

---

# ***Testatsexemplar***

XING AG  
Hamburg

Jahresabschluss zum 31. Dezember 2014  
und Lagebericht für das Geschäftsjahr 2014

Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers





<b>Inhaltsverzeichnis</b>	<b>Seite</b>
Lagebericht 2014 .....	1
Jahresabschluss.....	1
1. Bilanz zum 31. Dezember 2014.....	2
2. Gewinn- und Verlustrechnung für die Zeit vom 1. Januar 2014 bis 31. Dezember 2014 .....	5
3. Anhang 2014.....	7
Anlagenspiegel.....	20
Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers .....	1



# Lagebericht

für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember 2014

## Geschäft und Strategie

### Geschäftsmodelle und Steuerungssystem

Der Lagebericht orientiert sich an den folgenden Segmenten:

1. Network/Premium
2. E-Recruiting
3. 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 erfahren, wer ihr Profil besucht hat und wie die Besucher auf sie aufmerksam wurden.
2. Premium-Mitglieder können eine erweiterte Suchfunktion mit speziellen Suchfeldern und –filtern nutzen.
3. Premium-Mitglieder können insgesamt 20 Nachrichten pro Monat auch an Nicht-Kontakte senden.
4. Premium-Mitglieder erhalten exklusiven Zugang zu Angeboten von Kooperationspartnern wie Design Offices®, Statista (nur CH), SBB (nur CH), getAbstract®, Lecturio®, HRS®, Fitness First®, Sixt®, Axel Springer und REWE®. Weitere Partner werden folgen.
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](http://www.xing.com) vermarktet. Werbetreibende haben direkt sowie über ein Vermarktungsunternehmen Zugang zu den klassischen Werbeformen auf Basis des Klick-Preis- und 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 „Passive Recruiting“, „Active 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.

Im Teilbereich „Active Recruiting“ haben wir den XING-Talentmanager (XTM) als Produkt für die aktive Kandidatensuche und -verwaltung etabliert. Der XTM richtet sich an 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.

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: die monatliche Gebühr für ein Employer-Branding-Profil liegt je nach Unternehmensgröße zwischen 395 € und 1.095 € im Monat.

Die Vermarktung unserer E-Recruiting-Angebote erfolgt im Wesentlichen durch die mehr als 70 festangestellten Vertriebsmitarbeiterinnen und -mitarbeiter.

#### **Segment „Events“**

Im Geschäftsbereich Events generiert XING Umsatzerlöse mit der Abwicklung von Events. Eventveranstalter können die XING-Plattform nutzen, um auf alle für das Event-Management erforderlichen Prozesse – einschließlich Registrierung, Ticketausstellung und Abrechnung – zugreifen zu können. XING 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 durch professionelle Vermarktung von Events. Event-Veranstalter können beispielsweise für ein auf XING eingestelltes Event 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 der Event-Angebote erfolgt im Wesentlichen mittels der im Geschäftsbereich Events festangestellten Vertriebsmitarbeiterinnen und -mitarbeiter.

## Strategie

Mit unserem Fokus auf den deutschsprachigen Raum (D-A-CH) agieren wir in der größten und stärksten Wirtschaftsregion Europas. Mit mehr als 8 Millionen Mitgliedern sind wir das größte und darüber hinaus das am häufigsten (nach Pageimpressions) genutzte soziale Netzwerk für berufliche Kontakte. Diese starke Basis ist eine hervorragende Ausgangssituation, um in den kommenden Jahren durch Etablierung neuer Produktangebote und Dienstleistungen für Mitglieder und Unternehmen weiter zu wachsen. Die Penetration von beruflich genutzten sozialen Netzwerken in der D-A-CH-Region ist mit etwa 10 Prozent im internationalen Vergleich immer noch sehr gering. Auch im Bereich „E-Recruiting“ sehen wir noch großes Wachstumspotenzial, wenn wir uns die Größe des Marktes anschauen und mit den bisher erreichten Marktanteilen vergleichen.

Unsere Konzernstrategie leitet sich von den drei Segmentstrategien ab.

### 1. 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 mehr als 8,3 Millionen Nutzern in D-A-CH Marktführer und sehen in unserem Markt in diesen drei Ländern eine adressierbare Zielgruppe von über 20 Millionen Menschen – die Wachstumschancen sind also noch erheblich. Um dieses strategische Ziel zu erreichen, wird es darauf ankommen, unsere Innovationskraft weiter zu steigern und relevante Funktionalitäten für unsere Mitglieder zu entwickeln. Dies werden insbesondere im Geschäftsjahr 2015 neue Angebote bzw. Tools entlang der Positionierung „For a better working life“ sein.

Im Teilbereich „Premium“ ist die strategische Zielsetzung, den über 800.000 zahlenden XING - Mitgliedern mehr relevante Angebote („Das Beste von XING“) zu bieten, um die Konvertierungsraten von kostenfreier Basismitgliedschaft zur kostenpflichtigen Mitgliedschaft weiter zu erhöhen und das Wachstum zahlender Mitglieder zu beschleunigen.

### 2. Segment E-Recruiting

Die in den vergangenen zwei Jahren von uns eingeleiteten strategischen Maßnahmen zur Verbreiterung des Produktangebots sowie die Akquisition der kununu GmbH im Geschäftsbereich E-Recruiting waren wichtige Erfolgsfaktoren für die dynamische Umsatzentwicklung dieses Segments.

Wir wollen unsere Penetration im Teilsegment aktives Recruiting, also für die Direktsuche von Kandidaten durch die Firmen selber, weiter ausbauen. XING verfügt mit Abstand über die größte Datenbank, wir haben mit dem XING Talentmanager ein wettbewerbsfähiges Produkt, und wir haben eine Vertriebsmannschaft von über 70 Personen, die dieses Produkt in der gesamten D-A-CH-Region verkauft.

Ein weiterer Monetarisierungsbereich ist das Employer Branding. Weil der Kampf um Fachkräfte eine unverändert hohe Relevanz bei Unternehmen hat, sehen wir, dass auch die Nachfrage nach bezahlter Unternehmensdarstellung über unsere Employer Branding-Profile immer wichtiger wird. Auch hier möchten wir unsere Marktdurchdringung mithilfe zusätzlicher Vertriebsaktivitäten unsere Marktposition weiter ausbauen und auch in den kommenden Jahren ein dynamisches Umsatzwachstum erzielen.

Im Teilbereich „Passive Recruiting“, also dem Geschäft mit der Vermarktung von Online-Stellenanzeigen auf der XING-Plattform, haben wir im vergangenen Jahr wichtige strategische Maßnahmen ergriffen, um diesen in der D-A-CH-Region sehr etablierten großen Markt schneller für uns zu erschließen. Mit dem Launch des neuen innovativen XING-Stellenmarkts und der im Januar 2015

akquirierten Plattform Jobbörse.com haben wir eine hervorragende Ausgangssituation geschaffen, um mit deutlich höherer Relevanz für unsere Mitglieder zukünftig einen attraktiven Stellenmarktplatz anbieten und auch hier die Umsätze in den kommenden Jahren ausbauen zu können.

### 3. *Segment Events*

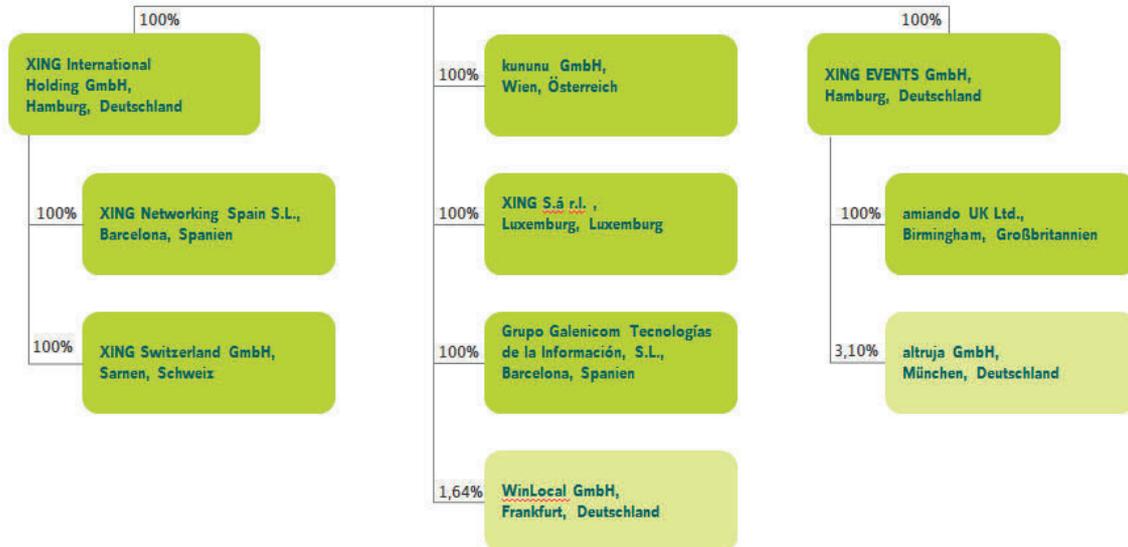
XING generiert Umsatzerlöse mit der Bereitstellung technologischer Infrastruktur zur besseren Vermarktung, dem Management und der Abwicklung von professionellen Veranstaltungen. Darüber hinaus haben wir uns seit 2014 verstärkt darauf konzentriert, den XING-Event-Marktplatz auszubauen und hier die führende Destination für geschäftlich relevante Veranstaltungen in der D-A-CH-Region zu werden. So grenzen wir uns nicht nur stärker vom Wettbewerb ab, sondern bieten unseren Mitgliedern entlang der Positionierung „For a better working life“ attraktive Weiterentwicklung- oder Networking-möglichkeiten. Gleichzeitig wollen wir damit auch eine stärkere Verbindung zwischen veranstalteten Events und der XING-Plattform herstellen, um somit auch Teilnehmer von Business-Events zukünftig besser zu XING-Plattform-Mitgliedern konvertieren zu können.

Die segmentspezifischen Strategien sollen unsere Marktführerschaft im Bereich der professionellen Netzwerke in D-A-CH einerseits untermauern und andererseits weiter gegenüber dem Wettbewerb differenzieren. Wir orientieren uns bei der Produktentwicklung stark an den Bedürfnissen unserer jeweiligen lokalen Zielgruppen. So können wir uns von anderen Produkten am Markt unterscheiden, die weniger auf nationale bzw. regionale Anforderungen eingehen können.

#### *Strategische Finanzierungsmaßnahmen*

Die Gesellschaft hat sich aufgrund des günstigen Marktumfeldes insbesondere zur Erhöhung der kurzfristigen Flexibilität im vergangenen Geschäftsjahr Kreditlinien in Höhe von insgesamt 20 Mio. € gesichert. Eine Inanspruchnahme erfolgte bisher nicht.

## Konzern- und Organisationsstruktur



Die XING AG hielt im abgelaufenen Geschäftsjahr insgesamt zehn aktive Beteiligungen an Gesellschaften im In- und Ausland, davon sechs direkt und vier indirekt über Zwischengesellschaften. Acht der zehn Beteiligungs-Gesellschaften werden von der XING AG kontrolliert und im Konzernabschluss der XING AG daher voll konsolidiert. An zwei weiteren Beteiligungs-Gesellschaften halten die XING AG bzw. die XING Events GmbH jeweils nur geringfügige Anteile. Diese beiden Gesellschaften werden im Konzernabschluss daher nicht konsolidiert, sondern ihr Beteiligungswert als „Beteiligungen“ dort unter „Finanzanlagen“ geführt.

Im Übrigen ist die XING AG noch an zwei inaktiven, in Liquidation befindlichen, Gesellschaften mit Sitz in Istanbul, Türkei sowie einer weiteren inaktiven, in Liquidation befindlichen Gesellschaft mit Sitz in Wilmington, Delaware, U.S.A. beteiligt, die sämtlich im Konzernabschluss nicht mehr ausgewiesen werden.

## Mitarbeiter

„*For a better working life*“ – unsere Vision.

Hieran lassen wir uns nicht nur von XING-Nutzern messen, sondern auch von unseren Mitarbeitern: Wöchentlich wird in unserem company meeting das Mood-O-Meter präsentiert. Hier können die Mitarbeiter anonym bewerten, wie gut XING als Unternehmen unsere Vision verfolgt und wie gut unsere Wahrnehmung als Arbeitgeber ist.

Der Vorstand nimmt direkt Stellung zu kritischen Anmerkungen und initiiert basierend auf diesem Feedback Maßnahmen, um Verbesserungen einzuleiten.

Mitarbeiterentwicklung wird bei XING groß geschrieben. Dies basiert auf unserer festen Überzeugung, dass jeder Mitarbeiter dort am besten ist, wo seine wahren Talente liegen und dass er dann am stärksten motiviert wird, wenn er seinen Platz im Unternehmen gefunden hat, wo seine Stärken am stärksten gefördert werden. Unsere Aufgabe ist es, für jeden einzelnen die Aufgabe zu finden, bei der die Passung aus Stärken und Jobprofil am höchsten ist. So ist es uns im Jahr 2014 gelungen, ein Drittel der Beförderungen durch interne Mitarbeiter zu besetzen.

Für Mitarbeiter, die sich gerne in Richtung Führung entwickeln wollen, führen wir regelmäßig Potenzialgespräche durch, in denen wir im gemeinsamen Dialog die Führungstalente herausarbeiten sowie die Kompetenzen, die es noch auf dem Weg zur Führungskraft zu entwickeln gilt. Sei es durch Coaching on the job oder Individual-Coachings mit externen Coaches. In Summe wurden in 2014 auf diesem Wege 14 Mitarbeiter intern zu Führungskräften entwickelt.

Wie zufrieden unsere Mitarbeiter sind, zeigt sich auch an der hohen Einstellungsquote durch Mitarbeiterempfehlungen: In 2014 wurden 25% der externen Einstellungen durch Empfehlungen seitens unserer Mitarbeiter realisiert.

Natürlich sind auch unsere Führungskräfte an Feedback interessiert, um ihre Führungskompetenzen kontinuierlich zu verbessern und mit dem Team zu wachsen. Deshalb gibt es seit 2014 die Möglichkeit, ein strukturiertes Führungsfeedback durchzuführen, das anschließend moderiert und vom Team an die Führungskraft gegeben wird. Hierdurch entsteht ein konstruktiver Austausch und Führungskraft und Team haben die Möglichkeit, gemeinsamer Erfolge Revue passieren zu lassen, Probleme offen anzusprechen und zusammen Verbesserungen zu initiieren.

Auch das Thema Verbindung von Familie, Freizeit und Beruf ist Teil unserer Vision: Wir bieten individuelle Arbeitszeitmodelle, die an das jeweilige persönliche Anliegen und die Gegebenheiten im Fachbereich maßgerecht angepasst werden. So ermöglichen wir Mitarbeitern nach der Elternzeit wieder einen passenden Einstieg und schaffen Führungspositionen in Teilzeit. Mit Home Office, Jogging in der Mittagszeit um die Alster oder Sabbatical schaffen wir flexible Angebote.

So bunt wie unser Arbeitszeitmodelle sind auch die Nationen, die unter dem XING Dach arbeiten: 50 Nationen und 10 Sprachen finden bei XING ihre Heimat.

# Rahmenbedingungen und Geschäftsentwicklung

## Gesamtwirtschaftliche und branchenspezifische Rahmenbedingungen

### Gesamtwirtschaftliche Rahmenbedingungen

Insgesamt ist die deutsche Wirtschaft 2014 nach Angaben des Statistischen Bundesamts um 1,6 Prozent gewachsen. Gestützt wurde das Wachstum vor allem vom privaten Konsum und den Exporten. Die günstige Entwicklung auf dem Arbeitsmarkt und steigende Reallöhne führten zu einem deutlichen Anstieg der Konsumausgaben bei den privaten Haushalten. Gleichzeitig sind trotz eines schwierigen weltwirtschaftlichen Umfeldes die Exporte stärker gewachsen als die Importe, sodass der Außenbeitrag insgesamt einen positiven Wachstumsbeitrag lieferte. Der zu Jahresbeginn erhoffte selbsttragende Investitionsaufschwung blieb allerdings weitgehend aus. Geopolitische Risiken veranlassten die Unternehmen weiterhin zur Investitionszurückhaltung. Die Wirtschaft in Österreich ist nach Prognose des Österreichischen Instituts für Wirtschaftsforschung um 0,3 Prozent gewachsen, die der Schweiz um 1,8 Prozent (Staatssekretariat für Wirtschaft SECO).

### Branchenspezifische Rahmenbedingungen

Der deutsche Arbeitsmarkt zeigte sich das ganze Jahr über in robuster Verfassung. Während sich die Zahl der Arbeitslosen nur geringfügig erhöhte, stieg die Beschäftigung nach Aussage des Statistischen Bundesamtes kontinuierlich an. Im Jahresdurchschnitt 2014 waren 42,65 Millionen Personen in Deutschland erwerbstätig, rund 0,9 Prozent mehr als im Vorjahr. Ende 2014 waren rund 2,9 Millionen Personen in Deutschland arbeitslos. Die Lage auf dem österreichischen Arbeitsmarkt zeigte sich weiterhin angespannt. So stieg die Arbeitslosenquote 2014 nach Angaben des Österreichischen Instituts für Wirtschaftsforschung weiter an und erhöhte sich im Jahresdurchschnitt auf ein neues Rekordniveau von 8,4 Prozent. Der Arbeitsmarkt in der Schweiz entwickelte sich ähnlich wie im Vorjahr, dort lag die Arbeitslosenquote im Jahresdurchschnitt bei 3,2 Prozent. Darüber hinaus zeigte sich in der zweiten Jahreshälfte eine leichte Abwärtstendenz bei der Zahl der Arbeitslosen. Die Beschäftigung wuchs mit einer Rate von 0,7 Prozent leicht an (Staatssekretariat für Wirtschaft SECO).

Insgesamt zeigten sich zwischen den Arbeitsmärkten in der D-A-CH-Region (Deutschland, Österreich, Schweiz) starke regionale Disparitäten. In einigen Gebieten herrschte noch immer hohe Arbeitslosigkeit, in anderen hingegen Mangel an Arbeitskräften, insbesondere an 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 2014 waren 87 Prozent der Bevölkerung in Deutschland online; damit lag die Zahl der Internetnutzer bei über 71 Millionen Personen. Auch die Zahl der Nutzer von sozialen Netzwerken hat sich weiter erhöht: Nach einer Studie von BITKOM waren im Berichtsjahr 76 Prozent aller Internetnutzer in Deutschland in einem sozialen Netzwerk angemeldet und 73 Prozent nutzten diese auch aktiv. Bei den 14- bis 29-Jährigen waren sogar 94 Prozent in einem oder mehreren Netzwerken aktiv.

## Finanzielle und nicht-finanzielle 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 Handelns 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

Die Steuerung der XING-Gruppe erfolgt unabhängig von rechtlichen Gesellschaften auf Basis von Kennzahlen nach Internationalen Rechnungslegungsstandards. Aus diesem Grund beziehen sich unsere nachfolgenden Ausführungen hinsichtlich Kennzahlen auf den XING-AG-Konzern.

#### Umsatzerlöse

Als wesentliche finanzbezogene Steuerungsgröße haben wir die Entwicklung der Umsatzerlöse in den entsprechenden Segmenten definiert. Die Entwicklung des Umsatzes ist für uns ein wichtiger Gradmesser für die Zufriedenheit unserer Kunden, im B2C- sowie im B2B-Bereich. Wachstum beim Umsatz ist eine direkte Folge des Wachstums bei zahlenden Mitgliedern einerseits und einer entsprechenden Zunahme von Kunden für unsere Unternehmenslösungen insbesondere im Segment E-Recruiting andererseits. Entsprechend wird in allen drei Segmenten die Entwicklung der Umsätze kontinuierlich gemessen und dem Vorstand und Aufsichtsrat berichtet.

#### 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.

## Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage

### Abgleich von Ausblick für 2014 und tatsächlicher Entwicklung im Geschäftsjahr 2014

Mit Vorlage des Geschäftsberichts 2013 haben wir erstmals auf Basis der neuen DRS-Regelungen unsere Ziele detailliert formuliert und in den Quartalsberichten des vergangenen Jahres regelmäßig über die Entwicklungen bzw. Abweichungen berichtet.

Mit Vorlage des Zwischenberichts zum dritten Quartal 2014 wurde die EBITDA-Prognose auf 28–29 Mio. € inklusive Earn-out-Verpflichtungen präzisiert. Mit 29,2 Mio. € im Jahr 2014 liegen wir damit am oberen Rand der abgegebenen Prognose. Insgesamt sind wir mit der Entwicklung der finanziellen Leistungsindikatoren sehr zufrieden. In allen wesentlichen Dimensionen konnten wir die selbst gesteckten Ziele erreichen bzw. übertreffen. Lediglich beim Umsatzwachstum im Segment Events konnte das zweistellig avisierte Umsatzwachstum aufgrund der veränderten Marktlage sowie der strategischen Neuausrichtung mit stärkerem Fokus auf den Ausbau des B2C-Geschäfts nicht erreicht werden.

Finanzielle Leistungsindikatoren	Prognose 2014	Ist 2014
Umsatzerlöse Konzern	Wachstum im zweistelligen Prozentbereich	+20%
EBITDA (bereinigt um Sondereffekte) Konzern	Deutliche Steigerung des EBITDA	(31,6 Mio. €) +30%
Umsatzerlöse Segment „Network/Premium“	Wachstum im höheren einstelligen Prozentbereich	+12%
EBITDA (bereinigt um Sondereffekte) Segment „Network/Premium“	Deutliche Steigerung des Segment-EBITDA	+15%
Umsatzerlöse Segment „E-Recruiting“	Wachstum im zweistelligen Prozentbereich	+39%
EBITDA (bereinigt um Sondereffekte) Segment „E-Recruiting“	Deutliche Steigerung des Segment-EBITDA	+62%
Umsatzerlöse Segment „Events“	Wachstum im zweistelligen Prozentbereich	+3%
EBITDA (bereinigt um Sondereffekte) Segment „Events“	Leicht negatives Segment-EBITDA	-2,1 Mio. €

#### Dividendenziele

2012 haben wir eine nachhaltige Dividendenpolitik angekündigt. Entsprechend planen wir auch der kommenden Hauptversammlung am 03. Juni 2015 die Zahlung einer Dividende vorzuschlagen. Diese soll 0,92 € je dividendenberechtigter Stückaktie betragen. Der Bestand an liquiden Eigenmitteln von 64 Mio. € zum Jahresende 2014 sowie das Cash-generative Geschäftsmodell von XING ermöglichen der Gesellschaft die Auszahlung von Dividenden, ohne die weiter auf Wachstum ausgerichtete Geschäftsstrategie des Unternehmens zu beeinträchtigen. 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 2015 – ohne Berücksichtigung von Sonderfaktoren wie zum Beispiel Akquisitionen oder Sonderausschüttungen – eine weitere Erhöhung der liquiden Mittel.

#### Geplante Investitionen

Nach einem Anstieg des Investitionsvolumens (CAPEX) um 1,6 Mio. € auf 12,1 Mio. € im Geschäftsjahr 2014 (exkl. Akquisitionen) erwarten wir für das Geschäftsjahr 2015 ein ähnliches Investitionsvolumen. Schwerpunkt der Investitionen werden wie auch in den Vorjahren Serverkapazitäten, Softwarelizenzen und selbst entwickelte Software sein.

Bei den nicht-finanziellen Leistungsindikatoren haben wir mit Ausnahme des Geschäftskundenwachstums im Segment Events alle wesentlichen Ziele klar erreicht. Lediglich bei der Entwicklung der B2B-Unternehmenskunden im Segment Events konnte das avisierte Umsatzwachstum aufgrund der veränderten Marktlage sowie der strategischen Neuausrichtung mit stärkerem Fokus auf den Ausbau des B2C-Geschäfts nicht erreicht werden.

<b>Nicht-finanzielle Leistungsindikatoren</b>	<b>Prognose 2014</b>	<b>Ist 2014</b>
Segment „Network/Premium“: Mitglieder in der D-A-CH-Region	Wachstum über Vorjahr (2013: +839.000)	+1.076.000
Segment „Network/Premium“: Zahlende-Mitglieder in der D-A-CH-Region	Stärkeres absolutes Wachstum (2013: +24.000)	+28.177
Segment „E-Recruiting“: Anzahl Unternehmenskunden (B2B)	Starker Anstieg	+1.166
Segment „Events“: Anzahl Unternehmenskunden (B2B)	Starker Anstieg	-50

Die Prognose aller finanziellen und nicht-finanziellen Leistungsindikatoren für das laufende Geschäftsjahr 2015 wird im Chancen- und Prognosebericht detailliert erläutert.

## Ertragslage

### Umsatz

Die Umsatzerlöse der XING AG stiegen von 74,7 Mio. € im Geschäftsjahr 2013 auf 90,1 Mio. € in 2014 an. Dies entspricht einer relativen Wachstumsrate von 21 Prozent bzw. einem absoluten Zuwachs von 15,4 Mio. € gegenüber dem Vorjahr. Mehr als 5 Mio. € steuerte das wachstumsstarke Segment E-Recruiting zum Wachstum bei. Aber auch das Kerngeschäft mit kostenpflichtigen Mitgliedschaften legte um 6,6 Mio. € im Jahresverlauf zu. Der Umsatz teilt sich somit zu 68 % Network/Premium, zu 28 % E-Recruiting und zu 4 % Events auf.

Die sonstigen betrieblichen Erträge bzw. Erträge aus der Verrechnung von Sachbezügen, Erträge aus Rücklastschriften und Mahngebühren sowie Erträge aus Kursdifferenzen lagen mit 2,3 Mio. € deutlich über dem Vorjahreswert von 1,4 Mio. €.

### Personalaufwand

Ende 2014 haben wir 492 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beschäftigt. Unsere hoch qualifizierten Kolleginnen und Kollegen sind der wichtigste Baustein für den Geschäftserfolg der XING AG. Aus diesem Grunde haben wir auch im Geschäftsjahr 2014 neben internen Qualifizierungs- und Schulungsprogrammen weiter in den Aufbau motivierter Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter investiert. In der Folge stieg die Zahl der Angestellten von 428 am 31. Dezember 2013 auf 492 zum Ende des Berichtsjahres an. Entsprechend erhöhte sich der Personalaufwand von 28,6 Mio. € in 2013 auf 33,4 Mio. € im Berichtszeitraum.

### Sonstige betriebliche Aufwendungen

Die *sonstigen betrieblichen Aufwendungen* erhöhten sich insgesamt von 25,0 Mio. € um 12,3 Mio. € auf 37,3 Mio. €. Die wesentlichen Aufwandspositionen in diesem Bereich sind Aufwendungen für IT- und sonstige Dienstleistungen mit 11,9 Mio. € (Vorjahr: 6,2 Mio. €), Marketingaufwendungen mit 7,7 Mio. € (Vorjahr: 5,0 Mio. €), Raumkosten mit 3,5 Mio. € (Vorjahr: 2,7 Mio. €), Entwicklungskosten mit 3,1 Mio. € (Vorjahr: 1,4 Mio. €), Server-Hosting, Verwaltung und Traffic mit 2,1 Mio. € (Vorjahr: 1,9 Mio. €), Kosten für Zahlungsabwicklung mit 1,8 Mio. € (Vorjahr: 1,3 Mio. €), Reise-, Bewirtungs- und sonstige Geschäftskosten mit 1,4 Mio. € (Vorjahr: 1,3 Mio. €) sowie Rechtsberatungs-, Buchführungs- und Prüfungskosten mit 1,1 Mio. € (Vorjahr: 1,2 Mio. €). Der Anstieg der Aufwendungen für IT- und sonstige Dienstleistungen resultiert im Wesentlichen aus der Übernahme des Events-Geschäfts von der XING Events GmbH durch die XING AG, bei dem die XING Events GmbH nun als Dienstleister für die XING AG tätig ist.

### EBITDA

Nach Abzug der Aufwendungen beträgt das operative Ergebnis (EBITDA) ohne das Beteiligungsergebnis der XING AG im Berichtszeitraum 21,8 Mio. €. Gegenüber dem Vorjahreswert bedeutet dies einen Rückgang von 0,7 Mio. € bzw. 3 Prozent.

### Abschreibungen

Die laufenden Abschreibungen sind gegenüber dem Vorjahr nur leicht auf 4,8 Mio. € im Berichtsjahr angestiegen (2013: 4,7 Mio. €). Diese beinhalten insbesondere Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände in Höhe von 1,8 Mio. € (2013: 1,8 Mio. €) sowie auf Sachanlagen in Höhe von 3,0 Mio. € (2013: 2,9 Mio. €). Darüber hinaus hat die Gesellschaft aufgrund der geänderten Marktlage eine einmalige Wertberichtigung in Höhe von 8,6 Mio. € für die XING Events GmbH, Hamburg, vorgenommen.

### **Beteiligungsergebnis**

Das Beteiligungsergebnis enthält insbesondere Erträge aus der Gewinnausschüttung der kununu GmbH, Wien/Österreich. Der Aufwand aus der Verlustübernahme resultiert aus der Übernahme des Jahresergebnisses der XING Events GmbH, Hamburg.

### **Finanzergebnis und Steuern**

Die Zinserträge haben sich unter Beibehaltung der konservativen Anlagepolitik der XING AG aufgrund des niedrigen Zinsniveaus verringert. Der Zinsaufwand ist insbesondere durch die Aufzinsung von langfristigen Verbindlichkeiten bedingt.

Der Steueraufwand inkl. der Wertberichtigung XING Events betrug 4,3 Mio. € im Geschäftsjahr 2014 nach 4,9 Mio. € im Vorjahr.

### **Jahresüberschuss und Ausschüttung**

Nach Abzug aller Kosten und Wertberichtigung von XING Events ergibt sich in der Folge ein Jahresüberschuss 2014 in Höhe von 5,2 Mio. € nach 10,1 Mio. € in 2013. Auf Basis der im Geschäftsjahr 2014 erzielten Ergebnisse und der Umsetzung einer nachhaltigen Ausschüttungspolitik werden Vorstand und Aufsichtsrat der kommenden Hauptversammlung am 03. Juni 2014 vorschlagen eine Dividende von 0,92 € 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.

## Geschäftsentwicklung der Segmente

Mit Vorlage des Lageberichts 2013 haben wir erstmals auch segmentbezogene Gewinn-und-Verlust-Rechnungen dargestellt. Diese Methodik wird im aktuellen Bericht fortgeführt. Ergänzend zur Erläuterung der wesentlichen Leistungsindikatoren der Segmente werden hier auch die wichtigsten Produktveränderungen bzw. –entwicklungen für die jeweiligen Segmente dargestellt.

### Segment „Network/Premium“

Das Segment Network/Premium bildet das Fundament der XING-Plattform. Zum Ende des Geschäftsjahres 2014 nutzten mehr als 8 Millionen Mitglieder die XING-Plattform. Inclusive der Teilnehmer aus dem Bereich XING Events liegt die Zahl der Nutzer Ende 2014 bei 8,33 Millionen. Die neue Positionierung „For a better working life“ und die damit verbundenen Produktentwicklungen und sonstigen Maßnahmen im Teilbereich Network haben zu einem deutlich beschleunigten Mitgliederwachstum geführt. Nachdem sich 2013 rund 839.000 neue Mitglieder auf der XING-Plattform registrierten konnte dieses Wachstum 2014 auf knapp 1,1 Millionen neue Registrierungen gesteigert werden. Dabei konnten wir sogar im saisonal eigentlich schwächsten vierten Quartal mit 337.000 Anmeldungen ein neues Quartals-Rekordwachstum bei Mitgliedern erzielen.

#### *Wesentliche Produktentwicklungen und Neuerungen im Teilbereich Network*

Fachkräftemangel, Digitalisierung und der Wertewandel der neuen Arbeitnehmergeneration (Gen Y) prägen die Rahmenbedingungen, entlang derer wir unsere Positionierung „For a better working life“ definiert haben. Konsequenter orientieren wir auch unsere Produktentwicklung hieran, um unsere Mitglieder bei der Karriereplanung bzw. Weiterentwicklung zu unterstützen oder auch Wege aufzuzeigen, Beruf und Familie besser in Einklang zu bringen.

### FutureMe – berufliche Inspiration finden, Perspektiven entdecken, Weiterkommen

Welche beruflichen Möglichkeiten bieten sich mir? Welche Karrierepfade führen zu einem Berufsbild, für das ich mich interessiere? Mit diesen Fragen und mehr befasst sich die Produktinnovation FutureMe. Mehr als 2.300 verschiedene Berufe stellen wir auf FutureMe vor. Basierend auf den Angaben von XING-Mitgliedern zeigen wir die typischen Qualifikationen und Karrierepfade für die unterschiedlichsten Berufe auf. Welche Ausbildungsgänge vor dem Beruf absolviert werden und wie die Gehaltsspanne aussieht ist ebenso Teil eines FutureMe-Jobprofils wie die Orte, in denen der besagte Beruf am häufigsten ausgeübt wird. Wer also neugierig ist, wie die nächste berufliche Station von jemandem aussieht, der zuvor eine ähnliche Position ausgeübt hat wie man selbst, wird hier fündig werden.

### XING spielraum – das Themenportal für die neue Arbeitswelt

Nur wenige Monate, nachdem wir das Printmagazin XING spielraum an den Kiosk gebracht haben, wurde das Portal spielraum realisiert. In der Printversion stellten wir auf gut 100 Seiten Geschichten, Interviews und Wissenswertes zum Thema „New Work“ vor. Mit dem Internetportal führen wir die Idee fort: Unter <https://spielraum.xing.com> finden Interessierte ein Themenportal für die neue Arbeitswelt. Fortan werden Besucher dort mit einem Mix aus exklusivem und kuratiertem Content auf dem Laufenden gehalten. Neben Fachexperten-Interviews lesen sie auf dem Portal aktuelle Studien, interessante Zahlen und Fakten sowie eine Reihe nützlicher Tipps und Best Practices rund um das Thema „New Work“.

Heute wollen wir nicht mehr arbeiten um des Lebens willen, Dienst nach Vorschrift machen, im „9 to 5“-Job die Stunden herunterzählen. Vielmehr geht es uns heute auch darum, dass unsere beruflichen Tätigkeiten ebenso viel Sinn ergeben wie alle anderen Entscheidungen, die wir in unserem Leben treffen. Es ist eine Freiheit, die wir uns im Zuge des zunehmenden Fachkräftemangels und demografischen Wandels

nehmen können. Doch diese Freiheit birgt sowohl Chancen als auch Herausforderungen und Risiken, mehr denn je ist Orientierung gefragt. Mit XING spielraum möchten wir ein Stück dazu beitragen, dem modernen Berufstätigen von heute, dem „Wissensarbeiter“, Orientierung zu bieten.

### Neues Gruppenprodukt

Gruppen sind eines der zentralen Produkte auf XING. Sie waren seit der Geburtsstunde von XING dabei. In den mehr als 66.000 Gruppen sind weit über 2 Millionen XING-Mitglieder angemeldet, geben sich wertvolle Tipps und bringen sich auf den neuesten Stand in ihrem Fach- oder Interessengebiet. Wir haben nun das Gruppenprodukt neu interpretiert, es mit einer Reihe von zeitgemäßen zusätzlichen Features versehen, wie der Möglichkeit, Bilder und Videos in Beiträgen zu integrieren. Und ebenfalls neu: Erstmals sind die Gruppen auf vielfachen Wunsch unserer Mitglieder auch mobil verfügbar. So können sie auch von unterwegs über die iOS- sowie Android-App aktuelle Diskussionen verfolgen und an ihnen teilnehmen.

### Lebenslauf.com wird ein Service von XING

Im Mai 2014 haben wir das Portal [www.lebenslauf.com](http://www.lebenslauf.com) übernommen. Der Service ermöglicht es Jobsuchenden, einen PDF-Lebenslauf zu erstellen. XING-Mitglieder können den Service seit der Integration kostenlos nutzen. Lebenslauf.com soll zur zentralen Anlaufstelle für Bewerbungsunterlagen werden. Dazu benötigen Jobsuchende üblicherweise nicht bloß einen Lebenslauf, sondern eine vollständige Bewerbung.

Mit den Weiterentwicklungen bestehender Produkte und der Etablierung neuer Angebote entlang der Positionierung haben wir Funktionsumfang und Relevanz weiter ausgebaut. Laut einer aktuellen Umfrage der Burda Digital GmbH unter XING-Mitgliedern sind XING-Mitglieder besonders zufrieden mit ihrem Netzwerk. Bei den Kriterien Kundensupport, Optik, Bedienfreundlichkeit, Individualisierungsmöglichkeiten und Relevanz der Inhalte liegt XING deutlich vor dem Wettbewerb.

### Entwicklung im Teilbereich „Premium“

Auch im Teilbereich „Premium“ haben wir 2014 deutliche Fortschritte zur Revitalisierung des Umsatzwachstums gemacht. Dieses hatte sich aufgrund der zeitweiligen Fokussierung auf die Basismitglieder deutlich bis auf 4 Prozent im ersten Quartal 2013 verlangsamt. Im Zuge der neuen Positionierung ist auch das Geschäft mit kostenpflichtigen Mitgliedschaften wieder in den strategischen Fokus gerückt. So haben wir unseren Mitgliedern zum Jahreswechsel 2013/2014 „Das Neue Premium“ vorgestellt. Dieses überarbeitete Angebot für Premium-Mitglieder, welches neben deutlich verbesserten Online-Funktionen erstmals auch attraktive Partnerangebote aus der realen Welt beinhaltet, bietet unseren Nutzern neue Anreize sich für die erweiterte Mitgliedschaft zu entscheiden.

So können zahlende Mitglieder die Angebote von unseren Premium-Partnern ohne weitere Kosten mitnutzen. Das derzeitige Partnerangebot umfasst die Angebote bzw. Dienstleistungen von REWE®, HRS®, lecturio®, SIXT®, Axel Springer und seit Ende 2014 / Anfang 2015 darüber hinaus die Services von getAbstract®, SBB® und Statista® (exklusiv für Mitglieder in der Schweiz).

Die drei neuen Partner bieten unseren Premium-Mitgliedern weitere attraktive Zusatzservices:

Mit dem Ziel, komprimiertes Wissen zur schnellen und einfachen Aufnahme anzubieten, haben wir mit **getAbstract** einen attraktiven Partner für das Premium-Angebot gewinnen können. Meist fehlt, neben all den anderen beruflichen und privaten Verpflichtungen, schlichtweg die Zeit dazu sich ein Sachbuch in Ruhe vom Anfang bis zum Ende durchzulesen. Mit Zusammenfassungen von Businessbüchern und der Konzentration auf das Wesentliche können sich Premium-Mitglieder einen Überblick verschaffen und die relevanten Informationen schnell und einfach aufnehmen. getAbstract stellt ihre Bibliothek mit mehr als 10.000 Zusammenfassungen von Businessbüchern, TED-Talks und Finanzreports allen 850.000 XING-Premium-Kunden kostenlos zur Verfügung. Die Premium-Mitglieder erhalten die Möglichkeit, jede Woche

eine Zusammenfassung auszuwählen. Die Zusammenfassungen können unterwegs auf dem Smartphone, im Büro am PC oder zu Hause auf dem Tablet gelesen oder auch angehört werden.

Exklusiv für Premium-Kunden in der Schweiz gibt es mit der **Schweizer Bundesbahn (SBB)** und **Statista** zwei weitere neue Partner, die unser Angebot auch in lokalen Märkten aufwerten.

So haben wir mit der **Schweizer Bundesbahn (SBB)** einen Partner gewonnen, der unseren Premium-Mitgliedern die Möglichkeit bietet, ihre Arbeit beispielsweise im Anschluss an einen Flug nach Bern flexibel am Bahnhof fortzusetzen. In den Businesspoints in Bern und Genf sind moderne Sitzungszimmer (von 2 bis zu 40 Personen) sowie Einzelarbeitsplätze im Bahnhof verfügbar. So kann Wartezeit als Arbeitszeit genutzt und Sitzungen können zentral am Bahnhof abgehalten werden. Die beiden Businesspoints in Bern und Genf stehen allen XING-Premium-Mitgliedern kostenlos zur Verfügung. Sie dürfen das Angebot an Einzelarbeitsplätzen im „Think pod“ und den Lounge-Bereich täglich für zwei Stunden kostenlos nutzen – WLAN-Zugriff sowie Kaffee und Früchte inklusive.

Der neue Partner **Statista** ermöglicht unseren Premium-Mitgliedern in der Schweiz exklusiven Zugang zum erweiterten Angebot der Seite. Wissensarbeiter investieren viel Zeit für die Recherche um Kenntnis eines Marktes und seiner Entwicklungspotenziale, der Konsumenten und des Wettbewerbs zu erlangen. Statista verfügt über zahlreiche Statistiken, Unternehmensdaten und Prognosen. So beschäftigen sich allein 13.000 Statistiken und 320 Studien mit dem Schweizer Raum. Quellen der Erhebungen sind Marktforschung und wissenschaftliche Institutionen, Fachzeitschriften und Publikationen sowie internationale Organisationen. Die deutschsprachigen Statistiken können zudem ganz leicht als PowerPoint-, Excel-, PDF- und PNG-Datei heruntergeladen und direkt in Präsentationen eingebaut werden.

Durch die Kooperation zwischen XING und Statista haben nun sämtliche Schweizer XING-Premium-Mitglieder die Möglichkeit, ein Jahr lang kostenlos auf die Premiuminhalte des Statistik-Portals im Wert von über CHF 50 monatlich zugreifen zu können.

#### **XING startet Selbstbuchungstool für Anzeigen**

Mitte September haben wir eine neue Funktion für Werbetreibende vorgestellt. Mit dieser kann das selbstständige Bewerben von XING-Inhalten, wie beispielsweise Stellenausschreibungen oder auch bestimmten Mitglieder- oder Unternehmensprofilen, einfach, schnell und effizient gestaltet werden. Werbetreibenden wird zudem die Bewerbung externer Websites und Angebote im XING-Netzwerk mit den speziellen Anzeigen bequem und zielgenau ermöglicht. Zur Auslieferung der Anzeigen wird ein automatisiertes Auktionsmodell herangezogen. Der Anzeigenersteller hinterlegt dazu ein Gesamt- oder Tagesbudget. Die entsprechende Bezahlung erfolgt per Klick oder je Einblendung. Alle Werbetreibenden erhalten umfangreiche Statistiken zur Performancemessung und weiteren Optimierung der Anzeigenkampagnen.

#### **XING etabliert erweiterte ProJobs-Mitgliedschaft**

Laut einer repräsentativen von XING in Auftrag gegebenen Studie unter deutschen Erwerbstätigen konnten sich Anfang des Jahres rund 40 Prozent aller Befragten vorstellen, im Jahr 2014 den Job zu wechseln. Mit dem neuen Premium-Zusatzpaket „XING ProJobs“ können unsere Mitglieder künftig noch besser von Headhuntern gefunden werden. Die ProJobs-Profile werden bei den weit über 3.000 Top-Recruitern auf XING besonders hervorgehoben – also bei Personalern namhafter Unternehmen sowie Headhuntern, die zur Kandidatenrecherche und -ansprache den XING-Talentmanager (XTM) einsetzen. Jobsuchende werden so schneller gefunden und ihre Chancen auf attraktive Jobangebote steigen. Das erweiterte Profil ermöglicht zusätzliche Optionen der Selbstdarstellung. So können ProJobs-Mitglieder beispielsweise in ihrem Profil über Tätigkeitsfeld, Branche und Position hinaus Angaben zu favorisierten Arbeitgebern, Gehalts-

vorstellungen, bevorzugten Arbeitsorten sowie bestimmte Wünsche zu Arbeitszeiten hinterlegen. Außerdem können sie zusätzliche Dokumente wie zum Beispiel Arbeitszeugnisse oder Referenzschreiben zum Abruf bereitstellen. ProJobs-Nutzer können darüber hinaus auch bis ins Detail bestimmen, wer von ihrer Jobsuche erfährt und das erweiterte Profil sehen darf – für die nötige Diskretion ist somit gesorgt. Zusätzlich haben XING ProJobs Nutzer exklusiven Zugang zu Stellenangeboten von Personalberatern bzw. Headhuntern ab 50.000 € Jahresgehalt.

Die ProJobs-Mitgliedschaft ist eine erweiterte Funktion und kostet in Abhängigkeit von der Laufzeit zwischen 24,95 € pro Monat (bei einer Laufzeit von 18 Monaten) und 39,95 € pro Monat (bei einer Laufzeit von 3 Monaten) zuzüglich der regulären Premium-Mitgliedschaft.

### Umsatzentwicklung im Segment Network/Premium

Im vergangenen Geschäftsjahr ist es uns gelungen durch die höhere Priorisierung und die erfolgreiche strategische Neuausrichtung entlang der Positionierung „For a better working life“ die Wachstumsdynamik im Segment Network/Premium wieder deutlich zu beschleunigen.

So stiegen die Umsätze im abgelaufenen Geschäftsjahr um 12 Prozent auf 61,3 Mio. € (Vorjahr: 54,7 Mio. €; +6 Prozent).

Damit haben wir binnen 12 Monaten die Wachstumsraten verdoppelt. Im Vorjahr lagen die Wachstumsraten lediglich bei 6 Prozent. Im vierten Quartal 2014 konnte sogar ein Umsatzzuwachs von 15 Prozent erreicht werden. Die Umsatzsteigerung resultiert einerseits aus dem Anstieg des Volumens, im Wesentlichen der zahlenden Premium-Mitglieder, sowie der Mitte 2013 und in der ersten Jahreshälfte 2014 durchgeführten Preisanpassungen der monatlichen Gebühren für die kostenpflichtige Premium-Mitgliedschaft.

Auch bei den zahlenden Mitgliedern konnten wir ein solides Wachstum generieren und die Ziele für diesen Bereich leicht übertreffen. Der Bestand der zahlenden Mitglieder in der D-A-CH-Region erhöhte sich um rund 28.000 auf rund 835.000 zum Jahresende (Vorjahr: 807.000). Dabei ist zu beachten, dass aufgrund der im Geschäftsjahr durchgeführten Preisanpassungen bei Bestandskunden circa 10.000 Premium-Mitglieder ihren Vertrag beendet haben. Eliminiert man diesen einmaligen Sondereffekt, läge das Wachstum der zahlenden Mitglieder in der D-A-CH-Region im Geschäftsjahr bei rund 38.000 (+58% vs. 2013).

### Segment „E-Recruiting“

Im berichtspflichtigen Segment „E-Recruiting“ werden die Umsätze und Erträge im Wesentlichen aus drei Teilbereichen generiert:

1. **„Passive Recruiting“** – die Vermarktung von Stellenanzeigen auf der XING-Plattform an B2B-Kunden
2. **„Employer Branding“** – die Vermarktung von kostenpflichtigen Employer-Branding-Profilen (EBP) an B2B-Kunden
3. **„Active Sourcing“** - die Vermarktung des XING-Talentmanagers (XTM) für aktive Kandidatensuche auf der XING-Plattform an B2B-Kunden

Mit Ausnahme der „Passive Recruiting“-Angebote handelt es sich bei den E-Recruiting-Produkten um Laufzeitverträge von 12 Monaten, die – wie bei den kostenpflichtigen Mitgliedschaften – von unseren Kunden im Voraus bezahlt werden.

Dank der sehr dynamischen Entwicklungen aller drei Teilbereiche haben sich die Umsätze und Erträge im wachstumsstärksten Segment E-Recruiting auch im vergangenen Geschäftsjahr hervorragend entwickelt. So verdoppelte sich beispielsweise die Anzahl verkaufter Employer-Branding-Profile im Jahr 2014, die Umsätze im Teilbereich „Active Sourcing“ verdreifachten sich sogar.

Diese dynamische Entwicklung ist einerseits durch die zahlreichen Produktentwicklungen auf Basis unserer Vision „For a better working life“ und Mission „Enable professionals to grow“ zu begründen und wird darüber hinaus durch die drei übergreifenden Megatrends unterstützt, die derzeit die Arbeitswelt dramatisch verändern:

1. *Die Digitalisierung.* Was digitalisiert werden kann, wird auch digitalisiert. Das hat Auswirkungen auf Arbeitsprozesse und Arbeitsteilung – bietet dem Wissensarbeiter die Möglichkeit, seine Arbeit von überall zu erledigen.
2. *Die demografische Entwicklung.* Und als Folge davon der Fachkräftemangel, den die Unternehmen im deutschsprachigen Raum immer stärker spüren. Immer mehr Unternehmen treffen auf immer weniger Fachkräfte.
3. *Der Wertewandel.* Er hat seinen Ausgangspunkt nach Ansicht vieler Beobachter in der anspruchsvollen Haltung der sogenannten „Generation Y“. Ein zentraler Aspekt ist hier der Anspruch, dass die Arbeit zum Leben zu passen hat, nicht umgekehrt.

### Umsatzentwicklung im Segment E-Recruiting

In der Folge stieg der Segmentumsatz von 19,8 Mio. € um 27 Prozent auf 25,2 Mio. € im Jahr 2014.

### Wichtige Produktneuerungen und -launches im Jahr 2014

Im Geschäftsjahr 2014 haben wir unsere 2013 gestartete Joboffensive auf der Produktseite weiter forciert. In allen drei Teilbereichen haben wir große Fortschritte beim Produkt und Vertrieb gemacht.

#### *XING-Talentmanager für gezielte Kandidatensuche*

In 2014 sind wir bei der Weiterentwicklung des Talentmanagers stark auf die Kundenbedürfnisse eingegangen. So haben wir beispielsweise die XTM-Startseite sowie die Nachrichtenfunktion komplett überarbeitet, neue Adminfunktionen eingeführt, eine neue Suchmaske und vieles mehr gelauncht. Mit dem Ende der Einführungsphase haben wir auch die Endkundenpreise angepasst. Unternehmenskunden zahlen seither den regulären Preis für eine Arbeitsplatzlizenz von 249 € pro Monat. Unsere Kunden sind mit dem Angebot weiterhin sehr zufrieden. Laut einer Statista-Umfrage aus dem Februar 2014 antworteten auf die Frage „Welche Active-Sourcing-Plattformen entwickeln sich in die Richtung, die Ihren Anforderungen entspricht?“ fast 90 Prozent mit XING. Mit der hohen Kundenzufriedenheit ist auch der Churn in diesem Teilbereich im Geschäftsjahr 2014 weiter gesunken.

So konnten wir für den XING-Talentmanager seit Dezember 2013 insgesamt 863 zusätzliche B2B-Kunden gewinnen. Damit nutzen mehr als 2.000 Unternehmen zum Jahresende bereits das Active-Sourcing-Produkt von XING.

#### *„Employer Branding“-Angebot komplett überarbeitet*

Laut ICR haben „mehr als 90 Prozent der Arbeitgeber schon seit einigen Jahren Schwierigkeiten mit der Besetzung ihrer Stellen. Arbeitgeberimage oder Employer Branding ist auf Platz 1 der wichtigsten Themen für die Personalabteilungen.“

XING bietet hier über die 2013 akquirierte Plattform kununu.com sowie über die Employer-Branding-Profile von Unternehmen innerhalb der XING-Plattform die richtigen Angebote für Unternehmen, um die passenden Antworten auf die Herausforderungen zur Stärkung des Arbeitgeberimages zu haben. Im März 2014 haben wir das Employer-Branding-Profil mit wertvollen Zusatzfunktionen ausgestattet.

Das neue XING-Employer-Branding-Profil verfügt über eine Unternehmensbühne direkt auf der Startseite, auf der Bilder und Videos perfekt in Szene gesetzt werden können und Arbeitgeber zeigen, was in ihrem Unternehmen steckt. Zudem bietet das Feature potenziellen Jobinteressenten direkten Zugriff auf sämtliche Bereiche des Profils. Auch Stellenanzeigen, die automatisch auch in das zugehörige Unterneh-

mensprofil integriert werden, sind prominent und gut sichtbar platziert. Durch die verbesserte Anordnung von relevanten Informationen wie den Leistungen für Mitarbeiter, vertiefenden Unternehmensinformationen und Aufschlüsselung des Firmennetzwerks bieten Arbeitgeber nicht nur Einblicke in ihr Unternehmen. Sie hinterlassen auch einen nachhaltigen Eindruck bei potenziellen Kandidaten und schaffen Vertrauen durch Transparenz. Nicht zuletzt profitieren sie durch die zweifache Präsenz auf XING und kununu von einer höheren Reichweite und sorgen so für mehr Aufmerksamkeit.

#### *Weiterentwicklung des Teilbereichs „Passive Recruiting“*

Die Megatrends am Arbeitsmarkt – Digitalisierung, Fachkräftemangel und der einhergehende Wertewandel der Generation Y – führen zu einer Umkehr der Machtverhältnisse zwischen Bewerber und Unternehmen. Der Job ist für immer mehr Berufstätige nicht mehr nur das Mittel zum Zweck. Neben dem Ziel, die Karriere voranzutreiben, treten Aspekte wie Sinn und Familienfreundlichkeit in den Vordergrund. Einer aktuellen forsa-Umfrage zufolge wünschen sich acht von zehn unter den 1.011 befragten deutschen Fach- und Führungskräften (82 Prozent), dass der Job mehr Zeit für Familie, Lebenspartner oder Freunde lässt. Auch der Wunsch nach einer sinnstiftenden Tätigkeit im Sinne des Gemeinwohls nimmt eine wichtige Rolle ein. Rund zwei Drittel aller Befragten wissen jedoch nicht, wo diese Jobs zu finden sind.

Damit Unternehmen und potenzielle Kandidaten noch besser und effizienter zueinanderfinden haben wir im dritten Quartal den neuen XING-Stellenmarkt vorgestellt. Der neue Stellenmarkt ist dabei klar entlang der Bedürfnisse der Bewerber ausgerichtet. Anders als üblich sieht der Jobsuchende nicht nur die vom Unternehmen verfasste Stellenausschreibung, die er mittels typischer Kriterien wie der Branche, der Position und dem Umkreis aus einer langen Ergebnisliste finden kann. Vielmehr sieht er im XING-Stellenmarkt darüber hinaus Informationen, die in der heutigen Arbeitswelt hochrelevant, aber nicht auf klassischen Stellenportalen verfügbar sind: So findet er in einer eigenen Rubrik Stellenausschreibungen von Unternehmen, in denen die Vereinbarkeit von Beruf und Familie besonders gut möglich ist. Mittels eines Klicks finden Interessenten hier Stellenausschreibungen von Arbeitgebern, deren Mitarbeiter beispielsweise flexible Arbeitszeiten, eine gute Work-Life-Balance oder Kinderbetreuungsmaßnahmen loben. Als Basis dienen die von aktuellen wie ehemaligen Mitarbeitern abgegebenen Stimmen auf kununu. Zudem bietet der XING-Stellenmarkt eine Rubrik für Stellen bei Firmen, die über eine hohe Kompetenz im Umwelt- oder Sozialsektor verfügen. Die dritte Rubrik listet Stellen für diejenigen auf, denen berufliche Entwicklung und Karriere besonders wichtig sind. Neu ist darüber hinaus, dass der XING-Stellenmarkt auch für Nicht-Mitglieder sichtbar ist.

#### *Akquisition von Jobbörse.com stärkt Positionierung im Teilbereich „Passive Recruiting“*

Nachdem wir im Oktober des vergangenen Geschäftsjahres den neuen XING-Stellenmarkt gelauncht haben, konzentrierten wir unsere M&A-Aktivitäten darauf, den entlang der Nutzerbedürfnisse aufgebauten Marktplatz noch schneller mit mehr Stellenausschreibungen zu füllen und somit unseren Mitgliedern ein besseres Nutzererlebnis zu schaffen.

So konnten wir nur wenige Monate nach der Einführung des neuen XING-Stellenmarkts im Januar 2015 die Akquisition der Intelligence Competence Center (Deutschland) AG mit Sitz in Aschaffenburg bekannt geben. Die Intelligence Competence Center AG ist unter anderem Betreiberin der Webseite [www.jobbörse.com](http://www.jobbörse.com), der mit über 2,5 Millionen Stellenausschreibungen größten Jobsuchmaschine im deutschsprachigen Raum. Darüber hinaus sichern wir uns die Suchtechnologie von Jobbörse.com, die heute rund 15 Millionen Domains und darunter mehr als 1,5 Millionen Unternehmensseiten durchsucht. Damit können wir unseren Nutzern künftig ein deutlich höheres Volumen und eine noch größere Vielfalt an Stellenausschreibungen anbieten. So erhöhen sich die Chancen und Möglichkeiten für unsere Mitglieder, den Job zu finden, der zu ihrem Leben passt. Aber auch Nicht-Mitglieder können den XING-Stellenmarkt künftig nach für sie passenden Vakanzen durchsuchen.

Mit den 2014 etablierten Recruiting-Produkten und -Dienstleistungen haben wir uns entlang dieses wichtigen Trends positioniert und wollen insbesondere im Segment E-Recruiting noch weiter dynamisch wachsen.

## **Segment „Events“**

Die XING AG hat Tätigkeiten ihrer Tochterfirma XING Events GmbH im Geschäftsjahr 2014 übernommen. Wir haben uns sehr stark auf die Gewinnung neuer Event-Organizer konzentriert. Mit diesem reinen B2B-Fokus konnten wir bis Ende 2014 insgesamt 2.196 Event-Veranstalter für die technologischen Dienstleistungen gewinnen. Durch die Übernahme des Geschäfts sind die Umsätze von 0,1 Mio. € auf 3,7 Mio. € angestiegen. Diese Umsätze werden im Wesentlichen generiert durch Ticketing- und Fulfillment-Dienstleistungen für Eventveranstalter.

Wir haben zudem unsere Planannahmen für das B2B-Geschäft überarbeitet, nachdem sich die Marktlage 2014 deutlich geändert hat. In der Folge haben wir beschlossen, die Beteiligung an der XING-Events GmbH in voller Höhe wertüberichtig zu stellen. Dieser Sondereffekt belastet den Jahresabschluss mit 8,1 Mio. €, ist jedoch nicht liquiditätswirksam. Auf die bereits Mitte 2014 eingeleitete Strategieänderung entlang der neuen Positionierung „For a better working life“ hat diese Entscheidung jedoch keinen Einfluss. So hatten wir bereits im vergangenen Geschäftsjahr einen zusätzlichen Schwerpunkt auf den Launch des XING Event-Marktplatzes und die stärkere Verzahnung zwischen Event-Plattform und dem XING-Netzwerk gesetzt.

In diesem Kontext haben wir den XING-Event-Marktplatz im dritten Quartal gelauncht. Unser Ziel ist, die führende Destination für geschäftlich relevante Veranstaltungen in der D-A-CH-Region zu werden. So grenzen wir uns nicht nur stärker vom Wettbewerb ab, sondern bieten unseren Mitgliedern entlang der neuen Positionierung attraktive Weiterentwicklungsmöglichkeiten oder Networkingmöglichkeiten. Gleichzeitig wollen wir damit auch eine stärkere Verbindung zwischen veranstalteten Events und der XING-Plattform herstellen, um somit auch Teilnehmer von Business-Events zukünftig besser zu XING-Plattform-Mitgliedern konvertieren zu können.

### **Launch der XING-Events-App**

Bereits im Zuge der strategischen Neuausrichtung von XING Events haben wir im Januar unsere neue XING-App speziell für Events vorgestellt. Mit der neuen App können XING-Mitglieder und Events-Nutzer damit nun auf alle Events in einer App mobil zugreifen. Erstmals wird auch das persönliche XING-Netzwerk in die App integriert. Durch people2meet sehen Nutzer nicht nur, welche ihrer Kontakte sie auf welchen Events treffen können, sondern bekommen mit der Matchmaking-Funktion auch praktische Empfehlungen für neue Kontakte, die sie auf einer Veranstaltung kennenlernen sollten. Um ihnen die Kontaktaufnahme zu erleichtern, nennen wir ihnen jeweils Gründe, warum sie mit einem anderen Teilnehmer in Kontakt treten sollten. Und natürlich können sie mit allen Event-Teilnehmern direkt in der App kommunizieren oder sie auch zu ihrem persönlichen Netzwerk hinzufügen.

### **Launch des neuen XING-Event-Markts**

Jedes Jahr werden auf XING mehr als 150.000 Events eingestellt. Das sind über 400 Events am Tag.

Aus der Perspektive des Nutzers war es in der Vergangenheit schwierig, die für ihn relevanten Events zu identifizieren. Um noch stärker auf die Bedürfnisse unserer Nutzer einzugehen haben wir im Oktober 2014 den neuen XING-Event-Markt gelauncht. Nutzer sollen die für sie passenden und relevanten Veranstaltungen schnell und einfach finden!

So haben wir die neue Übersichtsseite nach Nutzerbedürfnissen gestaltet. Jedes Mitglied erhält individuelle Event-Empfehlungen auf der Basis der Profilinformatoren und des eigenen Netzwerks.

Der Event-Markt stellt für den Nutzer die relevanten Events in seinen Industrien und für seinen beruflichen Werdegang zusammen. Mit den Branchen-Highlights bieten wir eine breite Auswahl an Events zu Themen wie Online-Marketing, Finanzen oder Design.

Der neue stärkere Nutzerfokus soll die Entwicklung unseres Event-Bereichs in der Zukunft weiter prägen. Bereits 2014 haben sich insgesamt 327.000 Menschen, die bisher noch kein XING-Profil haben für Veranstaltungen bzw. Events registriert. Menschen nicht nur Online die Möglichkeit zu geben, sondern auch im echten Leben miteinander zu vernetzen und vorzustellen ist ein wichtiger Baustein den Erfolg eines Netzwerks.

## Vermögenslage

Das Anlagevermögen ist von 26,1 Mio. € im Vorjahr auf 17,8 Mio. € zum 31. Dezember 2014 zurückgegangen. Dies hängt im Wesentlichen mit der vollständigen Wertberichtigung in Höhe von 8,6 Mio. € der Beteiligung an der XING Events GmbH zusammen. Der Anteil des Anlagevermögens an der Bilanzsumme hat sich gegenüber dem Vorjahr (26,0 Prozent) um 6,9 Prozentpunkte auf 19,1 Prozent verringert. Entsprechend hat sich der Anteil des Kurzfristvermögens auf 80,9 Prozent (Vorjahr 74,0 Prozent) erhöht.

Am 31. Dezember 2014 bestand das bilanzielle Vermögen der XING AG mit 58,7 Mio. € (Vorjahr: 62,6 Mio. €) bei einer Bilanzsumme von 93,4 Mio. € (Vorjahr: 100,4 Mio. €) zu 62,9 Prozent (Vorjahr: 62,3 Prozent) aus liquiden Mitteln. Die liquiden Mittel setzen sich aus Eigenmitteln von 55,5 Mio. € (Vorjahr: 62,6 Mio. €) und Fremdmitteln von 3,2 Mio. € (Vorjahr: 0,0 Mio. €) zusammen. Der Rückgang der liquiden Mittel ist im Wesentlichen auf die im Geschäftsjahr 2014 gezahlte Dividende von 23,4 Mio. € zurückzuführen. Liquiditätserhöhend wirken sich der Anstieg der Umsatzerlöse und die zusätzlichen Kundenvorauszahlungen aus.

Der Forderungen aus Dienstleistungen sind im Wesentlichen durch die Übernahme des Events-Geschäfts von der XING Events GmbH durch die XING AG von 6,7 Mio. € im Vorjahr auf 8,9 Mio. € zum 31. Dezember 2014 angestiegen. Die Forderungen aus Dienstleistungen betreffen hauptsächlich Forderungen aus Mitgliedsbeiträgen gegenüber Premium-Mitgliedern und Forderungen im B2B-Bereich. Forderungen gegen verbundene Unternehmen resultieren im Wesentlichen aus vereinnahmten Gewinnen der Tochtergesellschaft kununu GmbH, Wien, Österreich, dem Liefer- und Leistungsverkehr mit der Tochtergesellschaft XING Events GmbH, Hamburg, sowie mit der zur Burda Gruppe gehörenden TOMORROW FOCUS Media GmbH, Hamburg.

Der Rückgang der sonstigen Vermögensgegenstände ist vor allem durch geringere geleistete Anzahlungen verursacht. Ein gegenläufiger Effekt ergibt sich aus im Vergleich zum Vorjahr gestiegenen Forderungen gegen Kreditkartengesellschaften.

## Finanzlage

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 43,2 Prozent gegenüber 58,3 Prozent in 2013. Damit ist die XING AG auch weiterhin sehr gut für zukünftiges Wachstum positioniert. Der Rückgang der Quote bzw. des Eigenkapitals um 18,2 Mio. € auf 40,3 Mio. € (Vorjahr: 58,5 Mio. €) ist bedingt durch zwei Faktoren:

Die Eigenkapital erhöht sich durch das positive Jahresergebnis (5,2 Mio. €) und reduzierte sich durch die Auszahlung der Dividende von 23,4 Mio. €.

Das Anlagevermögen war weiterhin mit 226,4 Prozent (Vorjahr 224,2 Prozent) deutlich durch Eigenkapital überdeckt. Die Überdeckung des Umlaufvermögens (einschließlich liquider Mittel) und des aktiven Rechnungsabgrenzungspostens über die Schulden (Rückstellungen, Verbindlichkeiten und passiver Rechnungsabgrenzungsposten) betrug 142,5 Prozent (Vorjahr 177,3 Prozent). Der Rückgang der Quote resultiert aus dem in Folge der Dividendenzahlung erfolgten Abflusses liquider Mittel sowie des Anstiegs der sonstigen Verbindlichkeiten und des passiven Rechnungsabgrenzungspostens in Folge der Übernahme des Events-Geschäfts von der XING Events GmbH sowie des Anstiegs der Umsatzerlöse und der zusätzlichen Kundenvorauszahlungen.

### **Ausgaben in Forschung und Produktentwicklung**

Wie für ein Internetunternehmen typisch entfällt ein wesentlicher Teil der Ausgaben auf die Bereiche Forschung und Produktentwicklung. Mit 20,3 Mio. € am Gesamtumsatz liegen die Ausgaben für Forschung und Produktentwicklung im Jahr 2014 deutlich über dem Vorjahreswert von 14,5 Mio. € und entsprechen damit wie auch im Vorjahr etwa 23 Prozent des Gesamtumsatzes. Der größte Einzelposten dieser Ausgaben betrifft die Entwicklung und Programmierung.

### **Gesamtaussage zur wirtschaftlichen Lage durch die Unternehmensleitung**

Mit den erreichten operativen und finanziellen Ergebnissen im vergangenen Geschäftsjahr sind wir äußerst zufrieden. Die neue Positionierung „For a better working life“ als wesentlicher Baustein der strategischen Produktentwicklung hat insbesondere in den Kernsegmenten Network/Premium und E-Recruiting wichtige Wachstumsimpulse gegeben. Wir haben zahlreiche Produktneuerungen in beiden Bereichen implementiert und in der Folge mit mehr als 90 Mio. € den höchsten Umsatz der Unternehmensgeschichte erzielt. Daran wollen wir auch im laufenden Geschäftsjahr anknüpfen. Darüber hinaus ist die XING schuldenfrei und verfügt aufgrund der überwiegend im Voraus bezahlten Umsätze über eine strukturell hohe Rentabilität in Verbindung mit geringer Kapitalintensität und betreibt in der Folge 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.

# Vergütungsbericht

Dieser 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. Erläutert werden Struktur und Höhe der Vorstands- und Aufsichtsratsvergütung im Berichtsjahr sowie die Darstellung des Aktienbesitzes von Vorstands- und Aufsichtsratsmitgliedern. Die Struktur des Vergütungssystems wird vom Aufsichtsrat regelmäßig überprüft.

## **Vergütung des Vorstands**

In diesem Abschnitt werden die Prinzipien der Vorstandsvergütung dargelegt und, den Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex folgend, die gesamte 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 des Vorstands 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 Grundvergütung wird monatlich anteilig als Gehalt ausgezahlt. 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 aus zwei Teilen: Zum einen werden den Mitgliedern des Vorstands erfolgsabhängige Bezüge gewährt, welche sich an der Erreichung (i) bestimmter qualitativer, persönlicher Ziele der einzelnen Vorstandsmitglieder und (ii) quantitativer Unternehmensziele, jeweils das aktuelle Geschäftsjahr betreffend, bemessen und anhand von Kennzahlen des Konzernabschlusses, anderer operativer Kennzahlen bzw. im Hinblick auf die persönlichen Ziele anhand sonstiger Zielerreichungsparameter ermittelt werden. Zum anderen bilden virtuelle Aktien, sogenannte Shadow Shares, die den bezugsberechtigten Vorstandsmitgliedern im Rahmen eines langfristigen Anreizprogramms, des sogenannten Long-Term-Incentive-Programms („LTI“), gewährt werden, ein weiteres Element der variablen Vorstandsvergütung.

Für die erfolgsabhängigen Bezüge des Vorstands gilt: Die qualitativen, persönlichen Ziele werden zu Beginn jedes Geschäftsjahres für jedes Vorstandsmitglied individuell durch den Aufsichtsrat festgelegt. Der Grad der Zielerreichung der qualitativen, persönlichen Ziele reicht von 0 bis 100 Prozent und wird vom Aufsichtsrat zu Beginn eines Geschäftsjahres für das vorangegangene Geschäftsjahr im pflichtgemäßen Ermessen festgestellt. Die quantitativen Unternehmensziele für die erfolgsabhängigen Bezüge des Vor-

stands basieren einerseits auf zwei für das jeweilige Geschäftsjahr budgetierten Finanzziele der Gesellschaft, derzeit Konzern-EBITDA und Konzernumsatz, andererseits auf einer bestimmten anderen operativen Unternehmenskennzahl, die nicht finanzieller Natur ist (zum Beispiel Mitgliederwachstum oder Aktivität auf der XING-Plattform). Der Grad der Zielerreichung der quantitativen Unternehmensziele reicht von 0 bis 200 Prozent. 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.

Bei den Shadow Shares aus dem LTI handelt es sich um virtuelle Nachbildungen von Aktien, die den bezugsberechtigten Vorstandsmitgliedern in jährlichen Tranchen zugeteilt werden. Die Anzahl der zuzuteilenden Shadow Shares einer jährlichen Tranche entspricht dabei dem Quotienten aus dem jährlich ermittelten Zuteilungsbetrag und dem durchschnittlichen Schlussauktionspreis der Aktie der Gesellschaft an den letzten 100 Börsentagen vor der Hauptversammlung, in der der Konzernabschluss, der Grundlage für die Festlegung der Zielerreichung ist, gebilligt wird. Der jährliche Zuteilungsbetrag ist abhängig von der Erreichung quantitativer Unternehmensziele, die durch den Aufsichtsrat im Rahmen einer von ihm festzustellenden 3-Jahres-Planung vorab für das jeweilige Geschäftsjahr der 3-Jahres-Planung festgelegt werden, derzeit Konzernumsatz und -EBITDA. Nach Ablauf einer Wartezeit von drei Jahren ab Zuteilung hat das berechnigte Vorstandsmitglied einen an den Aktienkurs gekoppelten Anspruch auf eine Barzahlung oder, nach Wahl der Gesellschaft, auf Zuteilung von Aktien der XING AG. Zudem wird dem Bezugsberechtigten die etwaige Dividende für drei Geschäftsjahre („kumulierte Dividende“) ausgezahlt. Erfolgt ein Barausgleich, ist der gesamte Auszahlungsbetrag auf das Dreifache des relevanten Zuteilungsbetrages der jeweiligen Tranche von Shadow Shares begrenzt. Erfolgt ein Aktienausgleich, so entspricht die Anzahl der zu gewährenden Aktien der Anzahl der zugeteilten Shadow Shares. Beträgt die Summe aus dem Kurs der Aktien zu dem Ausübungszeitpunkt und der kumulierten Dividende mehr als das Dreifache des relevanten Zuteilungsbetrages der jeweiligen Tranche von Shadow Shares, so wird eine Anzahl an Aktien gewährt, die dem Dreifachen des Zuteilungsbetrages entspricht. 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.

#### *Vorstandsvergütung im Geschäftsjahr 2014 nach DRS 17*

Die Gesamtvergütung und die individuelle Vergütung des Vorstands für das Geschäftsjahr 2014 sind den unten aufgeführten Tabellen zu entnehmen.

**Tabelle 1: Vergütung des Vorstands 2014**  
(Zuwendungsbetrachtung nach DRS 17)

	Dr. Thomas Vollmoeller		Ingo Chu		Jens Pape		Timm Richter		Dr. Helmut Becker	Dr. Stefan Groß-Selbeck	Summe 2013	Summe 2014	
	CEO		CFO		CTO		CPO		bis	bis			
	seit 16.10.2012		seit 01.07.2009		seit 01.03.2011		seit 01.03.2013		31.05.2013	15.01.2013			
Alle Werte in Tsd €	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2013			
Festvergütung	386	386	229	245	234	230	191	230	102	15	1.157	1.091	
Nebenleistungen	1	1	1	3	1	3	1	3	1	0	5	10	
<b>Summe</b>	<b>387</b>	<b>387</b>	<b>230</b>	<b>248</b>	<b>235</b>	<b>233</b>	<b>192</b>	<b>233</b>	<b>103</b>	<b>15</b>	<b>1.162</b>	<b>1.101</b>	
Einjährige variable Vergütung	Bonus (bar)	209	207	91	137	79	109	75	125	183	0	637	578
Mehrjährige variable Vergütung	Long-Term-Incentive*	217	216	49	98	0	98	82	98	0	0	348	510
<b>Summe</b>		<b>813</b>	<b>810</b>	<b>370</b>	<b>483</b>	<b>314</b>	<b>440</b>	<b>349</b>	<b>456</b>	<b>286</b>	<b>15</b>	<b>2.147</b>	<b>2.189</b>

\* Der in der Tabelle angegebene Wert der virtuellen Aktien errechnet sich aus dem vertraglich vereinbarten Zuteilungsbetrag, multipliziert mit der Zielerreichung für das Jahr 2014. Die Zuteilung der virtuellen Aktien für das Geschäftsjahr 2014 erfolgt nach der Hauptversammlung, der der festgestellte Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2014 vorgelegt wird.

*Vorstandsvergütung im Geschäftsjahr 2014 nach dem Deutschen Corporate Governance Kodex*

Der DCGK empfiehlt, einzelne Vergütungskomponenten für jedes Vorstandsmitglied nach bestimmten Kriterien individuell offenzulegen. Er empfiehlt weiter, für deren – teils vom DRS 17 abweichende – Darstellung die dem DCGK beigefügten Mustertabellen zu verwenden.

### Gewährte Zuwendungen gemäß DCGK

In der nachfolgenden Tabelle werden die für die Geschäftsjahre 2013 und 2014 gewährten Zuwendungen einschließlich Nebenleistungen sowie die im Geschäftsjahr 2014 erreichbaren Minimal- und Maximalvergütungen dargestellt. Abweichend vom DRS 17 sind die einjährigen erfolgsabhängigen Vergütungen den Anforderungen des DCGK entsprechend mit dem Zielwert, das heißt dem Wert, der bei einer Zielerreichung von 100 Prozent an den Vorstand gewährt wird, anzugeben.

Tabelle 2: Vergütung des Vorstands 2014 (Zuwendungsbetrachtung nach DCGK)

Alle Werte in Tsd €	Dr. Thomas Vollmoeller		Ingo Chu		Jens Pape		Timm Richter		Dr. Helmut Becker		Dr. Stefan Groß-Selbeck		Summe	Summe		
	CEO		CFO		CTO		CPO		(bis 31.05.2013)		(bis 15.01.2013)					
	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014				
Festvergütung	386	386	229	245	234	230	230	230	191	230	230	230	102	15	1.157	1.091
Nebenleistungen	1	1	1	3	1	3	3	3	1	3	3	3	1	0	5	10
<b>Summe</b>	<b>387</b>	<b>387</b>	<b>230</b>	<b>248</b>	<b>235</b>	<b>233</b>	<b>233</b>	<b>233</b>	<b>192</b>	<b>233</b>	<b>233</b>	<b>233</b>	<b>103</b>	<b>15</b>	<b>1.162</b>	<b>1.101</b>
Einjährige variable Vergütung	190	190	85	125	100	100	0	170	63	115	0	190	183	0	621	530
Mehrjährige variable Vergütung																
Long-Term-Incentive	217	216	49	98	0	98	0	294	82	98	0	294	0	0	348	510
<b>Summe</b>	<b>794</b>	<b>793</b>	<b>364</b>	<b>471</b>	<b>335</b>	<b>431</b>	<b>233</b>	<b>697</b>	<b>337</b>	<b>446</b>	<b>233</b>	<b>717</b>	<b>286</b>	<b>15</b>	<b>2.131</b>	<b>2.141</b>

### Zufluss gemäß DCGK

Da die den Mitgliedern des Vorstands für das Geschäftsjahr gewährte Vergütung teilweise nicht mit einer Zahlung in dem jeweiligen Geschäftsjahr einhergeht, wird – in Übereinstimmung mit der entsprechenden Empfehlung des DCGK – in einer gesonderten Tabelle dargestellt, in welcher Höhe ihnen für das Geschäftsjahr 2014 Mittel zufließen. Entsprechend den Empfehlungen des DCGK sind die fixe Vergütung sowie die einjährigen erfolgsabhängigen Bezüge als Zufluss für das jeweilige Geschäftsjahr anzugeben. Die den einzelnen Mitgliedern des Vorstands für das Geschäftsjahr 2014 nach dem DCGK zugeflossene Gesamtvergütung ist – aufgliedert in ihre jeweiligen Bestandteile – der nachfolgenden Tabelle zu entnehmen:

Tabelle 3: Vergütung des Vorstands 2014 (Zuflussbetrachtung nach DCGK)

Alle Werte in Tsd €	CEO		CFO		CTO		CPO		Dr. Helmut Becker		Dr. Stefan Groß- Selbeck	
	seit 1.6.10.2012		seit 01.07.2009		seit 01.03.2011		seit 01.03.2013		bis 31.05.2013		bis 15.01.2013	
	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014
Festvergütung	386	386	229	245	234	230	191	230	102	15	1.157	1.091
Nebenleistungen	1	1	1	3	1	3	1	3	1	0	5	10
<b>Summe</b>	<b>387</b>	<b>387</b>	<b>230</b>	<b>248</b>	<b>235</b>	<b>233</b>	<b>192</b>	<b>233</b>	<b>103</b>	<b>15</b>	<b>1.162</b>	<b>1.101</b>
Einjährige variable Vergütung	209	207	91	137	79	109	75	125	183	0	637	578
AOP 2006	0	0	0	0	0	0	0	0	209	0	209	0
Mehrfürige variable Vergütung	0	0	1.185	0	0	0	0	0	663	160	2.008	0
AOP 2011	0	0	0	0	0	0	0	0	0	319	319	0
<b>Summe</b>	<b>596</b>	<b>594</b>	<b>1.506</b>	<b>385</b>	<b>314</b>	<b>342</b>	<b>267</b>	<b>358</b>	<b>1.158</b>	<b>494</b>	<b>4.335</b>	<b>1.679</b>

Zusätzlich zur Grundvergütung und den beschriebenen variablen Vergütungsbestandteilen hält das Vorstandsmitglied Herr Jens Pape als Berechtigter aus einem der historischen Aktienoptionsprogramme der Gesellschaft, dem AOP 2010, zum Bilanzstichtag noch 40.000 Aktienoptionen, die ihm bereits im März 2011 von der Gesellschaft zu den auf der Hauptversammlung am 27. Mai 2010 beschlossenen Bedingungen gewährt wurden. Diese Aktienoptionen wurden zu einem Ausübungspreis von 41,23 € pro Option ausgegeben. Der Ausübungspreis wurde im August 2011 aufgrund der im Februar 2012 durchgeführten Sonderausschüttung der XING AG auf 37,47 € reduziert. Der beizulegende Zeitwert dieser Aktienoptionen lag zum Zeitpunkt der Zeichnung der Aktienoptionen durch Herrn Jens Pape am 29. März 2011 bei 6,07 €. Als Gesamtzeitwert ergibt sich daraus ein Betrag von 243 Tsd. €. Der Ausübungsgewinn der Herrn Jens Pape gewährten Aktienoptionen ist auf 35 € je Option beschränkt (für nähere Informationen zum betreffenden AOP siehe Konzernanhang unter „Sonstige Angaben“).

#### *Optionsausübungen unter den AOP*

Im Vorjahr haben Herr Dr. Groß-Selbeck, Herr Dr. Becker und Herr Chu ihre Aktienoptionen aus den AOP 2006, 2009 und 2011 ausgeübt. Dabei erzielte Herr Dr. Groß-Selbeck einen Brutto-Veräußerungserlös von 478 Tsd. €, Herr Dr. Becker einen Brutto-Veräußerungserlös von 869 Tsd. € und Herr Chu einen Brutto-Veräußerungserlös von 1.185 Tsd. €.

Im abgelaufenen Geschäftsjahr hat kein Vorstandsmitglied Aktienoptionen aus den historischen Aktienoptionsprogrammen der Gesellschaft ausgeübt. Herr Jens Pape ist erst ab Ende März 2015 im Hinblick auf seine 40.000 Aktienoptionen unter dem AOP 2010 ausübungsberechtigt. Grundsätzlich werden Meldungen über Geschäfte von Personen mit Führungsaufgaben gemäß § 15a WpHG 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.

#### *Vorzeitige Beendigung der Tätigkeit als Vorstand*

Im Falle des Todes eines Mitglieds des Vorstands während der Laufzeit des jeweiligen Vorstandsvertrags ist die Gesellschaft verpflichtet, das zeitanteilige Jahresgrundgehalt 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 2014 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, Herrn Ingo Chu, enthält zudem für Finanzvorstände übliche 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 2014 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 (sogenannte 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 Vorgaben des Aktiengesetzes und den Empfehlungen 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 und ergänzend durch die Hauptversammlung im Mai 2014 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. Vorsitzende in tatsächlich gebildeten Ausschüssen erhalten zusätzlich zur festen Vergütung für jedes volle Geschäftsjahr ihrer Zugehörigkeit zum Aufsichtsrat weitere 5.000 €. Mitglieder des Aufsichtsrats, die während des Geschäftsjahres in den Aufsichtsrat eintreten oder austreten, erhalten die feste Vergütung zeitanteilig.

Neben der festen Vergütung erhalten die Aufsichtsratsmitglieder keine erfolgsorientierte Vergütung. Dadurch sollen keine an den kurzfristigen Konzernernfolg geknüpften Anreize geschaffen werden, um die erforderliche unabhängige Kontrollfunktion des Aufsichtsrats sicherzustellen.

Der stellvertretende Aufsichtsratsvorsitzende sowie Mitglieder von Ausschüssen werden aktuell nicht zusätzlich vergütet. Da die Zahl der Ausschusssitzungen, die Vertretungsanlässe sowie die damit zusammenhängende Arbeitsbelastung bisher nicht materiell war und im Übrigen eine angemessene hohe Grundvergütung gewährt wird, halten Vorstand und Aufsichtsrat eine gesonderte Vergütung für den stellvertretenden Vorsitzenden und Mitglieder von Ausschüssen weiter für verzichtbar.

Eine Übersicht der satzungsgemäßen Aufsichtsratsvergütung für das Geschäftsjahr 2014 ist der folgenden Tabelle zu entnehmen.

<b>Amtierende Aufsichtsratsmitglieder zum 31. Dezember 2014</b>	<b>Gesamtvergütung 2014 in Euro</b>	<b>Gesamtvergütung 2013 Euro</b>
Stefan Winners, Vorsitzender seit 24.05.2013	80.000	48.438
Dr. Johannes Meier, stellv. Aufsichtsratsvorsitzender seit 23.05.2014	40.000	40.000
Anette Weber, Vorsitzende des Prüfungsausschusses seit 24.05.2013	45.000	24.219
Dr. Jörg Lübcke	40.000	40.000
Jean-Paul Schmetz	40.000	40.000
Sabine Bendiek seit 23.05.2014	24.329	0
<b>Ausgeschiedene Aufsichtsratsmitglieder</b>		
Dr. Neil V. Sunderland, Vorsitzender bis 24.05.2013	0	31.562
Fritz Oidtmann, stellv. Aufsichtsratsvorsitzender (bis 23.05.2014)	15.671	40.000
Simon Guild (bis 24.05.2013)	0	15.781
<b>Gesamt</b>	<b>285.000</b>	<b>280.000</b>

Den Mitgliedern des Aufsichtsrats wurden im Rahmen ihrer Tätigkeit zudem Aufwandsentschädigungen für Reisekosten im angemessenen Umfang erstattet. Weitere Zusagen wurden seitens der Gesellschaft nicht getätigt. Keinem Mitglied des Aufsichtsrats wurden Kredite, Zinsen oder Vorschüsse von der Gesellschaft gewährt. Zum Bilanzstichtag am 31. Dezember 2014 hielt das Aufsichtsratsmitglied Dr. Johannes Meier 1.000 Aktien der Gesellschaft. Weitere Informationen zu Meldungen des vergangenen Geschäftsjahres über Geschäfte von Personen mit Führungsaufgaben gemäß § 15a WpHG werden über DGAP im Bereich Directors' Dealings veröffentlicht und können auch auf der Internetseite der XING AG im Bereich Investor Relations abgerufen werden.

#### *Sonstiges*

Die XING AG hat für die Mitglieder des Aufsichtsrats eine Vermögensschadenhaftpflichtversicherung (so genannte 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 2015, von Vorstand und Aufsichtsrat erklärt und auf der Internetseite <http://corporate.xing.com/deutsch/investor-relations/corporate-governance/hgb-289a/> veröffentlicht.

# 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 Abschlussprüfer die Funktionsfähigkeit des Systems bestätigt.

Jeder einzelne Mitarbeiter ist aufgefordert, aktiv potenzielle Schäden vom Unternehmen abzuwenden. Eine seiner Aufgaben ist es, Gefahren in seinem Verantwortungsbereich unverzüglich zu beseitigen und bei Hinweisen auf entstehende oder existierende Risiken umgehend die entsprechenden Ansprechpartner für das Risikomanagement bei XING zu informieren. Voraussetzung hierfür ist die Kenntnis des Risikomanagementsystems und ein möglichst hohes Risikobewusstsein der Mitarbeiter. Aus diesem Grund sensibilisiert XING die Mitarbeiter für die Bedeutung des Risikomanagements und macht sie mithilfe von Informationsmaterial mit dem Risikomanagementsystem vertraut.

Das Unternehmen identifiziert und analysiert potenzielle Risiken kontinuierlich. Dabei bewertet es erkannte Gefahren systematisch nach der Wahrscheinlichkeit ihres Eintritts und dem zu erwartenden potenziellen Schaden. Im Rahmen von quartalsweisen Risikoinventuren bzw. Statusabfragen werden die Risikoverantwortlichen und Führungskräfte zum Status bestehender Risiken und zur Identifizierung neuer Risiken befragt. Die 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 operativen Tochtergesellschaften herrührende Risiken, die sich nachhaltig negativ auf den Konzern auswirken könnten, ebenfalls frühzeitig erkannt werden.

Das Risikomanagementsystem erfasst lediglich Risiken, nicht Chancen.

## Internes Kontrollsystem

Als kapitalmarktorientierte Kapitalgesellschaft sind wir gemäß § 289 Abs. 5 HGB verpflichtet, die wesentlichen Merkmale des internen Kontroll- und Risikomanagementsystems im Hinblick auf den Rechnungslegungsprozess zu beschreiben.

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, Maßnahmen und Kontrollen 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 folgende Strukturen und Prozesse implementiert:

Der Konzernvorstand trägt die Gesamtverantwortung für das interne Kontroll- und Risikomanagementsystem 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 Berichtsorganisation 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; Einrichtung eines Überwachungssystems; Dokumentation der getroffenen Maßnahmen. Des Weiteren wird in dieser Berichtsorganisation festgelegt, dass wesentliche Risiken bei Eintritt unverzüglich an den Konzernvorstand gemeldet werden.

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. 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. Dies sind insbesondere die folgenden Elemente:

- Identifikation der wesentlichen Risikofelder und Kontrollbereiche mit Relevanz für den konzernweiten Rechnungslegungsprozess.
- Kontrollen zur Überwachung des konzernweiten Rechnungslegungsprozesses und deren Ergebnisse auf Ebene des Konzernvorstands und auf Ebene der in den Konzernabschluss einbezogenen Gesellschaften.
- 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.
- 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. Hierbei wird auch auf die Expertise externer Spezialisten zurückgegriffen.

Der Konzern hat darüber hinaus 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.

<i>erwarteter Schaden</i>						
<b>hoch</b>						Risikoklasse 1 (hoch bzw. bestandsgefährdend)
<b>mittel</b>						Risikoklasse 2 (mittel)
<b>gering</b>						Risikoklasse 3 (gering)
	<b>gering</b>	<b>mittel</b>	<b>hoch</b>	<i>Eintrittswahrscheinlichkeit</i>		

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

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

Eintrittswahrscheinlichkeit	Quantitativ	qualitativ
hoch	51 - 100%	ein bis mehrere Male pro Jahr
mittel	11 - 50%	einmal innerhalb von 24 Monaten
gering	0 - 10%	seltener als einmal innerhalb von 24 Monaten
erwarteter Schaden		
hoch	mehr als 500 Tsd. €	großer Imageschaden, großen Schaden für Kunden
mittel	100 Tsd. bis 500 Tsd. €	Dienstleistung über langen Zeitraum beeinträchtigt
gering	50 Tsd. bis 100 Tsd. €	Dienstleistung in Einzelfällen beeinträchtigt

## Wesentliche Einzelrisiken

Die identifizierten wesentlichen Risiken bei XING 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 steht bereits im Wettbewerb mit Unternehmen, die ähnliche Leistungen anbieten. In Zukunft können neue Wettbewerber in den Markt eintreten. Verliert die XING Kunden an diese aktuellen oder zukünftigen Wettbewerber, wären Umsatzeinbußen zu erwarten. Wettbewerber könnten in der Lage sein, der XING Marktanteile abzunehmen, indem sie Leistungen anbieten, die den von der XING angebotenen Leistungen überlegen sind, oder indem sie besonders aggressives und erfolgreiches Marketing betreiben. 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 ausü-

ben. Im Segment „Network/Premium“ könnten neben den anderen Social Networks als direkten Wettbewerbern auch branchennahe Unternehmen in der Lage sein, der XING 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 große Zahl an Nutzern verfügen. Außerdem kann durch die zunehmende Verbreitung von internetfähigen mobilen Endgeräten Wettbewerb durch mobile Communitys entstehen. Das im Segment „Network/Premium“ bestehende Wettbewerbsrisiko stufen wir als potenziell bestandsgefährdend ein. Wir begegnen diesem Risiko vor allem durch umfangreiche Produktentwicklungs- und Marketingmaßnahmen. Durch bessere Leistungen, eine stetige Vergrößerung der Nutzerbasis und eine starke Kundenbindung reduzieren wir das Wettbewerbsrisiko so, dass wir es unter Berücksichtigung der ergriffenen Gegenmaßnahmen im Ergebnis derzeit als nicht bestandsgefährdend ansehen.

### **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 mit den externen Dienstleistern. Entsprechende Vertragsgestaltungen 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. Im Segment „E-Recruiting“ kann insbesondere ein schwaches Marktumfeld oder das Auftreten von Nachahmerprodukten, die öffentlich verfügbare XING-Daten nutzen, zu einer solchen Abwanderung von Kunden führen. Diese Risiken stufen wir als mittel bis hoch ein. Die XING begegnet ihnen insbesondere durch die ständige Verbesserung und Erweiterung der eigenen Dienstleistungen sowie durch strategische Partnerschaften. Darüber hinaus beobachtet die XING permanent die Nutzerentwicklung und kann bei Auftreten plötzlicher Abwanderungstendenzen durch vorbereitete Maßnahmen und Krisenpläne rechtzeitig gegensteuern.

### **Risiken der Kundenbetreuung**

Die XING räumt der Zufriedenheit ihrer Kunden – nicht nur im Sinne des wirtschaftlichen Erfolgs – höchste Priorität ein. Schon aufgrund der hohen eigenen Ansprüche der XING hinsichtlich der Qualität ihrer Plattformen 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 die Risiken der Kundenbetreuung als gering bis mittel ein.

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

### **Finanzrisiken**

Die von XING angebotenen Premium-Mitgliedschaften sorgen für regelmäßige Zahlungseingänge und versorgen das Unternehmen mit ausreichender Liquidität. Zusätzlich erstellt XING eine planerische Liquiditätsvorschau. Die XING legt Zahlungsmittelbestände ausschließlich bei Banken mit hoher Bonität und kurzfristiger Verfügbarkeit an. Damit ist die Zahlungsfähigkeit der Gesellschaft zu jedem Zeitpunkt gewährleistet. Der Forderungsausfall in den Segmenten „Network/Premium“ und „E-Recruiting“ lag im abgelaufenen Geschäftsjahr unter vier Promille vom Gesamtumsatz und ist somit nicht von wesentlicher Bedeutung. Wir stufen das Forderungsausfallrisiko und das Liquiditätsrisiko daher insgesamt als gering ein.

Im Segment Events sehen wir grundsätzlich ein erhöhtes 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 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 Websites, 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 so-genannter „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 unter anderem Identitätsdiebstahl, Kreditkartenbetrug oder sonstige Betrugsfälle, Werbemails und Spam-Mails von Unternehmen, die nicht mit der XING 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 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. Unter Berücksichtigung der ergriffenen Gegenmaßnahmen schätzen wir das Risiko im Ergebnis derzeit als nicht bestandsgefährdend ein. Gleichwohl kann nicht ausgeschlossen werden, dass zukünftig Störungen eintreten können.

## Prozess- und Organisationsrisiken

### Risiken der Produktentwicklung

Die XING strebt eine ständige und agile Weiterentwicklung ihrer Plattformen 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 den Plattformen meist von einem Austausch der XING 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 für die unmittelbare Datenverarbeitung sind in Deutschland. Darüber hinaus werden Daten im Auftrag der XING nur 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 oder deren Auftragnehmer gegen Datenschutzbestimmungen, Bestimmungen zum Schutz des Fernmeldegeheimnisses oder Bestimmungen zum Schutz von Persönlichkeitsrechten verstoßen, könnte dies hoheitliche Ermittlungen, datenschutzrechtliche Verfügungen und Schadenersatzforderungen von Kunden, darunter auch Forderungen auf Ersatz immaterieller Schäden, zur Folge haben. Unter Umständen könnten sogar straf- oder ordnungswidrigkeitenrechtliche Verfahren gegen die XING bzw. 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. Dies könnte 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 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 2015 langsam wieder an Fahrt gewinnen. Dies gilt in erster Linie für die Industrieländer. Hierbei profitieren ölimportierende Länder vom gesunkenen Ölpreis, der sich letztlich positiv auf die Realeinkommen auswirkt und zu geringeren Produktionskosten führt. In den ölexportierenden Ländern sinken dagegen Realeinkommen und Gewinne. Gleichzeitig wird die wirtschaftliche Entwicklung von weiterhin bestehenden Strukturproblemen unter anderem im Euroraum, in Russland, in Japan, Brasilien und Argentinien gedämpft. Insgesamt sollte die Weltwirtschaft laut Prognose des Internationalen Währungsfonds (IWF) 2015 mit einer Rate von 3,5 Prozent dennoch etwas stärker expandieren als im vergangenen Jahr.

Die internationalen Rahmendaten sprechen dafür, dass sich die konjunkturelle Belebung im nächsten Jahr beschleunigen sollte. Deutschland kann unter diesen Voraussetzungen im Jahr 2015 nach Einschätzung des IWF und des HWWI mit einem Wachstum von rund 1,3 Prozent rechnen. Dabei bleibt der private Konsum weiterhin die wichtigste Wachstumsstütze. Zudem wird sich die Investitionstätigkeit beleben. Mit anziehender Weltkonjunktur und Erholung im Euroraum sind darüber hinaus Impulse vom Außenhandel zu erwarten. In Österreich gibt es derzeit wenig Anzeichen für eine deutliche Belebung der Konjunktur, so dass das Österreichische Institut für Wirtschaftsforschung nur mit einer realen Wachstumsrate von 0,5 Prozent rechnet. Der jüngste, überraschende Schritt der Schweizer Nationalbank, die heimische Währung von einem Euro-Mindestkurs zu entkoppeln, hat allerdings zu einer sehr deutlichen Aufwertung des Schweizer Franken geführt, der die exportorientierten Unternehmen spürbar belastet. Wichtige Frühindikatoren signalisieren am Jahresanfang 2015 einen wirtschaftlichen Einbruch.<sup>1</sup> Insofern ist nicht auszuschließen, dass die Konjunkturentwicklung in der Schweiz nachhaltig und spürbar abgebremst wird – im Extremfall sogar einbricht.

## Erwartete Branchenentwicklung

Die Lage auf dem deutschen Arbeitsmarkt sollte sich 2015 weiterhin robust zeigen, so dass die Erwerbstätigkeit steigen wird (+0,5 Prozent), während die Zahl der Arbeitslosen im Jahresdurchschnitt lediglich stagniert. Durchschnittlich werden 2015 nach Ansicht des HWWI rund 2,9 Millionen Personen arbeitslos sein. Die Lage auf dem Arbeitsmarkt in Österreich wird angespannt bleiben. Zwar werden sich Beschäftigungswachstum und Arbeitskräftepotenzial weiter ausweiten, die Konjunkturdynamik wird aber nicht ausreichen, um zu einem Rückgang der Arbeitslosigkeit zu führen. Im Gegenteil wird erwartet, dass die Arbeitslosigkeit 2015 sogar ansteigt. Somit sollte die Arbeitslosenquote 2015 im Jahresdurchschnitt bei rund 8,9 Prozent liegen. Der Arbeitsmarkt in der Schweiz steht 2015 vor großen Belastungen infolge der aktuellen Aufwertung des Schweizer Franken. Die Schweiz wickelt den weitaus größten Teil des Handels mit dem Euroraum ab. Sollte das neue Wechselkursniveau zum Euro ganzjährig auf dem neuen Niveau verharren, könnten vor allem große, international tätige Firmen in signifikantem Ausmaß Arbeitsplätze abbauen. Die Disparitäten innerhalb des deutschsprachigen Raums werden sich 2015 nicht verringern.

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 profitieren könnten. Vor diesem Hintergrund ist hervorzuheben, dass die XING-Plattform weiter stark wächst. So konnte im Januar 2015 die Marke von 8 Millionen Mitgliedern in Deutschland, Österreich und der Schweiz überschritten werden.

---

<sup>1</sup> Purchasing Managers Index PMI, Januar 2015: „Stärkster Einbruch seit November 2008“ ([www.procure.ch/ueber-uns/medien/pmimedienmitteilungen/](http://www.procure.ch/ueber-uns/medien/pmimedienmitteilungen/))

## Voraussichtliche Entwicklung der XING-Gruppe

Die 2014 erzielten Ergebnisse verdeutlichen, dass wir mit der neuen Positionierung und Strategie den richtigen Weg eingeschlagen haben, um die dargestellten Megatrends mit zielgruppenspezifischen Produkten und Dienstleistungen für XING zu nutzen. Mit der größten Plattform für Business Social Networking in der D-A-CH-Region und gleichzeitig einer noch geringen Penetrationsrate beruflich genutzter sozialer Netzwerke in unseren Kernmärkten verfügen wir über eine ideale Ausgangsbasis für weiteres Wachstum in den kommenden Jahren. Aufgrund der kontinuierlichen Diversifizierung unserer Erlösquellen agieren wir in mehreren teilweise bereits etablierten Märkten. Mit unseren E-Recruiting- und Employer-Branding-Angeboten haben wir uns in bestehenden Märkten neue Potenziale erschlossen. Aber auch im Kerngeschäft mit kostenpflichtigen Mitgliedschaften haben wir aufgrund des starken anhaltenden Wachstums von Basismitgliedern viel Potenzial weiter zu wachsen. Zuletzt hatten wir die Wachstumsraten im Segment Network/Premium wieder gesteigert.

Im Segment Events haben wir unsere (langfristig) prognostizierten Ergebnisse aufgrund einer geänderten Marktlage im Vergleich zum Vorjahr angepasst.

Unsere Strategie sieht vor allem organisches Wachstum vor. Zusätzlich beobachten wir unser Umfeld und den Markt kontinuierlich nach geeigneten Akquisitionsmöglichkeiten, um unsere organische Strategie zu unterstützen. So haben wir nur wenige Wochen nach Ablauf des Geschäftsjahres 2014 im Januar 2015 die Akquisition von [www.jobboerse.com](http://www.jobboerse.com) bekannt gegeben, um auch zukünftig den Teilbereich „Passive Recruiting“ weiter auszubauen und unsere Marktposition zu verbessern.

### Umsatz- und Ergebnisziele

Bei den finanziellen Leistungsindikatoren erwarten wir auf Konzernebene weiter steigende Umsätze und Ergebnisse. Entsprechend geben wir aus heutiger Sicht folgenden detaillierten Ausblick für die Umsatz- und Ergebnisziele im Konzern sowie der wesentlichen Segmente:

Finanzielle Leistungsindikatoren	Prognose 2015
Umsatzerlöse Konzern	Wachstum im zweistelligen Prozentbereich
EBITDA (bereinigt um Sondereffekte) Konzern	Deutliche Steigerung des EBITDA
Umsatzerlöse Segment „Network/Premium“	Wachstum im zweistelligen 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“	Leichte Steigerung
EBITDA (bereinigt um Sondereffekte) Segment „Events“	Leicht verbessertes, negatives Segment-EBITDA im einstelligen Mio. €-Bereich

### Dividendenziele

Seit 2012 verfolgen wir eine nachhaltige Dividendenpolitik. Auch im laufenden Geschäftsjahr planen wir der kommenden Hauptversammlung am 3. Juni 2015 die Zahlung einer ordentlichen Dividende für das abgelaufene Geschäftsjahr vorzuschlagen. Diese soll 0,92 € je dividendenberechtigter Stückaktie betragen. Der Bestand an liquiden Eigenmitteln von 64 Mio. € zum Jahresende 2014 sowie das cash-generative Geschäftsmodell von XING ermöglichen der Gesellschaft die Auszahlung von regelmäßigen Dividenden, 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 2015 – ohne Berücksichtigung von Sonderfaktoren wie zum Beispiel Akquisitionen oder Sonderausschüttungen – eine weitere Erhöhung der liquiden Mittel.

### Geplante Investitionen

Nach einem gesunkenen Investitionsvolumen der XING AG um 1,6 Mio. € im Geschäftsjahr 2014 erwarten wir für das Geschäftsjahr 2015 einen leichten Anstieg. Schwerpunkt der Investitionen werden wie auch in den Vorjahren Serverkapazitäten und Softwarelizenzen sein.

### Prognose der nicht-finanziellen Leistungsindikatoren

Bei den mit Vorlage des Geschäftsberichts für das Jahr 2013 erstmals berichteten nicht-finanziellen Leistungsindikatoren handelt es sich um wesentliche Messgrößen für den Erfolg und die Attraktivität unserer Angebote. Entsprechend 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 2015 in der D-A-CH-Region stärker zu wachsen als im abgelaufenen Geschäftsjahr (2014: +1.076.000) und auch bei den zahlenden Mitgliedern das Wachstum gegenüber dem Vorjahr zu steigern (2014: +28.000 neue zahlende Mitglieder). Die Prognose basiert im Wesentlichen auf den geplanten Maßnahmen (neue Produkte, Ausbau Vertrieb, Stärkung bestehende Produkte) sowie dem weiterhin großen Marktpotenzial aufgrund der im Verhältnis zu anderen Ländern geringen Penetrationsraten von beruflich genutzten Netzwerken im deutschsprachigen Raum.

In den Segmenten „E-Recruiting“ und „Events“ ist die Beziehung 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 insbesondere die Zahl der Unternehmenskunden im Geschäftsjahr 2015 im Segment E-Recruiting stark gesteigert werden. Im Segment Events gehen wir von einem ähnlichen Niveau wie 2014 bei der Anzahl der Geschäftskunden aus.

#### Nicht-finanzielle Leistungsindikatoren

#### Prognose 2015

Segment „Network/Premium“: Mitglieder in der D-A-CH-Region	Wachstum über Vorjahr (2014: +1.076.000)
Segment „Network/Premium“: Zahlende-Mitglieder in der D-A-CH-Region	Stärkeres absolutes Wachstum (2014: +28.000)
Segment „E-Recruiting“: Anzahl Unternehmenskunden (B2B)	Starker Anstieg
Segment „Events“: Anzahl Unternehmenskunden (B2B)	Ähnliches Niveau wie 2014

### Chancenbericht

Mit unseren zwei größten Geschäftsbereichen „Network/Premium“ und „E-Recruiting“ agieren wir in attraktiven Wachstumsmärkten. Hier haben wir in den vergangenen Jahren bewiesen, dass die Monetarisierungsstrategie über die unterschiedlichen Produkteangebote für Mitglieder und Unternehmenskunden bisher erfolgreich umgesetzt wurde. Insbesondere internetbasierte Geschäftsmodelle zeichnen sich durch schnellen Wandel und die Notwendigkeit der Anpassungsfähigkeit seitens der Unternehmen aus. 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 Marktentwicklungen bzw. Trends, sowie das Wettbewerbsumfeld erörtert und

die sich daraus ergebenden Chancen für die jeweiligen Geschäftsbereiche bewertet. Identifizierte Chancen werden über den Planungs- und Controllingprozess mit den jeweiligen Geschäftsbereichen erörtert, um eine qualitative und quantitative Bewertung vorzunehmen. So gehört es zu den Aufgaben der Geschäftsbereiche, 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 der für uns bedeutenden 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 Konjunktorentwicklung basieren, könnte eine deutlich bessere Entwicklung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen einen sehr positiven Einfluss auf unsere Geschäftstätigkeit haben.

#### **Chancen durch Produktentwicklung und Innovation**

XING ist ein Wachstumsunternehmen. So hängt der unternehmerische Erfolg stark von unserer Innovationsgeschwindigkeit und Umsetzungsstärke bei der Entwicklung neuer Produkte und Services für unsere Mitglieder und Geschäftskunden in allen Geschäftsbereichen ab. Durch kontinuierliche Prozessverbesserungen und den effizienten Einsatz unserer Entwicklungsressourcen sowie die Erkennung wichtiger Trends können sich weitere Chancen für die Verbesserung der Wachstumsraten ergeben. Sollten wir hier noch schneller als erwartet Fortschritte machen und noch schneller relevante Angebote für unsere Kunden etablieren so hätte dies zusätzliche positive Effekte auf die Umsatz- und Ergebnisentwicklung der XING.

#### **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. Dabei können die von uns identifizierten Megatrends eine wichtige Rolle spielen. Digitalisierung, Fachkräftemangel und die Ansprüche der Generation Y (Gen Y) prägen heute und in den kommenden Jahren den Arbeitsmarkt.

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 insbesondere aufgrund der bisher noch geringen Penetration in wichtigen Wachstumsmärkten zahlreiche Chancen durch eine schnellere Durchdringung dieser Märkte als geplant. 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 § 289 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 § 289 Abs. 4 HGB geforderten übernahmerechtlichen Angaben zum 31. Dezember 2014 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 beträgt per 31. Dezember 2014 5.592.137 € (Vorjahr: 5.592.137 €) und ist eingeteilt in 5.592.137 nennwertlose, auf den Namen lautende Stückaktien mit einem Nennbetrag von je 1,00 €. Das gesamte Grundkapital ist voll erbracht. Alle Aktien sind mit gleichen Rechten ausgestattet.

## Eigene Aktien

Die Gesellschaft hält zum 31. Dezember 2014 selbst 12.067 (Vorjahr: 12.832) Stückaktien der XING AG. Dies entspricht 0,21 Prozent (Vorjahr: 0,23 Prozent) des Grundkapitals der Gesellschaft. Die eigenen 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 2014 bekannt, dass die Burda Digital GmbH, München, mit 50,51 Prozent (Vorjahr: ebenfalls 50,51 Prozent) der Stimmrechte an der XING AG beteiligt ist. Weitere Informationen oder Mitteilungen nach §§ 21 f. WpHG von mittelbar und/oder unmittelbar mit mehr als 10 Prozent des Kapitals und der Stimmrechte beteiligten Aktionären 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 23. Mai 2014. 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 gemäß den Bestimmungen der §§ 179, 133 AktG. Die Satzung der Gesellschaft hat nicht von der Möglichkeit Gebrauch gemacht, darüber hinaus 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, 5.5 und 18 der Satzung zu Satzungsänderungen ermächtigt, soweit sie nur die Fassung der Satzung 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 Konzern-Anhang unter der Textziffer „Eigenkapital“ dargestellt.

### **Ermächtigung zum Erwerb eigener Aktien**

Der Vorstand wurde mit Beschluss der Hauptversammlung vom 23. Mai 2014 unter Aufhebung des Beschlusses vom 27. Mai 2010 zum Erwerb eigener Aktien wie folgt ermächtigt:

#### **a. Ermächtigung zum Erwerb eigener Aktien**

Der Vorstand wird ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats bis zum 22. Mai 2019 eigene Aktien der Gesellschaft bis zu insgesamt 10 Prozent des bei der Beschlussfassung bestehenden Grundkapitals in Höhe von 5.592.137,00 € zu erwerben. Auf die erworbenen Aktien dürfen zusammen mit anderen eigenen Aktien, die sich im Besitz der Gesellschaft befinden oder ihr nach §§ 71a ff. AktG zuzurechnen sind, zu keinem Zeitpunkt mehr als 10 Prozent des Grundkapitals entfallen. Darüber hinaus sind die Voraussetzungen des § 71 Abs. 2 Sätze 2 und 3 AktG zu beachten. Die Ermächtigung darf nicht zum Zwecke des Handels in eigenen Aktien ausgeübt werden. Die Ermächtigung kann ganz oder in Teilen, einmal oder mehrmals, in Verfolgung eines oder mehrerer Zwecke ausgeübt werden.

#### **b. Arten des Erwerbs**

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

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

(2) Erfolgt der Erwerb der Aktien über ein an alle Aktionäre gerichtetes öffentliches Kaufangebot bzw. eine an alle Aktionäre gerichtete öffentliche Aufforderung zur Abgabe von Verkaufsangeboten, dürfen der gebotene Kaufpreis oder die Grenzwerte der Kaufpreisspanne je Aktie (jeweils ohne Erwerbsnebenkosten) den Durchschnitt der in der Schlussauktion ermittelten Börsenkurse

der Aktien der Gesellschaft im Xetra-Handel (oder einem vergleichbaren Nachfolgesystem) an der Frankfurter Wertpapierbörse während der letzten fünf Börsenhandelstage vor dem Tag der öffentlichen Ankündigung des Angebots bzw. der öffentlichen Aufforderung zur Abgabe von Verkaufsangeboten um nicht mehr als 10 Prozent über- oder unterschreiten. Ergeben sich nach der Veröffentlichung eines öffentlichen Angebots bzw. einer öffentlichen Aufforderung zur Abgabe von Verkaufsangeboten erhebliche Abweichungen des maßgeblichen Kurses, so kann das Angebot bzw. die Aufforderung zur Abgabe von Verkaufsangeboten angepasst werden. In diesem Fall wird auf den Durchschnitt der in der Schlussauktion ermittelten Börsenkurse der Aktien der Gesellschaft im Xetra-Handel (oder einem vergleichbaren Nachfolgesystem) an der Frankfurter Wertpapierbörse der fünf Börsenhandelstage vor der öffentlichen Ankündigung einer etwaigen Anpassung abgestellt. Das Volumen des Angebots bzw. der Aufforderung zur Abgabe von Verkaufsangeboten kann begrenzt werden. Sofern bei einem öffentlichen Kaufangebot oder einer öffentlichen Aufforderung zur Abgabe von Verkaufsangeboten das Volumen der angebotenen Aktien das vorgesehene Rückkaufvolumen überschreitet, kann der Erwerb im Verhältnis der jeweils gezeichneten bzw. angebotenen Aktien erfolgen; das Recht der Aktionäre, ihre Aktien im Verhältnis ihrer Beteiligungsquoten anzudienen, ist insoweit ausgeschlossen. Eine bevorrechtigte Annahme geringer Stückzahlen bis zu 100 Stück angebotener Aktien je Aktionär sowie eine kaufmännische Rundung zur Vermeidung rechnerischer Bruchteile von Aktien können vorgesehen werden. Ein etwaiges weitergehendes Andienungsrecht der Aktionäre ist insoweit ausgeschlossen. Das öffentliche Angebot bzw. die 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 oder einer früheren Ermächtigung erworbenen eigenen Aktien zu allen gesetzlich zugelassenen Zwecken, insbesondere auch zu den folgenden Zwecken zu verwenden:

- (1) Die eigenen Aktien können gegen Barleistung 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 10 Prozent 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 Bezugsrechtsausschluss in entsprechender Anwendung des § 186 Abs. 3 Satz 4 AktG ausgegeben wurden.
- (2) Die eigenen Aktien können gegen Sachleistung zum Zwecke des Erwerbs von Unternehmen, Unternehmensteilen, Unternehmensbeteiligungen oder sonstigen mit einem Akquisitionsvorhaben in Zusammenhang stehenden Vermögensgegenständen oder im Rahmen von Unternehmenszusammenschlüssen veräußert werden.
- (3) Die eigenen Aktien können 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 ver-

bundener Unternehmen im Sinne des § 15 AktG

- 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 2010, zu dessen Auflage die Hauptversammlung vom 27. Mai 2010 durch Beschluss zu Punkt 8 der Tagesordnung ermächtigt hat, oder
- im Rahmen des aktienkursbasierten Shadow-Share-Programms der XING AG vom 29. November 2012 und des Long-Term-Incentive-Programms für Vorstandsmitglieder der XING AG vom 27. Januar 2014, soweit die Gesellschaft den Bezugsberechtigten nach diesem Programm Shadow Shares durch Aktien zuteilen will,

zugeteilt bzw. 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- oder 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 eigenen Aktien können Personen, die in einem Arbeitsverhältnis zur Gesellschaft oder einem mit ihr verbundenen Unternehmen im Sinne von § 15 AktG stehen, 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 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.

Das Bezugsrecht der Aktionäre auf die eigenen Aktien der Gesellschaft wird ausgeschlossen, soweit diese Aktien gemäß den Ermächtigungen (1) bis (5) verwendet werden.

Die Ermächtigungen unter a) bis c) können ganz oder in Teilbeträgen, einmal oder mehrmals, in Verfolgung eines oder mehrerer Zwecke durch die Gesellschaft ausgeübt werden. Die Ermächtigungen – mit Ausnahme der Ermächtigung zur Einziehung der eigenen Aktien – können auch durch abhängige oder im Mehrheitsbesitz der Gesellschaft stehende Unternehmen oder für ihre oder deren Rechnung durch Dritte ausgeübt 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 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.

### **Weitere Angaben**

Die übrigen nach § 289 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](http://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

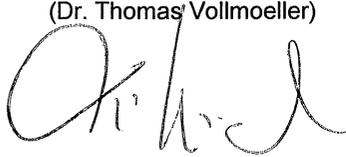
Die XING AG hat mit wirtschaftlicher Wirkung zum 1. Januar 2015 sämtliche Geschäftsanteile an der Intelligence Competence Center (Deutschland) AG, Aschaffenburg, übernommen. Bei Vertragsunterschrift hat die XING AG an den Verkäufer zunächst 5,0 Mio. € gezahlt. Eine zusätzliche Kaufpreiszahlung von 1,3 Mio. € ist voraussichtlich im April 2015 zu leisten. Weitere Kaufpreiszahlungen in Höhe von 2,4 Mio. € könnten geringer ausfallen, sofern bestimmte Zusicherungen nicht erfüllt sind.

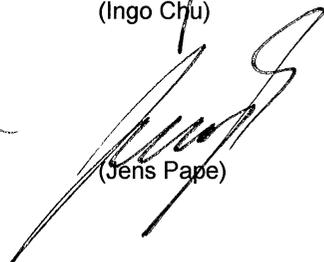
Hamburg, 24. März 2015

Der Vorstand

  
(Dr. Thomas Vollmoeller)

  
(Ingo Chu)

  
(Timm Richter)

  
(Jens Pape)

**Jahresabschluss für das Geschäftsjahr  
vom 1. Januar bis 31. Dezember 2014**

XING AG  
Hamburg

Bilanz zum 31. Dezember 2014

**AKTIVA**

	<u>31.12.2014</u>	<u>31.12.2013</u>
	Euro	Euro
<b>A. ANLAGEVERMÖGEN</b>		
I. Immaterielle Vermögensgegenstände		
1. Entgeltlich erworbene gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	4.697.547,22	3.509.689,03
2. Geleistete Anzahlungen	55.000,00	255.669,87
II. Sachanlagen		
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	4.350.187,82	5.495.085,58
III. Finanzanlagen		
1. Anteile an verbundenen Unternehmen	8.659.198,54	16.780.587,03
2. Beteiligungen	<u>50.000,96</u>	<u>50.000,96</u>
	<u>17.811.934,54</u>	<u>26.091.032,47</u>
<b>B. UMLAUFVERMÖGEN</b>		
I. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände		
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	8.939.140,37	6.693.304,92
2. Forderungen gegen verbundene Unternehmen	5.399.727,62	1.870.029,44
3. Sonstige Vermögensgegenstände	<u>1.202.240,21</u>	<u>1.757.905,10</u>
	<u>15.541.108,20</u>	<u>10.321.239,46</u>
II. Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten	58.745.094,97	62.607.874,43
	<u>74.286.203,17</u>	<u>72.929.113,89</u>
<b>C. RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN</b>		
	1.257.053,44	1.371.335,33
	<u>93.355.191,15</u>	<u>100.391.481,69</u>

	31.12.2014		31.12.2013
	Euro	Euro	Euro
<b>PASSIVA</b>			
<b>A. EIGENKAPITAL</b>			
I. Gezeichnetes Kapital	5.592.137,00		5.592.137,00
- Bedingtes Kapital EUR 1.242.155,00 (Vorjahr: EUR 2.832.757,00)			
- Nennbetrag eigene Aktien	<u>-12.067,00</u>		<u>-12.832,00</u>
		5.580.070,00	5.579.305,00
II. Kapitalrücklage		27.144.107,24	27.081.845,48
III. Gewinnrücklagen			
Andere Gewinnrücklagen		92.081,20	1.771.456,80
IV. Bilanzgewinn		<u>7.512.000,00</u>	<u>24.063.172,03</u>
		<u>40.328.258,44</u>	<u>58.495.779,31</u>
<b>B. RÜCKSTELLUNGEN</b>			
Sonstige Rückstellungen		<u>6.477.485,59</u>	<u>6.739.120,75</u>
		<u>6.477.485,59</u>	<u>6.739.120,75</u>
<b>C. VERBINDLICHKEITEN</b>			
1. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		2.301.457,12	1.946.142,00
2. Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen		262.928,47	209.924,40
3. Sonstige Verbindlichkeiten			
davon aus Steuern EUR 1.974.553,12 (Vorjahr: EUR 1.541.821,50)		<u>9.997.136,74</u>	<u>4.371.807,32</u>
		<u>12.561.522,33</u>	<u>6.527.873,72</u>
<b>D. RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN</b>		33.987.924,79	28.628.707,91
		<u>93.355.191,15</u>	<u>100.391.481,69</u>



XING AG  
Hamburg

Gewinn- und Verlustrechnung  
für das Geschäftsjahr 2014

	01.01.2014 - 31.12.2014	01.01.2013 - 31.12.2013
	Euro	Euro
1. Umsatzerlöse	90.140.556,27	74.703.154,58
2. Sonstige betriebliche Erträge		
- davon aus Währungsumrechnung: EUR 327.016,09 (Vorjahr: EUR 101.429,88 )	2.323.316,12	1.360.495,76
3. Gesamtleistung	<u>92.463.872,39</u>	<u>76.063.650,34</u>
4. Personalaufwand		
a) Gehälter	-28.663.938,83	-24.294.656,92
b) Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung	-4.771.757,03	-4.264.070,82
- davon für Altersversorgung: EUR 421.396,02 (Vorjahr: EUR 431.894,93)	<u>-33.435.695,86</u>	<u>-28.558.727,74</u>
5. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	-4.823.164,20	-4.697.221,04
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen	-37.275.408,87	-25.046.980,88
- davon aus Währungsumrechnung: EUR 188.347,33 (Vorjahr: EUR 138.262,42)		
7. Erträge aus Beteiligungen	3.400.000,00	0,00
- davon aus verbundenen Unternehmen: EUR 3.400.000,00 (Vorjahr: EUR 0,00)		
8. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	152.332,46	125.058,39
- davon aus verbundenen Unternehmen: EUR 73.333,33 (Vorjahr: EUR 0,00)		
9. Abschreibungen auf Finanzanlagen	-8.570.013,28	0,00
10. Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-161.854,78	-162.477,43
- davon aus Abzinsung: EUR 152.718,50 (Vorjahr: EUR 162.477,43)		
11. Aufwendungen aus Verlustübernahme	<u>-2.251.296,38</u>	<u>-2.735.513,48</u>
12. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	<u>9.498.771,48</u>	<u>14.987.788,16</u>
13. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	<u>-4.316.463,51</u>	<u>-4.924.616,13</u>
14. Jahresüberschuss	5.182.307,97	10.063.172,03
15. Gewinnvortrag aus dem Vorjahr	629.692,03	5.584.289,50
16. Entnahme aus anderen Gewinnrücklagen	1.700.000,00	14.000.000,00
17. Einstellung in die anderen Gewinnrücklagen	<u>0,00</u>	<u>-5.584.289,50</u>
18. Bilanzgewinn	<u>7.512.000,00</u>	<u>24.063.172,03</u>



**XING AG**  
**Hamburg**

**Anhang**  
**für das Geschäftsjahr 2014**

#### **Allgemeine Angaben**

Der Jahresabschluss der XING AG, Hamburg, (im Folgenden kurz: "XING AG") wurde gemäß §§ 242 ff. und 264 ff. HGB sowie nach den einschlägigen Vorschriften des Aktiengesetzes (AktG) aufgestellt. Es gelten die Vorschriften für große Kapitalgesellschaften. Die für den Jahresabschluss relevanten Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex wurden berücksichtigt.

Die Gewinn- und Verlustrechnung wurde nach dem Gesamtkostenverfahren aufgestellt. Das Geschäftsjahr entspricht dem Kalenderjahr.

Die Gesellschaft ist öffentlich notiert im Prime Standard an der Frankfurter Börse (WKN: XNG 888). Die XING AG stellt als Muttergesellschaft einen eigenen Konzernabschluss gemäß § 315a HGB nach den Rechnungslegungsvorschriften der International Financial Reporting Standards (IFRS) auf. Zusätzlich wird der XING Konzernabschluss in den Konzernabschluss der Hubert Burda Media Holding Kommanditgesellschaft, Offenburg, die den Konzernabschluss für den größten Kreis von Unternehmen aufstellt, mit einbezogen. Die beiden Konzernabschlüsse werden im elektronischen Bundesanzeiger veröffentlicht.

#### **Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden**

Die im Vorjahr angewandten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden wurden im Berichtsjahr unverändert fortgeführt.

Die immateriellen Vermögensgegenstände enthalten Anschaffungskosten für entgeltlich erworbene Software und Softwarelizenzen sowie für Softwareentwicklungs-Know-how und für Marken- und Domainrechte. Die Abschreibung auf die Software und Softwarelizenzen erfolgt linear über eine betriebsgewöhnliche Nutzungsdauer von drei Jahren. Das Entwicklungs-Know-how wird linear über vier Jahre abgeschrieben. Außerplanmäßige Abschreibungen werden, soweit erforderlich, vorgenommen.

Für selbst geschaffene immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens wird das Aktivierungswahlrecht nicht in Anspruch genommen. Forschungs- und Entwicklungskosten werden daher sofort in voller Höhe als Aufwand erfasst.

Das Sachanlagevermögen wurde zu Anschaffungskosten bewertet, abzüglich planmäßiger Abschreibungen und etwaiger außerplanmäßiger Abschreibungen. Die Abschreibungen wurden nach der voraussichtlichen wirtschaftlichen Nutzungsdauer zwischen drei und dreizehn Jahren nach der linearen Methode vorgenommen. Geringwertige Anlagegüter bis zu einem Netto-Einzelwert von 410,00 € sind im Jahr des Zugangs voll abgeschrieben bzw. als Aufwand erfasst worden; ihr sofortiger Abgang wurde unterstellt.

Das Finanzanlagevermögen wird zu Anschaffungskosten angesetzt, vermindert um außerplanmäßige Abschreibungen, soweit den Finanzanlagen ein niedrigerer Wert beizulegen ist.

Die Forderungen und sonstigen Vermögensgegenstände sind zum Nennwert angesetzt. Erkennbaren Risiken wurde durch angemessene Wertberichtigungen Rechnung getragen.

Die flüssigen Mittel sind mit dem Nennwert bilanziert.

Als Rechnungsabgrenzungsposten werden Ausgaben bzw. Einnahmen vor dem Abschlussstichtag ausgewiesen, soweit sie Aufwand bzw. Ertrag für eine bestimmte Zeit nach diesem Tag darstellen.

Die Steuerrückstellungen und sonstigen Rückstellungen berücksichtigen alle erkennbaren Risiken aus ungewissen Verbindlichkeiten und für drohende Verluste aus schwebenden Geschäften. Sie sind in Höhe des nach vernünftiger kaufmännischer Beurteilung notwendigen Erfüllungsbetrages (d.h. einschließlich erwarteter zukünftiger Kosten- und Preissteigerungen) angesetzt. Rückstellungen mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr werden mit dem ihrer Laufzeit entsprechenden durchschnittlichen Marktzinssatz der vergangenen sieben Jahre, der von der Deutschen Bundesbank ermittelt und bekannt gegeben wird, abgezinst.

Die Verbindlichkeiten sind mit ihrem Erfüllungsbetrag am Bilanzstichtag angesetzt.

Auf fremde Währung lautende Vermögensgegenstände und Verbindlichkeiten wurden grundsätzlich mit dem Devisenkassamittelkurs zum Abschlussstichtag umgerechnet. Bei einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr werden dabei das Realisationsprinzip (§ 252 Abs. 1 Nr. 4 Halbsatz 2 HGB) und das Anschaffungskostenprinzip (§ 253 Abs. 1 Satz 1 HGB) beachtet.

## **Erläuterungen zur Bilanz**

### **Anlagevermögen**

Die Entwicklung der einzelnen Posten des Anlagevermögens ist unter Angabe der Abschreibungen des Geschäftsjahres im Anlagenspiegel dargestellt.

Der Anstieg der immateriellen Vermögensgegenstände resultiert aus erhöhten Zugängen sowie im Vergleich zum Vorjahr höheren planmäßigen Abschreibungen (2.125 Tsd. €, Vorjahr: 1.782 Tsd. €). Die Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände enthalten im Vorjahr außerplanmäßige Abschreibungen von 100 Tsd. €. Wesentliche Zugänge dieser Position bezogen sich auf die Softwaretools für mobile Endgeräte und weitere Funktionen der XING-Plattform.

Die Zugänge im Sachanlagevermögen resultieren überwiegend aus der Modernisierung des Rechenzentrums. Die Abschreibungen auf Sachanlagevermögen enthalten außerplanmäßige Abschreibungen von 0 Tsd. € (Vorjahr: 18 Tsd. €).

### **Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände**

Die Forderungen gegen verbundene Unternehmen bestehen im Wesentlichen gegen die kununu GmbH, Wien, Österreich, die XING Events GmbH, Hamburg, und die TOMORROW FOCUS Media GmbH, Hamburg, und betreffen von der XING AG vereinnahmte Gewinne, verauslagte Kosten sowie Lieferungen und Leistungen in Höhe von 5.400 Tsd. € (Vorjahr: 1.870 Tsd. €).

Die sonstigen Vermögensgegenstände sind im Vergleich zum Vorjahr rückläufig und enthalten im Wesentlichen Forderungen gegen Kreditkartengesellschaften (763 Tsd. €; Vorjahr 0 Tsd. €), Erstattungsansprüchen aus Ertragsteuern (101 Tsd. €; Vorjahr: 490 Tsd. €), debitorische Kreditoren (74 Tsd. €; Vorjahr: 200 Tsd. €), geleistete Anzahlungen (45 Tsd. €; Vorjahr 958 Tsd. €), Forderungen gegen Mitarbeiter (25 Tsd. €; Vorjahr 62 Tsd. €), sowie Zinsabgrenzungen diverser Festgeldanlagen (5 Tsd. €; Vorjahr: 39 Tsd. €).

Sämtliche Forderungen haben eine Restlaufzeit von unter einem Jahr.

## **Angaben zum Grundkapital, zu eigenen Aktien, zum genehmigten Kapital und zum bedingten Kapital**

### **Grundkapital**

Das Grundkapital der Gesellschaft wurde in 2014 nicht durch die Ausgabe von Aktien erhöht. Die Aktienoptionsprogramme für Mitarbeiter wurden aus dem Bestand an eigenen Aktien bedient. Das Grundkapital beträgt damit per 31. Dezember 2014 5.592.137,00 € (Vorjahr: 5.592.137,00 €) 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.

#### **Eigene Aktien**

Das Unternehmen hat im abgelaufenen Geschäftsjahr aus dem Vorjahresbestand von 12.832 Aktien insgesamt 670 eigene Aktien im Rahmen eines Aktienoptionsprogramms für 29,48 € je Aktie und 95 eigene Aktien für je 33,68 € verkauft. Der Erlös wurde im Gegenwert der durchschnittlichen Anschaffungskosten je Aktie (26,96 €) in Höhe von 21 Tsd. € in den anderen Gewinnrücklagen erfasst. Der überschießende Betrag wurde in Höhe von 2 Tsd. € in der Kapitalrücklage erfasst.

Damit befinden sich zum Bilanzstichtag 12.067 Aktien (Vorjahr 12.832 Aktien) im Besitz der Gesellschaft. Dies entspricht 0,22 % (Vorjahr 0,23 %) des gezeichneten Kapitals. Die Aktien sind im Wesentlichen zur Erfüllung von Verpflichtungen aus laufenden Aktienoptionsprogrammen vorgesehen.

#### **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, Bedingtes Kapital 2009 und Bedingtes Kapital 2012**

Das von der Hauptversammlung am 3. November 2006 beschlossene Bedingte Kapital I 2006, das von der Hauptversammlung am 28. Mai 2009 beschlossene Bedingte Kapital 2009 sowie das von der Hauptversammlung am 14. Juni 2012 beschlossene Bedingte Kapital 2012 sind durch die Hauptversammlung am 23. Mai 2014 aufgehoben worden.

#### **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 2014 noch 29.410,00 €.

#### **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 auf Grund 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 2014 sind aus dem Bedingten Kapital 2010 keine Aktien ausgegeben.

#### **Bedingtes Kapital 2014**

Das Grundkapital ist um bis zu 1.118.427,00 € durch Ausgabe von bis zu 1.118.427 Stück auf den Namen lautenden Stückaktien bedingt erhöht (Bedingtes Kapital 2014). Die bedingte Kapitalerhöhung dient der Gewährung von Aktien an die Inhaber von Wandelschuld- und/oder Optionsschuldverschreibungen, die aufgrund des Ermächtigungsbeschlusses der Hauptversammlung vom 23. Mai 2014 begeben 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. Die Ausgabe der neuen Aktien erfolgt zu dem nach Maßgabe vorstehender Ermächtigung festzulegenden Wandlungs- und Optionspreis. Die bedingte Kapitalerhöhung ist nur insoweit durchzuführen, wie von Wandlungs- oder Optionsrechten aus Schuldverschreibungen Gebrauch gemacht wird oder Wandlungs- oder Optionspflichten aus Schuldverschreibungen erfüllt werden und soweit andere Erfüllungsformen zu Bedienung eingesetzt werden. Der Vorstand ist ermächtigt, mit Zustimmung des

Aufsichtsrats die weiteren Einzelheiten der Durchführung der bedingten Kapitalerhöhung festzusetzen. Zum 31. Dezember 2014 sind aus dem Bedingten Kapital 2014 keine Aktien ausgegeben.

Zum 31. Dezember 2014 waren insgesamt 40.365 (Vorjahr 41.130) Stück Aktienoptionen an Mitarbeiter, Führungskräfte und den Vorstand selbst ausgegeben, die noch nicht verfallen sind oder bereits ausgeübt wurden.

### Kapitalrücklage

Die Kapitalrücklage beinhaltet im Wesentlichen das Agio aus Barkapitalerhöhungen.

Die Kapitalrücklage erhöhte sich durch Ausübung von Aktienoptionen in 2014 um 2 Tsd. € (Vorjahr 1.084 Tsd. €). Des Weiteren wurden im Geschäftsjahr 2014 61 Tsd. € (Vorjahr: 66 Tsd. €) aus dem Aktienoptionsprogramm 2010 der Kapitalrücklage zugeführt (§ 272 Abs. 2 Nr. 2 HGB). Somit ergibt sich aus dem Aktienoptionsprogramm per 31. Dezember 2014 eine Kapitalrücklage von 4.310 Tsd. € (Vorjahr: 4.249 Tsd. €). Die Gesellschaft schließt sich insoweit der Auffassung des Instituts der Wirtschaftsprüfer (IDW) an und erfasst die Verpflichtungen aus dem Aktienoptionsprogramm im Personalaufwand. In Summe ergibt sich somit zum 31. Dezember 2014 eine Kapitalrücklage von 27.144 Tsd. € (Vorjahr: 27.082 Tsd. €), davon sind 48 Tsd. € gemäß § 272 Abs. 2 Nr. 4 HGB frei verfügbar und resultieren aus der in 2011 beschlossenen Kapitalherabsetzung.

### Gewinnrücklagen

Aufgrund des Verkaufs von 765 Stück eigenen Aktien im Nennwert von 765,00 € (vgl. Erläuterungen unter „eigene Aktien“) ergab sich ein Erlös von 21 Tsd. €, der unter den anderen Gewinnrücklagen auszuweisen ist.

### Sonstige Rückstellungen

Die sonstigen Rückstellungen setzen sich wie folgt zusammen:

	31.12.2014	31.12.2013
	in Tsd.€	in Tsd.€
Rückstellung für Personalaufwendungen	3.278	2.348
Rückstellung für Marketingaufwendungen	324	167
Rückstellung für Aufsichtsratsvergütungen	285	280
Rückstellung für Abschluss- und Prüfungskosten	215	263
Rückstellung für Rechts- und Beratungskosten	178	60
Rückstellung für Rückbauverpflichtung	131	96
Rückstellung für bedingte Kaufpreisverpflichtungen	0	1.911
Übrige	2.066	1.614
	<b>6.477</b>	<b>6.739</b>

Die Rückstellung für Personalaufwendungen beinhalten vor allem Rückstellungen für Boni, Urlaubsgelder und Abfindungen. Die Rückstellung für bedingte Kaufpreisverpflichtungen im Vorjahr betrifft den Erwerb der kununu GmbH, Wien/Österreich. Die übrigen Rückstellungen enthalten Rückstellungen für sonstige Fremdleistungen.

### Verbindlichkeiten

Die Aufteilung der einzelnen Posten der Verbindlichkeiten ergibt sich aus der Bilanz. Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen haben eine Restlaufzeit von unter einem Jahr. Im Vorjahr hatten die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen in Höhe von 81 Tsd. € eine Restlaufzeit von einem bis fünf Jahre, die danach verbleibenden Verbindlichkeiten hatten eine Restlaufzeit von bis zu einem Jahr. Eine Besicherung der Verbindlichkeiten durch Pfandrechte oder ähnliche Rechte besteht nicht.

Die Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen beinhalten Weiterbelastungen der Tochtergesellschaften für Lieferungen und Leistungen in Höhe von 263 Tsd. € (Vorjahr: 210 Tsd. €).

#### Rechnungsabgrenzungsposten

Der wesentliche Teil der passiven Rechnungsabgrenzung betrifft in Höhe von 33.828 Tsd. € (Vorjahr: 28.310 Tsd. €) vor dem Stichtag des Jahresabschlusses entstandene Leistungsverpflichtungen, die der Gesellschaft aus vorausbezahlten Mitgliedsbeiträgen ihrer Kunden erwachsen sind und dem Teil der Leistung entspricht, der nach dem Bilanzstichtag auszuführen ist.

#### Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung

##### Umsatzerlöse

Die erzielten Umsatzerlöse aus Dienstleistungen werden nach geographischen Regionen wie folgt unterschieden:

	31.12.2014	31.12.2013
	in Tsd.€	in Tsd.€
D-A-CH	83.613	72.625
International	6.528	2.078
	<u>90.141</u>	<u>74.703</u>

Die geographische Segmentierung in D-A-CH (Deutschland, Österreich, Schweiz) und International entspricht der organisatorischen Ausrichtung.

Die erzielten Umsatzerlöse nach Tätigkeitsbereichen lassen sich wie folgt aufgliedern:

	2014	2013
	in Tsd. €	in Tsd. €
Network / Premium	61.281	54.711
e-Recruiting	25.181	19.848
Events	3.679	144
	<u>90.141</u>	<u>74.703</u>

##### Abschreibungen auf Finanzanlagen

Die Abschreibungen auf Finanzanlagen in Höhe von 8.570 Tsd. € (Vorjahr: 0 Tsd. €) entfallen vollständig auf die Wertberichtigung der Beteiligung an der XING Events GmbH, Hamburg, und sind in vollem Umfang außerplanmäßig.

##### Periodenfremde Erträge und Aufwendungen

Die sonstigen betrieblichen Erträge enthalten periodenfremde Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen (552 Tsd. €; Vorjahr: 362 Tsd. €), aus Zahlungseingängen auf abgeschriebene Forderungen (40 Tsd. €; Vorjahr: 36 Tsd. €) sowie sonstige periodenfremde Erträge (389 Tsd. €; Vorjahr: 54 Tsd. €).

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen beinhalten periodenfremde Aufwendungen von 228 Tsd. € (Vorjahr: 452 Tsd. €).

### Steuern vom Einkommen und vom Ertrag

Die Steuern vom Einkommen und vom Ertrag belaufen sich auf 4.316 Tsd. € (Vorjahr: 4.925 Tsd. €) und betreffen fast ausschließlich das Geschäftsjahr 2014. Als Ertragsteueraufwendungen werden wie im Vorjahr die Körperschaftsteuer zuzüglich Solidaritätszuschlag, die Gewerbebeertragsteuer und die gezahlte ausländische Quellensteuer ausgewiesen.

### Sonstige Angaben

#### Haftungsverhältnisse

Die Gesellschaft hat gegenüber ihren Töchtern sowie gegenüber Dritten zum Bilanzstichtag keine Haftungsverhältnisse entsprechend § 251 HGB auszuweisen.

#### Sonstige finanzielle Verpflichtungen

Es bestehen aus Mietverträgen für Wohn- und Geschäftsräume sowie aus Leasingverträgen Zahlungsverpflichtungen innerhalb der nächsten fünf Jahre von insgesamt 6.957 Tsd. € (Vorjahr: 9.719 Tsd. €).

### Anteilsbesitz

	Kapitalanteil	Eigenkapital	Ergebnis
	31.12.2014	Stand 31.12.2014	2014
	%	in Tsd. €	in Tsd. €
amiando UK Ltd., Birmingham, Großbritannien <sup>1)</sup>	100	1	2
Grupo Galenicom Tecnologias de la Informacion (eConozco), S.L., Barcelona, Spanien	100	-14	0
kununu GmbH, Wien, Österreich	100	4.235	3.339
XING Events GmbH, Hamburg <sup>3)</sup>	100	-377	0
XING International Holding GmbH, Hamburg, Deutschland	100	-36	-1
XING Networking Spain, S.L., Barcelona, Spanien <sup>2)</sup>	100	151	-33
XING S.á r.l., Luxemburg, Luxemburg	100	34	22
XING Switzerland GmbH, Sarnen, Schweiz <sup>2)</sup>	100	113	30

<sup>1)</sup> 100% werden mittelbar über Anteile in Höhe von 100% an der XING Events GmbH, Hamburg, Deutschland, gehalten. Eigenkapital zum 31.12.2012; Ergebnis für 01.01.2012 – 31.12.2012.

<sup>2)</sup> 100% werden mittelbar über Anteile in Höhe von 100% an der XING International Holding GmbH, Hamburg, Deutschland, gehalten.

<sup>3)</sup> Nach Ergebnisübernahme durch die XING AG.

Mit der XING Events GmbH besteht mit Wirkung seit dem 1. Januar 2011 ein Ergebnisabführungsvertrag. Der Vertrag wurde am 10. Oktober 2011 im Handelsregister der XING Events GmbH eingetragen.

### **Anzahl der Arbeitnehmer**

Während des Geschäftsjahres 2014 waren bei der XING AG durchschnittlich 447 Mitarbeiter (Vorjahr: 408) und 4 Vorstandsmitglieder (Vorjahr: 4) beschäftigt. Zum 31. Dezember 2014 waren in der Gesellschaft 488 Mitarbeiter (Vorjahr: 420) und 4 Vorstandsmitglieder (Vorjahr: 4) tätig.

### **Mitglieder des Aufsichtsrats**

Folgende Personen gehörten im Berichtsjahr dem Aufsichtsrat der Gesellschaft an:

Stefan Winners, Vorstand Digital der Hubert Burda Media Gruppe, München, Deutschland (Vorsitzender des Aufsichtsrates)

weitere Aufsichtsratsmandate/Mitgliedschaften in Kontrollgremien:

- Vorsitzender des Aufsichtsrats der Tomorrow Focus AG, München, Deutschland
- Mitglied des Aufsichtsrats der zooplus AG, München, Deutschland
- Mitglied des Aufsichtsrats der Giesecke & Devrient GmbH, München, Deutschland (seit April 2014)

Dr. Johannes Meier, Geschäftsführer der European Climate Foundation, Den Haag, Niederlande (Stellvertretender Vorsitzender seit 23. Mai 2014)

Weitere Aufsichtsratsmandate/Mitgliedschaften in Kontrollgremien: keine

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

Weitere Aufsichtsratsmandate/Mitgliedschaften in Kontrollgremien:

- Mitglied des Aufsichtsrats der sevenload GmbH, Köln, Deutschland (bis April 2014))
- Mitglied des Aufsichtsrats der zooplus AG, München, Deutschland (bis November 2014)

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

Weitere Aufsichtsratsmandate/Mitgliedschaften in Kontrollgremien:

- Mitglied des Beirats der HackFwd Capital GmbH & Co. KG, Hamburg, Deutschland (bis Dezember 2014)
- Mitglied des Aufsichtsrats der OPMS Limited, Seoul, Südkorea

Anette Weber, Global Head Finance Pharma Development der Novartis Pharma AG, Basel, Schweiz

Weitere Aufsichtsratsmandate/Mitgliedschaften in Kontrollgremien: keine

Sabine Bendiek, Geschäftsführerin der EMC Deutschland GmbH (Schwalbach/Ts., Deutschland), Frankfurt am Main, Deutschland (seit 23. Mai 2014)

Weitere Aufsichtsratsmandate/Mitgliedschaften in Kontrollgremien: keine

Fritz Oidtman, Managing Partner, Acton Capital Partners GmbH, Bonn, Deutschland (Stellvertretender Vorsitzender bis 23. Mai 2014)

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. Vorsitzende in tatsächlich gebildeten Ausschüssen erhalten zusätzlich zur festen Vergütung für jedes volle Geschäftsjahr ihrer Zugehörigkeit zum Aufsichtsrat weitere 5 Tsd. €.

Im Geschäftsjahr 2014 betrug die Aufsichtsratsvergütung insgesamt 285 Tsd. € (Vorjahr: 280 Tsd. €).

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

## Mitglieder des Vorstands

Zu Mitgliedern des Vorstandes waren bestellt:

Dr. Thomas Vollmoeller, CEO, Hamburg, Deutschland (Vorsitzender)

Aufsichtsratsmandate/Mitgliedschaften in Kontrollgremien:

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

Ingo Chu, CFO, Hamburg, Deutschland

Aufsichtsratsmandate/Mitgliedschaften in Kontrollgremien: keine

Jens Pape, CTO, Hamburg, Deutschland

Aufsichtsratsmandate/Mitgliedschaften in Kontrollgremien: keine

Timm Richter, CPO, Hamburg, Deutschland

Aufsichtsratsmandate/Mitgliedschaften in Kontrollgremien: keine

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

## Honorare und Dienstleistungen des Abschlussprüfers

Das von den Abschlussprüfern PricewaterhouseCoopers AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft für das Geschäftsjahr 2014 Gesamthonorar ist in der entsprechenden Anhangsangabe im XING-Konzernabschluss enthalten.

## Angabe zu Geschäften mit nahestehenden Unternehmen und Personen

Die Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats der XING AG sind als nahestehende Personen anzusehen. Im Berichtsjahr lagen keine wesentlichen Geschäftsbeziehungen zwischen dem Vorstand und dem Aufsichtsrat und den in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen vor.

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 2015 haben die XING AG bzw. ihre verbundenen Unternehmen und die Hubert Burda Media Holding Kommanditgesellschaft, Offenburg, bzw. deren verbundenen Unternehmen wie im Vorjahr gegenseitig Produkte zu marktüblichen Bedingungen bezogen.

## Angaben gemäß § 160 Abs. 1 Nr. 8 AktG

Die Gesellschaft hat von folgenden Aktionären Mitteilungen über meldepflichtige Beteiligungen nach § 20 Abs. 1 oder 4 AktG sowie nach § 21 Abs. 1 oder 1a WpHG erhalten:

Aktionär	Melde- pflichtige Beteiligung in % gemäß Mitteilung	Melde- pflichtige Beteiligung in % vor Mitteilung	Mitteilung vom	Veränderung am
Ennismore European Smaller Companies Fund, Dublin, Irland	2,97 %	4,95 %	15.01.2014	14.01.2014

Ennismore Fund Management Limited, London, Großbritannien, zuzurechnen nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 6 WpHG	2,99 %	4,97 %	25.02.2014	24.02.2014
Herr William Geoffrey Oldfield, Großbritannien, zuzurechnen nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 6 WpHG	2,99 %	4,97 %	25.02.2014	24.02.2014
Oppenheimer International Small Company Fund, New York, Vereinigte Staaten von Amerika; ebenfalls:	3,12 %	< 3 %	30.05.2014	23.05.2014
- OppenheimerFunds Inc., New York, Vereinigte Staaten von Amerika, zuzurechnen nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 6 WpHG				
- Oppenheimer Acquisition Corp., New York, Vereinigte Staaten von Amerika, zuzurechnen nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 6 i.V.m. Abs. 1 Satz 2 WpHG				
- MM Asset Management Holding LLC, Springfield, Massachusetts, Vereinigte Staaten von Amerika, zuzurechnen nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 6 i.V.m. Abs. 1 Satz 2 WpHG				
- MassMutual Holding LLC, Springfield, Massachusetts, Vereinigte Staaten von Amerika, zuzurechnen nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 6 i.V.m. Abs. 1 Satz 2 WpHG				
- Massachusetts Mutual Life Insurance Company, Springfield, Massachusetts, Vereinigte Staaten von Amerika, zuzurechnen nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 6 i.V.m. Abs. 1 Satz 2 WpHG				
Schroder International Selection Fund, Senningerberg, Luxembourg, zuzurechnen gem. § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 6 WpHG	3,77 %	<3%	23.06.2014	19.06.2014
Schroder Investment Management North America Ltd, London, Vereinigtes Königreich, zuzurechnen gem. § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 6 WpHG	3,77 %	< 3%	23.06.2014	19.06.2014
Union Investment Privatfonds GmbH, Frankfurt am Main, Deutschland	5,002 %	3,10 %	27.06.2014	27.06.2014
Schroder International Selection Fund, Senningerberg, Luxemburg, ebenfalls:	3,005 %	< 3 %	17.07.2014	19.06.2014
- Schroder Investment Management (Luxembourg) S.A., Senningerberg, Luxemburg, zuzurechnen nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 WpHG				
- Schroder International Finance B.V., Amsterdam, Niederlande, zuzurechnen nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 WpHG				
- Schroder International Holdings Ltd., London, Vereinigtes Königreich, zuzurechnen nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 WpHG				
-				
Deutsche Asset & Wealth Management Investment GmbH, Frankfurt am Main	5,87 %	6,5 %	05.08.2014	21.07.2014
Deutsche Asset & Wealth Management Investment	0,00 %	5,87 %	05.08.2014	30.07.2014

GmbH, Frankfurt am Main

Schroder International Selection Fund, Senningerberg, Luxemburg, ebenfalls:	2,67 %	3,005 %	15.09.2014	11.09.2014
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Schroder Investment Management (Luxembourg) S.A., Senningerberg, Luxemburg, zuzurechnen nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 WpHG</li> <li>- Schroder International Finance B.V., Amsterdam, Niederlande, zuzurechnen nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 WpHG</li> <li>- Schroder International Holdings Ltd., London, Vereinigtes Königreich, zuzurechnen nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 WpHG</li> </ul>				
Oppenheimer International Small Company Fund, New York, Vereinigte Staaten von Amerika; ebenfalls:	5,07 %	3,12 %	24.10.2014	22.10.2014
<ul style="list-style-type: none"> <li>- OppenheimerFunds Inc., New York, Vereinigte Staaten von Amerika, zuzurechnen nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 6 WpHG</li> <li>- Oppenheimer Acquisition Corp., New York, Vereinigte Staaten von Amerika, zuzurechnen nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 6 WpHG</li> <li>- MM Asset Management Holding LLC, Springfield, Massachusetts, Vereinigte Staaten von Amerika, zuzurechnen nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 6 WpHG</li> <li>- MassMutual Holding LLC, Springfield, Massachusetts, Vereinigte Staaten von Amerika, zuzurechnen nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 6 WpHG</li> <li>- Massachusetts Mutual Life Insurance Company, Springfield, Massachusetts, Vereinigte Staaten von Amerika, zuzurechnen nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 6 WpHG</li> </ul>				

#### **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**

Vorstand und Aufsichtsrat der XING AG haben im Februar 2015 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.

#### **Vorschlag für die Ergebnisverwendung**

Der Bilanzgewinn beträgt 7.512.000,00 €.

Der Vorstand und der Aufsichtsrat schlagen die Ausschüttung einer Dividende von 0,92 € pro dividendenberechtigter Aktie aus dem Bilanzgewinn der XING AG des Geschäftsjahres 2014 vor. Unter Berücksichtigung der nicht berechtigten eigenen Aktien ergibt sich auf Basis des am 31. Dezember 2014

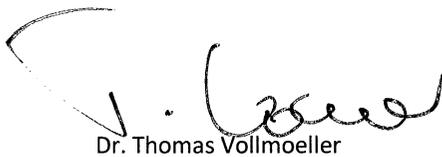
vorhandenen Aktienbestands ein Dividendenbetrag von 5.133.664,40 €. Der verbleibende Bilanzgewinn in Höhe von 2.378.335,60 € soll auf neue Rechnung vorgetragen werden.

**Erklärung des Vorstands**

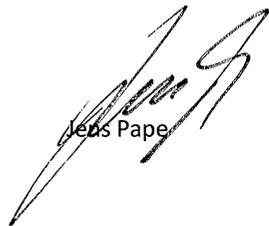
Wir versichern nach bestem Wissen, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen der Abschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft vermittelt und im Lagebericht der Geschäftsverlauf einschließlich des Geschäftsergebnisses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

Hamburg, 24. März 2015

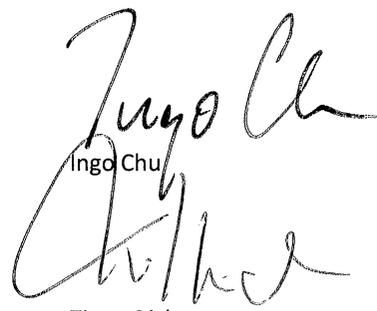
Der Vorstand



Dr. Thomas Vollmoeller



Jens Pape



Ingo Chu



Timm Richter



Anschaffungskosten

	<u>01.01.2014</u>	<u>Zugänge</u>	<u>Umbuchungen</u>	<u>Abgänge</u>	<u>31.12.2014</u>
	<u>Euro</u>	<u>Euro</u>	<u>Euro</u>	<u>Euro</u>	<u>Euro</u>
<b>I. Immaterielle Vermögensgegenstände</b>					
1. Entgeltlich erworbene gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	16.157.945,07	3.057.746,93	255.669,87	0,00	19.471.361,87
2. Geleistete Anzahlungen	255.669,87	55.000,00	-255.669,87	0,00	55.000,00
	<u>16.413.614,94</u>	<u>3.112.746,93</u>	<u>0,00</u>	<u>0,00</u>	<u>19.526.361,87</u>
<b>II. Sachanlagen</b>					
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	14.366.188,96	1.568.575,84	0,00	115.283,12	15.819.481,68
	<u>14.366.188,96</u>	<u>1.568.575,84</u>	<u>0,00</u>	<u>115.283,12</u>	<u>15.819.481,68</u>
<b>III. Finanzanlagen</b>					
1. Anteile an verbundenen Unternehmen	37.056.602,13	448.624,79	0,00	0,00	37.505.226,92
2. Ausleihungen an verbundene Unternehmen	478.192,57	0,00	0,00	0,00	478.192,57
3. Beteiligungen	249.999,96	0,00	0,00	0,00	249.999,96
	<u>37.784.794,66</u>	<u>448.624,79</u>	<u>0,00</u>	<u>0,00</u>	<u>38.233.419,45</u>
	<u>68.564.598,56</u>	<u>5.129.947,56</u>	<u>0,00</u>	<u>115.283,12</u>	<u>73.579.263,00</u>

<u>kumulierte Abschreibungen</u>				<u>Buchwerte</u>	
<u>01.01.2014</u>	<u>Zugänge</u>	<u>Abgänge</u>	<u>31.12.2014</u>	<u>31.12.2013</u>	<u>31.12.2014</u>
<u>Euro</u>	<u>Euro</u>	<u>Euro</u>	<u>Euro</u>	<u>Euro</u>	<u>Euro</u>
12.648.256,04	2.125.558,61	0,00	14.773.814,65	3.509.689,03	4.697.547,22
0,00	0,00	0,00	0,00	255.669,87	55.000,00
<u>12.648.256,04</u>	<u>2.125.558,61</u>	<u>0,00</u>	<u>14.773.814,65</u>	<u>3.765.358,90</u>	<u>4.752.547,22</u>
8.871.103,38	2.697.605,59	99.415,11	11.469.293,86	5.495.085,58	4.350.187,82
<u>8.871.103,38</u>	<u>2.697.605,59</u>	<u>99.415,11</u>	<u>11.469.293,86</u>	<u>5.495.085,58</u>	<u>4.350.187,82</u>
20.276.015,10	8.570.013,28	0,00	28.846.028,38	16.780.587,03	8.659.198,54
478.192,57	0,00	0,00	478.192,57	0,00	0,00
199.999,00	0,00	0,00	199.999,00	50.000,96	50.000,96
<u>20.954.206,67</u>	<u>8.570.013,28</u>	<u>0,00</u>	<u>29.524.219,95</u>	<u>16.830.587,99</u>	<u>8.709.199,50</u>
<u>42.473.566,09</u>	<u>13.393.177,48</u>	<u>99.415,11</u>	<u>55.767.328,46</u>	<u>26.091.032,47</u>	<u>17.811.934,54</u>



**Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers**

Wir haben den Jahresabschluss - bestehend aus Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung sowie Anhang - unter Einbeziehung der Buchführung und den Lagebericht der XING AG, Hamburg, für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember 2014 geprüft. Die Buchführung und die Aufstellung von Jahresabschluss und Lagebericht nach den deutschen handelsrechtlichen Vorschriften liegen in der Verantwortung des Vorstands der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über den Jahresabschluss unter Einbeziehung der Buchführung und über den Lagebericht abzugeben.

Wir haben unsere Jahresabschlussprüfung 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 Jahresabschluss unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung und durch den Lagebericht 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 der Gesellschaft sowie die Erwartungen über mögliche Fehler berücksichtigt. Im Rahmen der Prüfung werden die Wirksamkeit des rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystems sowie Nachweise für die Angaben in Buchführung, Jahresabschluss und Lagebericht überwiegend auf der Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung umfasst die Beurteilung der angewandten Bilanzierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen des Vorstands sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Jahresabschlusses und des Lageberichts. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Unsere Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt.



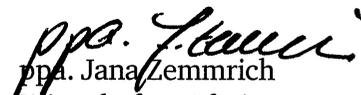
Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse entspricht der Jahresabschluss den gesetzlichen Vorschriften und vermittelt unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft. Der Lagebericht steht in Einklang mit dem Jahresabschluss, vermittelt insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage der Gesellschaft und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar.

Hamburg, den 24. März 2015

PricewaterhouseCoopers  
Aktiengesellschaft  
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft



Matthias Kirschke  
Wirtschaftsprüfer



ppa. Jana Lemmrich  
Wirtschaftsprüferin









20000001783930