum Zeitpunkt der Ausübung des Bezugsrechts noch kein Beschluss der Hauptversammlung über die Verwendung des Bilanzgewinns gefasst worden ist, am Gewinn teil.

Das Bedingte Kapital I 2006 betrug zum 31. Dezember 2012 57.135,00 €. Durch Ausgabe von 12.000 Stück Bezugsaktien in 2013 im Nennwert von 12.000,00 € hat sich das Grundkapital um 12.000,00 € erhöht. Das Bedingte Kapital I 2006 beträgt damit zum 31. Dezember 2013 noch 45.135,00 €.

Bedingtes Kapital II 2006

Das Grundkapital der Gesellschaft wurde durch Beschluss der Hauptversammlung vom 3. November 2006 um insgesamt 1.540.680,00 € durch Ausgabe von insgesamt bis zu 1.540.680 neuen auf den Namen lautenden Stückaktien bedingt erhöht (Bedingtes Kapital II 2006). Das Bedingte Kapital II 2006 dient ausschließlich der Gewährung neuer Aktien an die Inhaber von Wandlungs- oder Optionsrechten, die gemäß Ermächtigungsbeschluss der Hauptversammlung vom 3. November 2006 unter TOP 7 lit. a) durch die Gesellschaft oder durch Gesellschaften, an denen die Gesellschaft unmittelbar oder mittelbar mehrheitlich beteiligt ist, ausgegeben werden. Die Ausgabe der Aktien erfolgt zu dem nach Maßgabe des vorstehenden Ermächtigungsbeschlusses jeweils festzulegenden Wandlungs- oder Optionspreis. Die bedingte Kapitalerhöhung wird nur durchgeführt, soweit die Inhaber der Wandlungs- oder Optionsrechte von ihren Wandlungs- oder Optionsrechten Gebrauch machen oder Wandlungspflichten aus solchen Schuldverschreibungen erfüllen. Die Aktien nehmen – sofern sie bis zum Beginn der ordentlichen Hauptversammlung der Gesellschaft entstehen – vom Beginn des vorhergehenden Geschäftsjahres, ansonsten vom Beginn des Geschäftsjahres an, in dem sie entstehen, am Gewinn teil. Zum 31. Dezember 2013 sind aus dem Bedingten Kapital II 2006 keine Aktien ausgegeben.

Bedingtes Kapital 2008

Das Grundkapital der Gesellschaft ist durch Ausgabe von bis zu 231.348 Stück neuen auf den Namen lautenden Stückaktien um insgesamt 231.348,00 € bedingt erhöht (Bedingtes Kapital 2008). Das Bedingte Kapital 2008 dient ausschließlich der Gewährung neuer Aktien an die Inhaber von Wandlungs- oder Optionsrechten, die gemäß Ermächtigungsbeschluss der Hauptversammlung vom 21. Mai 2008 durch die Gesellschaft oder durch Gesellschaften, an denen die Gesellschaft unmittelbar oder mittelbar mehrheitlich beteiligt ist, ausgegeben werden. Die bedingte Kapitalerhöhung wird nur durchgeführt, soweit die Inhaber der Schuldverschreibungen ihre Wandlungs- oder Optionsrechte ausüben. Die neuen Aktien nehmen vom Beginn des Geschäftsjahres an, in dem sie entstehen, am Gewinn teil.

Das Bedingte Kapital 2008 wurde durch Beschluss der Hauptversammlung vom 28. Mai 2009 teilweise aufgehoben und betrug zum 31. Dezember 2012 noch 32.104,00 €. Durch Ausgabe von 2.694 Stück Bezugsaktien in 2013 im Nennwert von 2.694,00 € hat sich das Grundkapital um 2.694,00 € erhöht. Das Bedingte Kapital 2008 beträgt damit zum 31. Dezember 2013 noch 29.410,00 €.

Bedingtes Kapital 2009

Das Grundkapital der Gesellschaft ist durch Ausgabe von bis zu 197.218 Stück neuen auf den Namen lautenden Stückaktien um insgesamt 197.218,00 € bedingt erhöht (Bedingtes Kapital 2009). Das bedingte Kapital 2009 dient ausschließlich der Gewährung neuer Aktien an die Inhaber von Wandlungs- oder Optionsrechten, die gemäß Ermächtigungsbeschluss der Hauptversammlung vom 28. Mai 2009 durch die Gesellschaft oder durch Gesellschaften, an denen die Gesellschaft unmittelbar oder mittelbar mehrheitlich beteiligt ist, ausgegeben werden. Die bedingte Kapitalerhöhung wird nur durchgeführt, soweit die Inhaber der Schuldverschreibungen ihre Wandlungs- oder Optionsrechte ausüben. Die neuen Aktien nehmen vom Beginn des Geschäftsjahres an, in dem sie entstehen, am Gewinn teil.

Das Bedingte Kapital 2009 wurde durch Beschluss der Hauptversammlung vom 27. Mai 2010 teilweise aufgehoben und betrug zum 31. Dezember 2012 noch 61.150,00 €. Durch Ausgabe von 23.200 Stück Bezugsaktien in 2013 im Nennwert von 23.200,00 € hat sich das Grundkapital um 23.200,00 € erhöht. Das Bedingte Kapital 2009 beträgt damit zum 31. Dezember 2013 noch 37.950,00 €.

Bedingtes Kapital 2010

Das Grundkapital der Gesellschaft ist durch Ausgabe von bis zu 94.318 Stück neuen auf den Namen lautenden Stückaktien um bis zu 94.318,00 € bedingt erhöht (Bedingtes Kapital 2010). Das Bedingte Kapital 2010 dient der Sicherung von Bezugsrechten aus Aktienoptionen, die aufgrund der Ermächtigung der Hauptversammlung der Gesellschaft vom 27. Mai 2010 von der Gesellschaft im Rahmen des Aktienoptionsplans 2010 ausgegeben werden. Die bedingte Kapitalerhöhung wird nur insoweit durchgeführt, wie Aktienoptionen ausgegeben werden und die Inhaber dieser Aktienoptionen von ihrem Bezugsrecht auf Aktien der Gesellschaft Gebrauch machen und die Gesellschaft nicht in Erfüllung der Bezugsrechte eigene Aktien oder einen Barausgleich gewährt. Die Ausgabe der Aktien aus dem Bedingten Kapital 2010 erfolgt zu dem gemäß Beschluss der

Hauptversammlung vom 27. Mai 2010 zu Punkt 8 Buchstabe d) Ziffer (5) festgelegten Ausübungspreis. Die neuen Aktien nehmen vom Beginn des Geschäftsjahres an, in dem sie entstehen, am Gewinn teil. Zum 31. Dezember 2013 sind aus dem Bedingten Kapital 2010 keine Aktien ausgegeben.

Bedingtes Kapital 2012

Das Grundkapital ist um bis zu 1.085.264,00 € durch Ausgabe von bis zu 1.085.264 Stück auf den Namen lautenden Stückaktien bedingt erhöht (Bedingtes Kapital 2012). Die bedingte Kapitalerhöhung wird nur insoweit durchgeführt, als die Inhaber von Wandelschuld- und/oder Optionsschuldverschreibungen, die die XING AG oder deren Konzernunternehmen aufgrund des Ermächtigungsbeschlusses der Hauptversammlung vom 14. Juni 2012 bis zum 13. Juni 2017 (einschließlich) ausgegeben haben, ihre Wandlungs- oder Optionsrechte ausüben oder soweit Wandlungs- bzw. Optionspflichten aus solchen Schuldverschreibungen erfüllt werden und soweit nicht andere Erfüllungsformen zur Bedienung eingesetzt werden. Die neuen Aktien nehmen – sofern sie bis zum Beginn der ordentlichen Hauptversammlung der Gesellschaft entstehen – vom Beginn des vorhergehenden Geschäftsjahres, ansonsten vom Beginn des Geschäftsjahres an, in dem sie entstehen, am Gewinn teil. Der Vorstand ist ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats die weiteren Einzelheiten der Durchführung der bedingten Kapitalerhöhung festzusetzen. Zum 31. Dezember 2013 sind aus dem Bedingten Kapital 2012 keine Aktien ausgegeben.

Zum 31. Dezember 2013 waren insgesamt 41.130 (Vorjahr: 158.524) Stück Aktienoptionen an Mitarbeiter, Führungskräfte und den Vorstand selbst ausgegeben, die noch nicht verfallen sind oder bereits ausgeübt wurden. Im Geschäftsjahr sind 17.000 Optionen verfallen.

Kapitalrücklage

Die Kapitalrücklage beinhaltet im Wesentlichen das Agio aus den in den Vorjahren durchgeführten Barkapitalerhöhungen abzüglich der in diesem Zusammenhang angefallenen Eigenkapitalbeschaffungskosten.

Sonstige Rücklagen

Die sonstigen Rücklagen beinhalten die Effekte aus der Währungsumrechnung der Abschlüsse ausländischer Tochterunternehmen, die auf das Aktienoptionsprogramm entfallenden zu passivierenden Personalkosten und Umgliederungen aus Kapitalmaßnahmen.

Sonstiges

Nach dem deutschen Aktienrecht bemisst sich die ausschüttungsfähige Dividende nach dem Bilanzgewinn, den die XING AG in ihrem gemäß den Vorschriften des deutschen Handelsgesetzbuchs aufgestellten Jahresabschluss ausweist. Im Geschäftsjahr 2013 schüttete die XING AG eine Dividende in Höhe von 3.089 Tsd. € (0,56 € je Aktie) aus dem Bilanzgewinn des Vorjahres an die Aktionäre aus. Im Vorjahr wurde eine Dividende in Höhe von 3.020 Tsd. € (0,56 € je Aktie) aus dem Bilanzgewinn des Vorjahres ausgeschüttet.

Der Vorstand und der Aufsichtsrat schlagen die Ausschüttung einer Dividende von 0,62 € je Aktie sowie eine Sonderdividende von 3,58 € je Aktie aus dem Bilanzgewinn der XING AG des Geschäftsjahres 2013 vor. Dies entspricht einer erwarteten Gesamtzahlung von ca. 23,4 Mio. €. Die Zahlung dieser Dividende ist abhängig von der Zustimmung der Hauptversammlung am 23. Mai 2014.

18. Langfristige Verbindlichkeiten

Der wesentliche Teil der langfristigen Erlösabgrenzung bezieht sich in Höhe von 1.514 Tsd. € (Vorjahr: 1.270 Tsd. €) auf Mitgliedsbeiträge für zukünftige Perioden mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr zum Bilanzstichtag.

Die langfristigen Rückstellungen betreffen Rückstellungen für Rückbauverpflichtungen in Höhe von 215 Tsd. € (Vorjahr: 0 Tsd. €).

Die langfristigen finanziellen Verbindlichkeiten in Höhe von 1.485 Tsd. € (Vorjahr: 0 Tsd. €) resultieren aus einer im Jahr 2015 fälligen erfolgsabhängigen Vergütung für das Geschäftsjahr 2013 an die Geschäftsführung der kununu GmbH im Zusammenhang mit dem Erwerb der kununu GmbH (earn-out).

Die sonstigen langfristigen Verbindlichkeiten beinhalten im Wesentlichen abgegrenzten Mietaufwand in Höhe von 511 Tsd. € (Vorjahr: 0 Tsd. €).

19. Kurzfristige Verbindlichkeiten

Zum 31. Dezember 2013 sind Körperschaftsteuer- und Gewerbesteuerverbindlichkeiten in Höhe von 0 Tsd. € (Vorjahr: 0 Tsd. €) zu verzeichnen.

Die zum Stichtag 31. Dezember 2013 bilanzierten Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen in Höhe von 2.096 Tsd. € (Vorjahr: 1.429 Tsd. €) sind analog zum Vorjahr ausnahmslos innerhalb eines Jahres fällig. Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sind nicht verzinslich und haben in der Regel eine Fälligkeit von 10 bis 30 Tagen.

Der wesentliche Teil der Erlösabgrenzung bezieht sich in Höhe von 29.189 Tsd. € (Vorjahr: 23.842 Tsd. €) auf Mitgliedsbeiträge für zukünftige Perioden mit einer Restlaufzeit von weniger als zwölf Monaten.

Wie im Vorjahr bestehen keine Sicherungen von Verbindlichkeiten durch Pfandrechte oder ähnliche Rechte.

Die sonstigen kurzfristigen Rückstellungen und Verbindlichkeiten sind zu ihrem Erfüllungsbetrag angesetzt und setzen sich wie folgt zusammen:

In Tsd. €	31.12.2012	Verbrauch	Auflösung	Zuführung	31.12.2013
Personalaufwendungen	789	643	45	279	380
Abschluss- und Prüfungskosten	280	280	0	263	263
Rückbauverpflichtung	390	390	0	0	0
Rechts- und Beratungskosten	700	629	71	60	60
Drohende Verluste aus Mietverträgen	220	220	0	0	0
	2.379	2.162	116	602	703

In Tsd. €	31.12.2013	31.12.2012
Verbindlichkeiten XING Events ggü. Veranstaltern	3.747	3.147
Verbindlichkeiten aus Personalaufwendungen	3.545	2.993
Verbindlichkeiten aus Kaufpreisverpflichtungen	930	0
Verbindlichkeiten aus Umsatzsteuer	725	737
Verbindlichkeiten für Aufsichtsratsvergütung	280	280
Verbindlichkeiten für Marketingaufwendungen	213	137
Übrige Verbindlichkeiten	2.262	1.728
SONSTIGE KURZFRISTIGE VERBINDLICHKEITEN	11.702	9.022

Die Verbindlichkeiten bzw. Rückstellungen für Personalaufwendungen beinhalten vor allem Verbindlichkeiten aus Boni- und Anreizzahlungen sowie Urlaubsgelder, Rückstellungen für Abfindungen und sonstige Personalverpflichtungen sowie Verbindlichkeiten im Rahmen der sozialen Sicherheit. Der Rückgang der Rückstellung für Rechts- und Beratungskosten resultiert im Wesentlichen aus den im Vorjahr enthaltenen Rückstellungen für Rechtsberatung im Zusammenhang mit dem Übernahmeangebot durch die Burda Digital GmbH sowie im Zusammenhang mit dem Erwerb der kununu GmbH. Die übrigen Rückstellungen enthalten im Wesentlichen Rückstellungen für sonstige Fremdleistungen.

Bei der Schätzung der Rückstellungsbeträge orientiert sich das Management an den Erfahrungswerten aus ähnlichen Transaktionen und berücksichtigt dabei alle Hinweise aus Ereignissen bis zur Erstellung des Konzernabschlusses.

(D) Sonstige Erläuterungen

Segmentberichterstattung

BERICHTSPFLICHTIGE SEGMENTE

Ab dem Geschäftsjahr 2013 gliedert sich das Berichtsformat nach den operativen Geschäftsfeldern Network/Premium (Basisfunktionen der XING-Plattform mit Abonnement-Mitgliedschaften und Enterprise Groups), E-Recruiting (Stellenanzeigen, Unternehmensprofile und den XING-Talentmanager) und Events. Die Aufteilung in Bereiche und Regionen entspricht auch der internen Organisationsstruktur und der Berichterstattung an Vorstand und Aufsichtsrat. Dabei ist das Segment Network/Premium aus Übersichtsgründen bewusst in zwei Unterbereiche aufgeteilt, deren gemeinsame Segmentaufgabe das Basisgeschäft der XING AG (Erlöserzielung aus der Vermarktung der Plattform durch Abo-Mitgliedschaften) ist. Die Überleitungsrechnung beinhaltet Zentralbereiche wie IT, Rechnungswesen und Personal sowie sonstige Geschäftstätigkeiten, die definitionsgemäß keine Segmente darstellen. Die Konsolidierung zwischen den Segmenten erfolgt innerhalb der Überleitungsrechnung.

Die Segmentierung von Vermögen, Verbindlichkeiten und Investitionen auf Basis der operativen Geschäftsfelder wird nicht vorgenommen, da diese Kennzahlen nicht als Steuerungsgrößen auf Segmentebene verwendet werden. So bezieht sich etwa ein wesentlicher Teil der

Investitionen auf die selbst erstellte Plattform, die den Segmenten nicht zugeordnet werden kann. Die Segmentdaten werden auf Grundlage der im Konzernabschluss angewendeten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden ermittelt. Innenumsatzerlöse zwischen den einzelnen Segmenten sind nicht angefallen. Die Kosten werden den Bereichen verursachungsgerecht zugeordnet. Den Geschäftsbeziehungen zwischen den Gesellschaften der Segmente liegen grundsätzlich Preise zugrunde, die auch mit Dritten vereinbart werden. Als Segmentergebnisgröße verwendet XING das Segmentbetriebsergebnis, das als Bruttoergebnis abzüglich der dem Segment direkt zurechenbaren Kosten (Personal-, Marketing-, Mietaufwendungen, bereichsbezogene IT-Aufwendungen (z. B. Entwicklungskosten) etc.) definiert ist. Einem Segment nicht direkt zuordenbare Aufwendungen (z. B. zentrale IT-Aufwendungen), Abschreibungen, Wertminderungen und Wertaufholungen werden in der Überleitungsrechnung ausgewiesen, ebenso wie das Betriebsergebnis von zentralen Funktionen, die kein Segment darstellen. Sondereffekte und Effekte aus Kaufpreisallokationen werden herausgerechnet. Zu bereinigende Sondereffekte sind beispielsweise Restrukturierungsaufwendungen, Veräußerungsergebnisse, Wertminderungsaufwendungen sowie andere nicht operative Aufwendungen oder Erträge.

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

In Tsd. €	Network/Premium		E-Recruiting		Events		Summe Segmente	
	01.01.2013 – 31.12.2013	01.01.2012 – 31.12.2012	01.01.2013 – 31.12.2013	01.01.2012 – 31.12.2012	01.01.2013 – 31.12.2013	01.01.2012 – 31.12.2012	01.01.2013 – 31.12.2013	01.01.2012 – 31.12.2012
Umsatzerlöse (mit Dritten)	54.711	51.593	23.718	16.653	4.901	3.879	83.330	72.125
Segmentbetriebsergebnis	34.362	32.856	9.248	7.223	-2.708	-2.889	40.902	37.190
Sonstige betriebliche Aufwendungen							18.076	17.127
EBITDA							22.826	20.063

In Tsd. €	01.01.2013 – 31.12.2013	01.01.2012 – 31.12.2012
D-A-CH	79.564	68.766
International	3.766	3.359
	83.330	72.125

Es bestehen keine Abhängigkeiten von wichtigen Kunden, da mit keinem Kunden ein signifikanter Anteil der Umsatzerlöse der Gruppe erzielt wird.

LANGFRISTIGE VERMÖGENSWERTE

Die langfristigen Vermögenswerte in Höhe von 34.207 Tsd. € (Vorjahr: 23.068 Tsd. €) entfallen wie im Vorjahr ausschließlich auf die D-A-CH-Region.

ZUSÄTZLICHE INFORMATIONEN ZUR KONZERN-KAPITALFLUSSRECHNUNG

Der Finanzmittelbestand beinhaltet zum 31. Dezember 2013 ausschließlich liquide Mittel in Höhe von 68.980 Tsd. € (Vorjahr: 58.773 Tsd. €) und setzt sich aus Eigenmitteln von 66.160 Tsd. € (Vorjahr: 56.159 Tsd. €) und Fremdmitteln von 2.820 Tsd. € (Vorjahr: 2.614 Tsd. €) zusammen. Bei dem Finanzmittelbestand handelt es sich im Wesentlichen um Guthaben bei Kreditinstituten, die zu unterschiedlichen Zinssätzen mit Laufzeiten zwischen einem Tag und drei Monaten angelegt sind.

EVENTUALVERBINDLICHKEITEN UND FINANZIELLE VERPFLICHTUNGEN

Haftungsverhältnisse, z. B. aus Bürgschaften, liegen wie im Vorjahr zum Stichtag nicht vor. Bestellobligo für immaterielle Vermögenswerte oder Sachanlagen bestehen nicht in wesentlichem Umfang, dies gilt auch für langfristige Abnahmeverpflichtungen.

Die Feststellung, ob eine Vereinbarung ein Leasingverhältnis enthält, wird auf der Basis des wirtschaftlichen Gehalts der Vereinbarung zum Zeitpunkt des Abschlusses dieser Vereinbarung getroffen und erfordert eine Einschätzung, ob die Erfüllung der vertraglichen Ver-

einbarung von der Nutzung eines bestimmten Vermögenswerts oder bestimmter Vermögenswerte abhängig ist und ob die Vereinbarung ein Recht auf die Nutzung des Vermögenswerts einräumt.

Im Konzern wurden Operating-Leasingverträge für Geschäftsräume und Mitarbeiterwohnungen geschlossen. Diese Leasingverträge haben eine durchschnittliche Laufzeit zwischen drei und fünf Jahren und können optional verlängert werden.

Zukünftige Mindestleasingzahlungen, die nach den unkündbaren Operating-Leasingverträgen zum 31. Dezember 2013 bestehen, stellen sich wie folgt dar:

In Tsd. €	31.12.2013	31.12.2012
im Folgejahr	3.282	2.071
in zwei bis fünf Jahren	7.315	9.481
länger als fünf Jahre	0	347
	10.597	11.899

Der Konzern hat Miet- und Leasingzahlungen in Höhe von 2.690 Tsd. € (Vorjahr: 2.863 Tsd. €) aufwandswirksam erfasst.

Zukünftige Mindestleasingzahlungen aus Finanzierungsleasingverträgen liegen zum 31. Dezember 2013 nicht vor.

GRUNDSÄTZE DES FINANZRISIKOMANAGEMENTS

Die Finanzinstrumente des Konzerns beinhalten überwiegend Zahlungsmittel und Forderungen aus Dienstleistungen, die aus der betrieblichen Tätigkeit resultieren. Der Konzern finanziert sich überwiegend über die Vorauszahlungen seiner Premium-Mitglieder und durch Eigenkapitalfinanzierung. Daneben hält der Konzern keine weiteren Finanzinstrumente, die wesentliche finanzielle Risiken mit sich bringen.

KAPITALRISIKOMANAGEMENT UND NETTOVERSCHULDUNG

Der Konzern steuert sein Kapital grundsätzlich anhand der Eigenkapitalquote mit dem Ziel, die Erträge - ggf. auch durch Einsatz von Fremdkapital - zu optimieren. Dabei wird sichergestellt, dass alle Konzernunternehmen unter der Unternehmensfortführungsprämisse operieren können. Der Konzern überwacht dabei sein Kapital mithilfe der Eigenkapitalquote.

Die Kapitalstruktur des Konzerns besteht im Wesentlichen aus Eigenkapital. Das Eigenkapital beträgt zum 31. Dezember 2013 61.989 Tsd. € (Vorjahr: 51.762 Tsd. €) und setzt sich wie folgt zusammen:

In Tsd. €	31.12.2013	31.12.2012
Gezeichnetes Kapital	5.592	5.554
Eigene Aktien	-455	-2.039
Kapitalrücklage	18.477	17.393
Sonstige Rücklagen	16.368	16.302
Bilanzgewinn	20.600	14.552
	60.582	51.762

Die Eigenkapitalquote 53,6 % (Vorjahr: 56,2 %). Wie die nachfolgende Übersicht zeigt, übersteigen zum Stichtag die Zahlungsmittel und kurzfristigen Einlagen des Konzerns die vorhandenen Schulden deutlich:

In Tsd. €	31.12.2013	31.12.2012
Langfristige Verbindlichkeiten	-7.931	-3.777
Kurzfristige Verbindlichkeiten	-43.788	-36.672
Zahlungsmittel und kurzfristige Einlagen	66.160	56.159
ÜBERHANG AN ZAHLUNGSMITTELN	14.441	15.710

In den kurz- und langfristigen Verbindlichkeiten sind insgesamt 31.450 Tsd. € Erlös- bzw. Zuschussabgrenzungen enthalten, die nicht direkt zu einem Abfluss von Zahlungsmitteln führen.

KLASSEN VON FINANZINSTRUMENTEN

Zum Stichtag bestehen nachfolgende Klassen von Finanzinstrumenten:

In Tsd. €	31.12.2013	31.12.2012
FINANZIELLE VERMÖGENSWERTE		
Langfristige Forderungen	93	74
Kurzfristige Forderungen aus Dienstleistungen	8.621	7.322
Zahlungsmittel und kurzfristige Einlagen	66.160	56.159
FINANZIELLE VERBINDLICHKEITEN		
Kurzfristige Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2.096	1.429
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	1.485	0

Die Bewertung der lang- und kurzfristigen Forderungen sowie der Zahlungsmittel und kurzfristigen Einlagen erfolgt mit ihren fortgeführten Anschaffungskosten.

Die sonstigen langfristigen Verbindlichkeiten betreffen die erfolgsabhängige Vergütung aus dem Erwerb der kununu GmbH im Geschäftsjahr 2013.

Die übrigen kurzfristigen Verbindlichkeiten werden zu fortgeführten Anschaffungskosten angesetzt.

Bei sämtlichen finanziellen Vermögenswerten und Verbindlichkeiten entsprechen die beizulegenden Zeitwerte, soweit bestimmbar, den bilanzierten Buchwerten.

Finanzielle Vermögenswerte dienen im Geschäftsjahr, wie auch im Vorjahr, nicht zur Absicherung von Verbindlichkeiten des Konzerns.

Im Geschäftsjahr wurden analog zum Vorjahr durch den Konzern keine Sicherungsinstrumente zur Absicherung finanzieller Vermögenswerte bzw. Verbindlichkeiten oder zur Absicherung von Zahlungsströmen eingesetzt.

WECHSELKURS- UND ZINSRISIKOMANAGEMENT

Gegenwärtig ist der Konzern keinen wesentlichen Wechselkurs- und Zinsrisiken ausgesetzt. Die Einnahmen werden überwiegend in Euro generiert. Es bestehen keine verzinslichen Verbindlichkeiten.

Die Bankguthaben wurden durchschnittlich mit 0,26 % (Vorjahr: 0,58 %) verzinst.

Da der Konzern keinen wesentlichen Marktrisiken (Währungs-, Zins- und sonstige Preisrisiken) ausgesetzt ist, wird auf vertiefende Sensitivitätsanalysen in Bezug auf mögliche Marktrisiken verzichtet.

Auf das Konzernergebnis vor Steuern wirkt sich eine Veränderung der Zinssätze (aufgrund der Auswirkungen auf variabel verzinsten Finanzanlagen) auf die Zinserträge aus. Bei einer Erhöhung/Senkung der Zinssätze um 100 Basispunkte hätten sich die Zinserträge bei einem Anlagevolumen von durchschnittlich 60.681 Tsd. € (Vorjahr: 61.213 Tsd. €) um 607 Tsd. € (Vorjahr: 612 Tsd. €) verändert.

AUSFALLRISIKOMANAGEMENT

Unter dem Ausfallrisiko ist das Risiko eines Verlustes für den Konzern zu verstehen, wenn eine Vertragspartei ihren vertraglichen Verpflichtungen nicht nachkommt.

Wesentliche finanzielle Vermögenswerte bestehen zum Stichtag, wie auch im Vorjahr, nur in Form von Beitragsforderungen gegen die Nutzer der XING-Plattform (Forderungen aus Dienstleistungen) sowie aus Guthaben bei Kreditinstituten (Zahlungsmittel und kurzfristige Einlagen).

In Bezug auf die Forderungen ist das Risiko dadurch reduziert, dass der ganz überwiegende Teil die Beitragsforderungen aus einer Vielzahl kleinerer Beträge von jeweils unter 1 Tsd. € besteht. Diese Forderungen haben zum Stichtag nahezu sämtlich eine Restlaufzeit von weniger als einem Monat. In Höhe des Buchwerts der Forderungen von 8.621 Tsd. € (Vorjahr: 7.322 Tsd. €) besteht das maximale Ausfallrisiko. Der überwiegende Teil der Forderungen wurde nach dem Bilanzstichtag bezahlt.

Bei den Guthaben bei Kreditinstituten erfolgt die Vermögensanlage und Zahlungsabwicklung bei namhaften Geschäftsbanken bester Bonität. Die Restlaufzeit der Guthaben beträgt weniger als sechs Monate.

Der Konzern schätzt die gegenwärtigen Ausfallrisiken als gering ein. Es wurden Wertberichtigungen bei den Forderungen aus Dienstleistungen in erforderlichem Umfang gebildet. Bei den Zahlungsmitteln und kurzfristigen Einlagen kam es analog zum Vorjahr zu keinen Ausfällen.

Es bestehen keine wesentlichen Risikokonzentrationen.

LIQUIDITÄTSRISIKOMANAGEMENT

Der Konzern steuert Liquiditätsrisiken durch das Halten von angemessenen Rücklagen sowie durch eine ständige Überwachung der prognostizierten und der tatsächlichen Cashflows. Die Fälligkeiten finanzieller Vermögenswerte und Verbindlichkeiten werden laufend überwacht.

Aufgrund der vorhandenen Bankguthaben bestehen derzeit keine nennenswerten Liquiditätsrisiken. Kreditlinien bei Banken sind nicht vorhanden und werden derzeit auch nicht benötigt.

ANGABEN ZUM AKTIENOPTIONSPROGRAMM UND ZU ANTEILSBASIERTE VERGÜTUNGEN NACH IFRS 2

Durch Beschluss der ordentlichen Hauptversammlung der Gesellschaft vom 3. November 2006 wurde zum Zwecke eines Mitarbeiterbeteiligungsprogramms ein bedingtes Kapital (Bedingtes Kapital I 2006) im Umfang von bis zu € 288.822,00 geschaffen. In der Folge wurden im Dezember 2006, September 2007 und März 2008 im Rahmen des „Aktienoptionsplans 2006“ (AOP 2006) insgesamt 272.812 Aktienoptionen an den Vorstand sowie ausgewählte Führungskräfte und Mitarbeiter von XING ausgegeben, von denen am Bilanzstichtag 0 (Vorjahr: 19.000) Optionsrechte nicht verfallen sind.

Durch Beschluss der ordentlichen Hauptversammlung der Gesellschaft vom 21. Mai 2008 wurde zum Zwecke eines Mitarbeiterbeteiligungsprogramms ein weiteres bedingtes Kapital (Bedingtes Kapital 2008) im Umfang von bis zu 231.348,00 € geschaffen. In der Folge wurden im September 2008 und Februar 2009 im Rahmen des „Aktienoptionsplans 2008“ (AOP 2008) insgesamt 180.387 Optionsrechte an Führungskräfte und Mitarbeiter von XING ausgegeben, von denen am Bilanzstichtag 1.130 (Vorjahr: 3.824) Optionsrechte nicht verfallen sind.

Durch Beschluss der ordentlichen Hauptversammlung der Gesellschaft vom 28. Mai 2009 wurde zum Zwecke eines Aktienoptionsprogramms ein weiteres bedingtes Kapital (Bedingtes Kapital 2009) im Umfang von bis zu 197.218,00 € geschaffen. In der Folge wurden im August 2009, April 2010 und Mai 2010 im Rahmen des „Aktienoptionsplans 2009“ (AOP 2009) insgesamt 128.800 Optionsrechte an den Vorstand sowie Mitarbeiter von XING ausgegeben, von denen am Bilanzstichtag 0 (Vorjahr: 48.200) Optionsrechte nicht verfallen sind.

Durch Beschluss der ordentlichen Hauptversammlung der Gesellschaft vom 27. Mai 2010 wurde zum Zwecke eines Aktienoptionsprogramms ein weiteres bedingtes Kapital (Bedingtes Kapital 2010) im Umfang von bis zu 94.318,00 € geschaffen. In der Folge wurden im Dezember 2010 und März 2011 im Rahmen des „Aktienoptionsplans 2010“ (AOP 2010) insgesamt 50.000 Optionsrechte an den Vorstand von XING ausgegeben, von denen am Bilanzstichtag 40.000 (Vorjahr: 50.000) Optionsrechte nicht verfallen sind.

Die Aktienoptionspläne gewähren die Optionen zur Zeichnung von Aktien der Gesellschaft und sehen eine feste Laufzeit von fünf Jahren bei den Programmen 2006 und 2010 vor. Die Aktienoptionsprogramme 2008 und 2009 haben eine Laufzeit von zehn Jahren. Jede Option gewährt das Recht, eine Aktie der Gesellschaft zu zeichnen, wobei das Bezugsrecht der Aktionäre insoweit ausgeschlossen ist. Die wesentlichen Regelungen der AOP 2006 - 2010 stellen sich in zusammengefasster Form wie folgt dar:

Im Zuge des AOP dürfen Aktienoptionen ausschließlich an Mitglieder des Vorstandes der XING AG, an Mitglieder der Geschäftsführung von Tochtergesellschaften sowie an ausgewählte Führungskräfte, sonstige Leistungsträger und sonstige Mitarbeiter der XING AG und ihrer Tochtergesellschaften ausgegeben werden.

Die Aktienoptionen gewähren dem Inhaber das Recht zum Bezug von auf den Inhaber lautenden stimmberechtigten Stückaktien der XING AG. Dabei gewährt jede Aktienoption das Recht auf den Bezug von je einer Aktie der XING AG gegen Zahlung des Ausübungspreises. Die Optionsbedingungen können vorsehen, dass die Gesellschaft dem Bezugsberechtigten in Erfüllung des Bezugsrechts wahlweise anstelle von neuen Aktien unter Inanspruchnahme des bedingten Kapitals auch eigene Aktien oder einen Barausgleich gewähren kann.

Die Bezugsrechte aus den Aktienoptionen können erstmals nach Ablauf einer Wartezeit ausgeübt werden. Bei den Aktienoptionsprogrammen 2006 - 2009 beträgt die Wartezeit für 50 % der gewährten Aktienoptionen mindestens zwei Jahre, für weitere 25 % der gewährten Aktienoptionen mindestens drei Jahre und für die verbleibenden 25 % mindestens vier Jahre. Im Aktienoptionsprogramm 2010 beträgt die Wartezeit vier Jahre. Sie beginnt am Tag nach Ausgabe der jeweiligen Aktienoptionen. In den Aktienoptionsprogrammen 2006 und 2010 ist die Ausübung der Bezugsrechte innerhalb von bis zu fünf Jahren, beginnend mit dem Tag der Ausgabe der Aktienoption, möglich. In den Aktienoptionsprogrammen 2008 und 2009 ist die Ausübung der Bezugsrechte innerhalb von bis zu zehn Jahren, beginnend mit dem Tag der Ausgabe der Aktienoption, möglich.

Der Ausübungspreis für eine Aktie der Gesellschaft entspricht dem arithmetischen Mittel der Schlussauktionspreise der Aktien der Gesellschaft im Xetra-Handel (oder einem vergleichbaren Nachfolgesystem) an der Frankfurter Wertpapierbörse an den letzten fünf Börsentagen vor Ausgabe der jeweiligen Aktienoption (Tag der Annahme der Zeichnungserklärung des Berechtigten durch die Gesellschaft oder das von ihr für die Abwicklung eingeschaltete Kreditinstitut). Abweichend hiervon entspricht der Ausübungspreis für Aktienoptionen, die bis zur Handelsaufnahme der Aktien im Rahmen des Börsengangs der Gesellschaft ausgegeben werden, dem Kaufpreis, zu dem im Rahmen des Börsengangs die Aktien der Gesellschaft platziert werden.

Aus den Aktienoptionen können Bezugsrechte nur ausgeübt werden, wenn sich der Schlussauktionspreis der Aktien der Gesellschaft im Xetra-Handel (oder einem vergleichbaren Nachfolgesystem) an der Frankfurter Wertpapierbörse innerhalb eines Jahres vor dem Tag der Ausübung des Bezugsrechts an mindestens zehn aufeinanderfolgenden Handelstagen positiver entwickelt hat als der SDAX-Index (oder ein vergleichbarer Nachfolgeindex).

Zu vergleichbaren Konditionen wurden in 2009 und 2011 zwei Einzelzusagen für insgesamt 100.000 Aktienoptionen an ein Vorstandsmitglied erteilt, von denen am Bilanzstichtag 0 (Vorjahr: 37.500) Optionsrechte nicht verfallen sind.

Der in der Gewinn- und Verlustrechnung zum 31. Dezember 2013 erfasste Aufwand für diese anteilsbasierten Vergütungen beträgt 66 Tsd. € (Vorjahr: 515 Tsd. €).

Der gewichtete durchschnittliche Ausübungspreis beträgt 27,08 € (Vorjahr: 27,90 €) und ermittelt sich als Ausgabepreis der jeweiligen Optionen abzüglich des beizulegenden Zeitwerts der noch zu erbringenden Arbeitsleistungen innerhalb der verbleibenden Sperrfrist der jeweiligen Optionen. Die gewichtete durchschnittliche Vertragslaufzeit für die zum 31. Dezember 2013 ausstehenden Aktienoptionen beträgt 2,3 Jahre (Vorjahr: 3,6 Jahre).

Der gewichtete durchschnittliche Zeitwert für die zum 31. Dezember 2013 ausstehenden Aktienoptionen beträgt 6,18 € (Vorjahr: 7,70 €).

Im Geschäftsjahr 2012 wurden 35.550 Aktienoptionen, welche an ausgewählte Führungskräfte und Mitarbeiter von XING zu vergleichbaren Konditionen ausgegeben wurden, vorzeitig aufgrund des Kontrollerwerbs i.S.d. § 29 WpÜG durch die Burda Digital GmbH, München, ausübbar. Der in der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung zum 31. Dezember 2012 erfasste Aufwand für diese aktienbasierten Vergütungen beträgt insgesamt 1.516 Tsd. €, von denen 1.095 Tsd. € als Sondereffekt aus dem Kontrollerwerb resultieren.

Das langjährige Anreizprogramm für Vorstandsmitglieder beruht auf einer virtuellen Nachbildung von Aktien, die den bezugsberechtigten Vorstandsmitgliedern unter bestimmten Voraussetzungen in jährlichen Tranchen zugeteilt werden und die bei Vorliegen bestimmter Voraussetzungen und nach Ablauf einer Wartezeit von drei Jahren ab Zuteilung einen an den Aktienkurs gekoppelten Anspruch auf eine Barzahlung oder, nach Wahl der Gesellschaft, auf Zuteilung von Aktien begründen. Die Zuteilung erfolgt auf Basis von vom Aufsichtsrat vorgegebenen mehrjährigen quantitativen Zielen, wie Konzernumsatz und -EBITDA. Durch die Gewährung der Shadow Shares wird eine Vergütungskomponente genutzt, die die Wertentwicklung der Aktie der Gesellschaft berücksichtigt und daher für die Vorstände eine nachhaltige, langfristige Anreizwirkung bietet.

Als Vergütung für das laufende Geschäftsjahr wird der beizulegende Zeitwert für die in diesem Jahr gewährten virtuellen Aktien auf der Basis eines Zielerreichungsgrads von 100 % gezeigt. Insgesamt wurde im Geschäftsjahr 2013 ein Personalaufwand aufgrund von anteilsbasierten Vergütungen mit Barausgleich in Höhe von 404 Tsd. € (Vorjahr: 83 Tsd. €) ergebniswirksam erfasst. Für Ansprüche aus den langfristigen Anreizprogrammen bestehen zum 31. Dezember 2013 Rückstellungen in Höhe von 487 Tsd. € (Vorjahr: 83 Tsd. €).

Die Berechnungen basieren auf den zur Bewertung der Aktienoptionen eingeholten versicherungsmathematischen Gutachten und den dort zugrunde liegenden Parametern. Der beizulegende Zeitwert der Optionsrechte aus dem Aktienoptionsprogramm 2010 wurde mithilfe eines Binomialmodells zum Ausgabetermin (29. März 2011) ermittelt. Die erwartete Volatilität wurde mit 30 % berücksichtigt. Als Laufzeit wurden 4,5 Jahre, als risikoloser Zinssatz 2,59 % angesetzt. Der so ermittelte beizulegende Zeitwert beträgt 6,07 € pro Option. Die Ermittlung des beizulegenden Zeitwerts der virtuellen Aktien erfolgt anhand von Binomialmodellen. Dabei wurden eine erwartete Volatilität von 45 %, eine Laufzeit von 2,5 Jahren und ein risikoloser Zinssatz von 0,34 % verwandt. Auf Basis dieser Bewertungsgrundlagen ergibt sich ein beizulegender Zeitwert der Optionsrechte von 65,47 € zum 31. Dezember 2013.

GESCHÄFTSBEZIEHUNGEN ZU NAHESTEHENDEN UNTERNEHMEN UND PERSONEN

Die Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats der XING AG sind als nahestehende Personen im Sinne von IAS 24 anzusehen. Im Berichtsjahr lagen mit Ausnahme ihrer Organtätigkeit keine wesentlichen Geschäftsbeziehungen zwischen dem Vorstand und dem Aufsichtsrat und den in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen vor. Vorstand und Aufsichtsrat erhielten für ihre Tätigkeiten im Geschäftsjahr Gesamtvergütungen von 2.147 Tsd. € und 280 Tsd. € (Vorjahr: 1.192 Tsd. € und 280 Tsd. €).

Die Hubert Burda Media Holding Kommanditgesellschaft, Offenburg, hält seit dem 18. Dezember 2012 mehr als 50 % des Grundkapitals der XING AG. Die XING AG ist demnach eine abhängige Gesellschaft i. S. v. § 312 Abs. 1 Satz 1 i. V. m. § 17 Abs. 2 AktG. Da kein Beherrschungsvertrag zwischen der XING AG und der Hubert Burda Media Holding Kommanditgesellschaft, Offenburg, besteht, stellt der Vorstand der XING AG einen Bericht über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen gemäß § 312 Abs. 1 Satz 1 AktG auf. Im Geschäftsjahr 2013 haben die XING AG bzw. ihre verbundenen Unternehmen und die Hubert Burda Media Holding Kommanditgesellschaft, Offenburg, bzw. deren verbundene Unternehmen wie im Vorjahr gegenseitig Produkte

und Dienstleistungen zu marktüblichen Bedingungen bezogen, das mit folgender Ausnahme nur in unwesentlichem Umfang erfolgte. Mit der TOMORROW FOCUS Media GmbH, Hamburg, wurden im Geschäftsjahr Umsatzerlöse von 2.693 Tsd. € erzielt, von denen zum 31. Dezember 2013 557 Tsd. € noch ausstehend sind und als Forderungen aus Dienstleistungen ausgewiesen werden.

ANZAHL DER ARBEITNEHMER

Während des Geschäftsjahres 2013 waren bei XING durchschnittlich 530 Mitarbeiter (Vorjahr: 500) sowie 4 Vorstandsmitglieder (Vorjahr: 4) beschäftigt. Zum 31. Dezember 2013 waren im Konzern 571 Mitarbeiter (Vorjahr: 509) sowie 4 Vorstandsmitglieder (Vorjahr: 4) tätig.

ERHALTENE MITTEILUNGEN NACH § 21 WPHG

Für die Mitteilungspflicht nach § 21 WpHG wird auf die Ausführungen im Anhang des Einzelabschlusses der XING AG verwiesen.

MITGLIEDER DES AUFSICHTSRATS

Folgende Personen gehörten im Berichtsjahr dem Aufsichtsrat der Gesellschaft an:

Dr. Neil Vernon Sunderland, freier Unternehmer, Zumikon, Schweiz (Vorsitzender bis 24. Mai 2013)
weitere Aufsichtsratsmandate/Mitgliedschaften in Kontrollgremien (Stand: 24. Mai 2013):

- ▶ Vorsitzender des Verwaltungsrats und Vorsitzender der Geschäftsleitung und des Verwaltungsrats der AdInvest AG und der AdInvest Holding AG, Zumikon, Schweiz
- ▶ Mitglied des Verwaltungsrats der Elsevier Holdings SA, Neuchâtel, Schweiz, der Elsevier Finance SA, Neuchâtel, Schweiz, der Elsevier Properties SA, Neuchâtel, Schweiz
- ▶ Vorsitzender des Boards der Adconion Media Group, Limited, London, Großbritannien
- ▶ Mitglied der Boards der Industrial Origami Inc., Cleveland, USA
- ▶ Vorsitzender des Boards der Crupe Systems International Holdings (Singapore) Pte. Ltd., Singapore
- ▶ Mitglied des Boards der exxeta AG, Karlsruhe, Deutschland

Stefan Winners, Vorstand Digital der Hubert Burda Media Gruppe, München, Deutschland (Vorsitzender seit 24. Mai 2013)

weitere Aufsichtsratsmandate/Mitgliedschaften in Kontrollgremien:

- ▶ Vorsitzender des Aufsichtsrats der TOMORROW FOCUS AG, München, Deutschland (seit Juni 2013)
- ▶ Mitglied des Aufsichtsrats der zooplus AG, München, Deutschland

Simon Guild, Chairman of the Board, Bigpoint, London, Großbritannien (bis 24. Mai 2013)

weitere Aufsichtsratsmandate/Mitgliedschaften in Kontrollgremien (Stand: 24. Mai 2013):

- ▶ Vorsitzender des Beirats der Bigpoint GmbH, Hamburg, Deutschland
- ▶ Vorsitzender des Verwaltungsrats der Wayn.com (Where Are You Now?) Ltd., London, Großbritannien
- ▶ Vorsitzender des Verwaltungsrats der Diffusion Media Group Limited, London, Großbritannien
- ▶ Vorsitzender des Verwaltungsrats von Rentify Limited, London, Großbritannien
- ▶ Mitglied des Aufsichtsrats der sprd.net AG, Leipzig, Deutschland
- ▶ Mitglied des Verwaltungsrats der DigiCompanion SA, Paris, Frankreich
- ▶ Mitglied des Verwaltungsrats von eYeka SA, Paris, Frankreich
- ▶ Mitglied des Verwaltungsrats von Horizon Media Group Limited, London, Großbritannien

Dr. Jörg Lübcke, Geschäftsführer, Burda Digital GmbH, München, Deutschland

weitere Aufsichtsratsmandate/Mitgliedschaften in Kontrollgremien:

- ▶ Mitglied des Aufsichtsrats der zooplus AG, München, Deutschland

Dr. Johannes Meier, Geschäftsführer, European Climate Foundation, Den Haag, Niederlande

weitere Aufsichtsratsmandate/Mitgliedschaften in Kontrollgremien:

- ▶ Mitglied des Aufsichtsrats der InfoAnalytics AG, Oldenburg, Deutschland
- ▶ Mitglied des Aufsichtsrats der Handelshochschule Leipzig gGmbH, Leipzig, Deutschland (bis November 2013)

Fritz Oidtmann, Managing Partner, Acton Capital Partners GmbH, Bonn, Deutschland

weitere Aufsichtsratsmandate/Mitgliedschaften in Kontrollgremien:

- ▶ keine

Jean-Paul Schmetz, Chief Scientist, Hubert Burda Media Holding KG, München, Deutschland

weitere Aufsichtsratsmandate/Mitgliedschaften in Kontrollgremien:

- ▶ Mitglied des Beirats der HackFwd GmbH & Co. KG, Hamburg, Deutschland
- ▶ Mitglied des Aufsichtsrats der OPMS Limited, Seoul, Südkorea

Anette Weber, CFO der Sparte Biopharmaceuticals & Oncology Injectables der Sandoz International GmbH, Holzkirchen, Deutschland (seit 24. Mai 2013)

weitere Aufsichtsratsmandate/Mitgliedschaften in Kontrollgremien:

- ▶ keine

Die Mitglieder des Aufsichtsrats haben für jedes volle Geschäftsjahr ihrer Zugehörigkeit zum Aufsichtsrat eine feste Vergütung von 40 Tsd. € erhalten. Der Vorsitzende des Aufsichtsrats erhielt das Zweifache der festen Vergütung.

Im Geschäftsjahr 2013 betrug die Aufsichtsratsvergütung insgesamt 280 Tsd. € (Vorjahr: 280 Tsd. €).

Weitere Informationen sind im Vergütungsbericht enthalten, der Bestandteil des Konzern-Lageberichts ist.

MITGLIEDER DES VORSTANDS

Zu Mitgliedern des Vorstandes waren bestellt:

Dr. Thomas Vollmoeller, CEO, Hamburg,
Aufsichtsratsmandate/Mitgliedschaften in Kontrollgremien:

- ▶ Mitglied des Verwaltungsrats der Conrad Electronic SE, Hirschau, Deutschland

Dr. Helmut Becker, CCO, Hamburg (bis 19. April 2013)
Aufsichtsratsmandate/Mitgliedschaften in Kontrollgremien
(Stand: 19. April 2013):

- ▶ Mitglied des Aufsichtsrats der Tipp24 SE, Hamburg, Deutschland

Ingo Chu, CFO, Hamburg,
Aufsichtsratsmandate/Mitgliedschaften in Kontrollgremien:

- ▶ keine

Jens Pape, CTO, Hamburg,
Aufsichtsratsmandate/Mitgliedschaften in Kontrollgremien:

- ▶ keine

Timm Richter, CPO, Hamburg (seit 1. März 2013)
Aufsichtsratsmandate/Mitgliedschaften in Kontrollgremien:

- ▶ keine

Weitere Informationen sind im Vergütungsbericht enthalten, der Bestandteil des Konzern-Lageberichts ist.

HONORARE UND DIENSTLEISTUNGEN DES ABSCHLUSSPRÜFERS

Im Geschäftsjahr 2013 wurde für Abschlussprüfungsleistungen zum 31. Dezember 2013 ein Aufwand in Höhe von 155 Tsd. € (Vorjahr: 173 Tsd. €) erfasst. Honorare für sonstige Leistungen fielen in Höhe von 4 Tsd. € (Vorjahr: 14 Tsd. €) an. Steuerberatungsleistungen und andere Bestätigungsleistungen wurden wie im Vorjahr nicht in Anspruch genommen.

DIRECTORS' DEALINGS

Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats sind nach §15a Wertpapierhandelsgesetz (WpHG) gesetzlich verpflichtet, den Erwerb oder die Veräußerung von Aktien der XING AG oder sich darauf beziehender Finanzinstrumente offenzulegen, soweit der Wert der von dem Mitglied und ihm nahestehenden Personen innerhalb eines Kalenderjahrs getätigten Geschäfte die Summe von 5.000 € erreicht oder übersteigt. Die der XING AG im abgelaufenen Geschäftsjahr gemeldeten Geschäfte wurden ordnungsgemäß veröffentlicht und sind auf der Website des Unternehmens (<http://corporate.xing.com/deutsch/investor-relations/corporate-governance/directors-dealings>) abrufbar.

ERKLÄRUNG ZUM CORPORATE GOVERNANCE KODEX

Die Vorstand und Aufsichtsrat der XING AG haben im Februar 2014 die nach §161 AktG vorgeschriebene Erklärung abgegeben und durch Veröffentlichung auf der Website des Unternehmens (<http://corporate.xing.com/deutsch/investor-relations/corporate-governance>) öffentlich zugänglich gemacht.

WESENTLICHE EREIGNISSE NACH DEM BILANZSTICHTAG

Für den Konzern wesentliche Ereignisse nach dem Bilanzstichtag haben sich nicht ereignet.

Erklärung des Vorstands

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

Hamburg, 27. März 2014

Der Vorstand

Dr. Thomas Vollmoeller

Ingo Chu

Timm Richter

Jens Pape

Bestätigungsvermerk

Wir haben den von der XING AG, Hamburg, aufgestellten Konzernabschluss - bestehend aus Bilanz, Gesamtergebnisrechnung, Eigenkapitalveränderungsrechnung, Kapitalflussrechnung und Anhang - sowie den Konzernlagebericht für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember 2013 geprüft. Die Aufstellung von Konzernabschluss und Konzernlagebericht nach den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315a Abs. 1 HGB anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften liegt in der Verantwortung des Vorstands der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über den Konzernabschluss und den Konzernlagebericht abzugeben.

Wir haben unsere Konzernabschlussprüfung nach § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung vorgenommen. Danach ist die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass Unrichtigkeiten und Verstöße, die sich auf die Darstellung des durch den Konzernabschluss unter Beachtung der anzuwendenden Rechnungslegungsvorschriften und durch den Konzernlagebericht vermittelten Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage wesentlich auswirken, mit hinreichender Sicherheit erkannt werden. Bei der Festlegung der Prüfungshandlungen werden die Kenntnisse über die Geschäftstätigkeit und über das wirtschaftliche und rechtliche Umfeld des Konzerns sowie die Erwartungen über mögliche Fehler berücksichtigt. Im Rahmen der Prüfung werden die Wirksamkeit des rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystems sowie Nachweise für die Angaben im Konzernabschluss und Konzernlagebericht überwiegend auf der Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung umfasst die Beurteilung der Jahresabschlüsse der in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen, der Abgrenzung des Konsolidierungskreises, der angewandten Bilanzierungs- und Konsolidierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen des Vorstands sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Unsere Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt.

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse entspricht der Konzernabschluss den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315a Abs. 1 HGB anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften und vermittelt unter Beachtung dieser Vorschriften ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns. Der Konzernlagebericht steht in Einklang mit dem Konzernabschluss, vermittelt insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage des Konzerns und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar.

Hamburg, den 27. März 2014

PricewaterhouseCoopers
Aktiengesellschaft
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Matthias Kirschke
Wirtschaftsprüfer

ppa. Jana Zemmrich
Wirtschaftsprüferin

Finanztermine

Geschäftsbericht 2013	28. März 2014
Zwischenbericht zum ersten Quartal 2014	6. Mai 2014
Ordentliche Hauptversammlung der XING AG	23. Mai 2014
Halbjahresbericht 2014	6. August 2014
Zwischenbericht zum dritten Quartal 2014	6. November 2014

Impressum und Kontakt

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

HERAUSGEBER

XING AG
Dammthorstraße 29 - 32
20354 Hamburg
Telefon +49 40 41 91 31 - 793
Telefax +49 40 41 91 31 - 11

CHEFREDAKTEUR

Patrick Möller (Director Investor Relations)

KONZEPT UND GESTALTUNG

CAT Consultants GmbH & Co, Hamburg
www.cat-consultants.de

Presseinformationen und aktuelle Informationen zur XING AG erhalten Sie über:

CORPORATE COMMUNICATIONS

Marc-Sven Kopka
Telefon +49 40 41 91 31 - 763
Telefax +49 40 41 91 31 - 11
presse@xing.com

WEITERE REDAKTEURE

Marc-Sven Kopka
Angela Rittig
Henrike Krüger-Schmidtke
Felix Lasse
Ines Rathgeb
Dr. Thomas Ströher
Gerhard Mohr
Frank Legeland
Yee-Wah Tsoi
Anika Seidenfaden
Kai Hollensteiner



XING AG

Dammtorstraße 29 - 32

20354 Hamburg

Telefon +49 40 41 91 31 - 793

Telefax +49 40 41 91 31 - 11

investor-relations@xing.com

www.xing.com