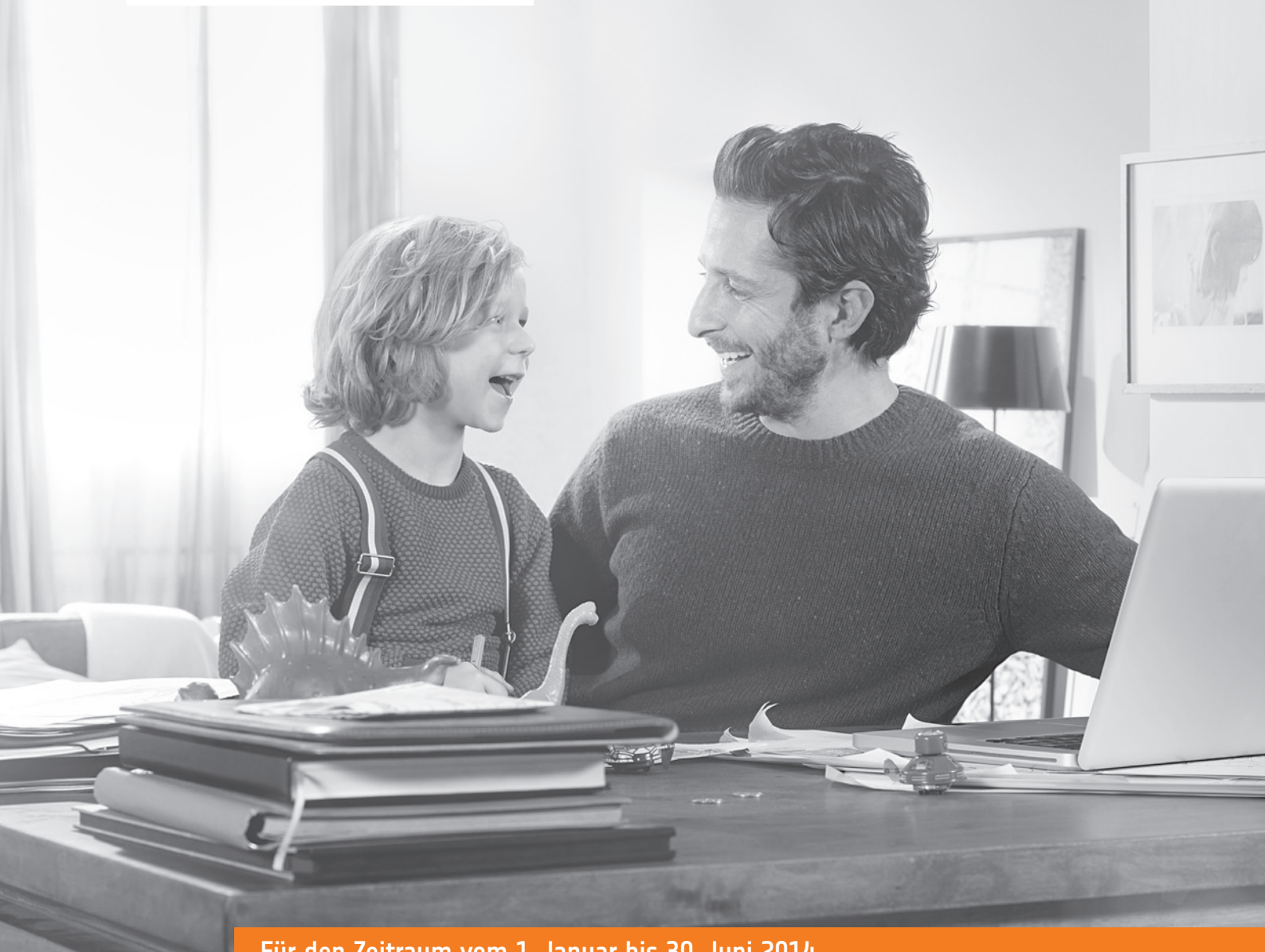


**XING** 



Für den Zeitraum vom 1. Januar bis 30. Juni 2014

# Halbjahresbericht

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

# Kennzahlen

|   | Einheit   | HJ 2014 | HJ 2013 | Q2 2014 | Q2 2013 | Q1 2014 |
|---|-----------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Umsatz <sup>1</sup>   | in Mio. € | 47,14   | 40,48   | 24,38   | 20,89   | 22,76   |
| Segment Network/Premium   | in Mio. € | 28,93   | 26,55   | 15,02   | 13,62   | 13,91   |
| Segment E-Recruiting  | in Mio. € | 14,54   | 10,87   | 7,54    | 5,62    | 7,00    |
| Segment Events  | in Mio. € | 2,80    | 2,43    | 1,36    | 1,36    | 1,44    |
| EBITDA reported   | in Mio. € | 10,54   | 11,16   | 6,53    | 5,86    | 4,01    |
| EBITDA exkl. kununu-Earn-Out <sup>2</sup>                         | in Mio. € | 11,53   | 11,16   | 7,02    | 5,86    | 4,50    |
| EBITDA-Marge reported   | in %      | 22      | 28      | 27      | 28      | 18      |
| EBITDA-Marge exkl. kununu-Earn-Out <sup>2</sup>                   | in %      | 24      | 28      | 29      | 28      | 20      |
| Periodenergebnis reported   | in Mio. € | 3,81    | 4,69    | 2,77    | 2,70    | 1,04    |
| Periodenergebnis exkl. kununu-Earn-Out <sup>2</sup>               | in Mio. € | 4,80    | 4,69    | 3,26    | 2,70    | 1,54    |
| Ergebnis je Aktie (verwässert) reported                           | in €      | 0,68    | 0,84    | 0,49    | 0,48    | 0,19    |
| Ergebnis je Aktie (verwässert) exkl. kununu-Earn-Out <sup>2</sup> | in €      | 0,86    | 0,84    | 0,58    | 0,48    | 0,28    |
| Operativer Cashflow   | in Mio. € | 13,99   | 13,35   | 6,38    | 6,95    | 7,61    |
| Eigenkapital  | in Mio. € | 41,02   | 55,14   | 41,02   | 55,14   | 61,64   |
| Liquide Mittel  | in Mio. € | 50,91   | 60,67   | 50,91   | 60,67   | 71,49   |
| XING-Nutzer gesamt (D-A-CH)                                       | in Mio.   | 7,57    | N.A.    | 7,57    | N.A.    | 7,25    |
| davon Plattform-Mitglieder  | in Mio.   | 7,39    | 6,51    | 7,39    | 6,51    | 7,17    |
| davon zahlende Mitglieder   | in Tsd.   | 829     | 801     | 829     | 801     | 823     |
| davon XING-Events Nutzer  | in Tsd.   | 183     | N.A.    | 183     | N.A.    | 81      |
| B2B-Kunden (D-A-CH)   |           |         |         |         |         |         |
| im Segment E-Recruiting   | in Tsd.   | 14,75   | 15,24   | 14,75   | 15,24   | 16,16   |
| im Segment Events   | in Tsd.   | 2,40    | 1,99    | 2,40    | 1,99    | 2,40    |
| Mitarbeiter   |           | 626     | 552     | 626     | 552     | 595     |

1 Gesamtumsatz inklusive sonstiger betrieblicher Erträge.

2 Durch Änderungen der IFRS-Richtlinien zur Bilanzierung von Kaufpreisverpflichtungen aus Earn-Outs bei Unternehmenskäufen sind diese seit 2013 nicht mehr als Bestandteil des Unternehmenskaufpreises, sondern als Personalaufwand zu erfassen. Bei XING betrifft diese Änderung die Earn-Out-Verpflichtung für die kununu-Transaktion. Rund 1,5 Mio. € wurden daher bereits in Q4 2013 für das Gesamtjahr 2013 als Personalaufwand erfasst. Weitere rund 0,5 Mio. € sind jeweils in Q1 sowie in Q2 2014 im Personalaufwand erfasst worden. Dieser Personalaufwand ist nicht operativ und hat keine Auswirkungen auf den operativen Cashflow. Er belastet entsprechend der vertraglich vereinbarten Earn-Out-Periode ausschließlich die Ergebnisse der Geschäftsjahre 2013 sowie 2014 (Q1 bis Q4). Die XING AG weist in ihren Berichten auch die um diesen Effekt eliminierten Kennzahlen aus, um eine sachgerechte Interpretation der operativen Geschäftsentwicklung anhand von EBITDA, Periodenergebnis und anderen Ergebniskennzahlen zu ermöglichen.

# Unternehmensporträt

---

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

## Inhalt

---

### 01.

#### An unsere Aktionäre

- 02 An unsere Aktionäre
- 03 Vorwort des Vorstandsvorsitzenden
- 06 Die XING-Aktie

### 03.

#### Service

- U3 Finanztermine, Impressum und Kontakt

### 02.

#### Finanzinformationen

- 08 Konzern-Zwischen-Lagebericht
- 20 Konzern-Zwischen-Abschluss
- 21 Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung
- 21 Verkürzte Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung  
exkl. kununu-Earn-Out
- 22 Konzern-Gesamtergebnisrechnung
- 22 Konzern-Gesamtergebnisrechnung  
exkl. kununu-Earn-Out
- 23 Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung
- 24 Konzern-Bilanz
- 26 Konzern-Kapitalflussrechnung
- 28 Erläuterungen zum Konzern-Zwischenabschluss
- 28 Informationen zu Gesellschaft und Konzern
- 28 Grundlagen der Abschlusserstellung sowie Bilanzierungs-  
und Bewertungsmethoden
- 30 Eigene Aktien
- 30 Dividendenzahlung
- 30 Zusammensetzung der sonstigen betrieblichen Aufwendungen
- 31 Segmentberichterstattung
- 32 Nahestehende Unternehmen und Personen
- 32 Wesentliche Ereignisse nach der Zwischenberichtsperiode
- 33 Versicherung der gesetzlichen Vertreter

# 01.

# AN UNSERE AKTIONÄRE

- 
- 03 Vorwort des Vorstandsvorsitzenden
  - 06 Die XING-Aktie

# Vorwort des Vorstandsvorsitzenden



Dr. Thomas Vollmoeller,  
Vorstandsvorsitzender der XING AG

## SEHR GEEHRTE DAMEN UND HERREN,

die Welt der Arbeit verändert sich dramatisch. Nach Ansicht vieler Experten erleben wir die tiefgreifendsten Umbrüche seit der Industriellen Revolution.

Im Wesentlichen sind drei Treiber dieser Entwicklung auszumachen: Da ist zum einen die Digitalisierung, die praktisch sämtliche Industrien erfasst. Was digitalisiert werden kann, wird auch digitalisiert. Das hat Auswirkungen auf Arbeitsprozesse und Arbeitsteilung - bietet dem Wissensarbeiter aber auch die Möglichkeit, seine Arbeit von überall zu erledigen.

Zweiter Treiber ist die demografische Entwicklung und in der Folge der Fachkräftemangel, den die Unternehmen im deutschsprachigen Raum immer stärker spüren. Diese Entwicklung führt zu neuen Möglichkeiten und Freiheiten unserer Klientel, der Wissensarbeiter und Fachkräfte, die für die Wirtschaft eine immer gefragtere Bevölkerungsgruppe darstellen.

Dritter Veränderungstreiber ist der Wertewandel, der seinen Ausgangspunkt nach Ansicht vieler Beobachter in der anspruchsvollen Haltung der sogenannten „Generation Y“ hat. Ein zentraler Aspekt ist hier der Anspruch, dass die Arbeit zum Leben zu passen hat, nicht umgekehrt.

Die Arbeitswelt ist unsere Welt. Wir bei XING können Arbeit. Wir haben beigetragen zu einigen der Veränderungen, die heute auf breiter Front zu sehen sind. Wir haben das sprichwörtliche Vitamin B demokratisiert und Menschen ein Netzwerk zur Verfügung gestellt, das ihnen hilft, ihren Arbeitsalltag zu optimieren. Wir haben ihnen ein „Netz“ gegeben, das sie auffängt, wenn sie das brauchen. Dass sich die Arbeitswelt verändert, erleben wir jeden Tag, da wir uns gleichsam im Epizentrum der Veränderungen befinden. Dieser Megatrend bildet die Basis unserer neuen Positionierung und neuer strategischer Ausrichtung, die ich an dieser Stelle bereits zuvor beschrieben habe.

An dieser Stelle nur so viel: Unsere Mission lautet „Enable Professionals to grow“ und leitet sich aus unserer Vision „For a better working life“ ab. Die Möglichkeiten der Wissensarbeiter, zu wachsen und ihr Berufsleben nach ihrer Fassung zu gestalten, sind wahrscheinlich so günstig wie nie zuvor. Wir unterstützen sie dabei und bieten ihnen Dienstleistungen und Anregungen für ihre Berufs- und damit Lebensgestaltung.

Dass wir das ernst meinen, haben wir gerade in den vergangenen Monaten mit einer Vielzahl von Initiativen und Produkten unter Beweis gestellt. Dass wir uns damit am Puls der Zeit befinden, zeigt die Tatsache, dass unsere strategische Weiterentwicklung bereits nach vergleichsweise kurzer Zeit sehr gute Früchte trägt.

So konnten wir unsere Umsatzerlöse um 16 Prozent auf 47,1 Mio. € in den ersten sechs Monaten signifikant steigern. Größter Wachstumstreiber auch im ersten Halbjahr ist das Segment E-Recruiting mit weiter ungebremstem Wachstum. Hier kletterten die Umsatzerlöse um 34 Prozent auf 14,5 Mio. €. Aber auch im Kerngeschäft Network/Premium können wir seit durchgeführter Produktverbesserung eine stetige Beschleunigung des Umsatzwachstums beobachten. Nachdem das Kerngeschäft in der ersten Jahreshälfte 2013 nur noch mit fünf Prozent wuchs, liegt der Wert für die ersten sechs Monate des laufenden Geschäftsjahres bereits wieder bei neun Prozent.

Auch bei der Profitabilität konnten wir nach der im ersten Quartal durchgeführten TV-Kampagne – die unser Quartalsergebnis belastete – im zweiten Quartal wieder an die guten Ergebnisse der Vorquartale anknüpfen. So lag das EBITDA ohne den nicht operativen Aufwand für die kununu-Earn-Out-Verpflichtungen im ersten Halbjahr bei 11,5 Mio. € nach 11,2 Mio. € im Vorjahreszeitraum. Unterm Strich, also nach Abzug von Abschreibungen und Steuern, verbleibt damit ein Halbjahresgewinn exkl. nicht operativen Aufwands für die kununu-Earn-Out-Verpflichtungen in Höhe von 4,8 Mio. €.

Diese Kennzahlen sind das Ergebnis einer Vielzahl von Produktangeboten und -erweiterungen, die wir in den vergangenen Monaten auf Basis unserer strategischen Weiterentwicklung an den Markt gebracht haben. Ein Beispiel ist FutureMe.

So hat XING mit dem Launch von FutureMe Ende des zweiten Quartals ein völlig neuartiges Produkt vorgestellt, mit dem XING-Mitglieder sich ausgehend von ihrer individuellen Jobsituation beruflich orientieren und bei der Suche nach neuen Jobmöglichkeiten inspirieren lassen können. Basierend auf den Angaben von XING-Mitgliedern zeigt FutureMe die typischen Qualifikationen und Karrierepfade für die unterschiedlichsten Berufe auf.

Des Weiteren schreitet die Integration von kununu, dem größten Arbeitgeberbewertungsportal des deutschsprachigen Raums, immer weiter voran. Kununu macht XING-Mitgliedern transparent, wie etwa Vorgesetztenverhalten, Kollegenzusammenhalt und Arbeitsatmosphäre in Unternehmen sind.

Infolge der Repositionierung bietet XING zudem eine Jobsuche an, bei der nicht nur nach klassischen Kriterien wie Gehalt und Position gesucht werden kann, sondern auch etwa nach „Kinderbetreuung“, „Homeoffice“ oder sogar „Hunde geduldet“.

Zusätzlich hat das Unternehmen mit „XING spielraum“ (<https://spielraum.xing.com/>) ein Themen-Portal gestartet, auf dem neben Reportagen und Fachexperten-Interviews auch aktuelle Studien, Zahlen und Fakten sowie Tipps und Best Practices rund um das Thema „New Work“ zu finden sind.

All das hat dazu beigetragen, dass ich Ihnen berichten kann: XING ist weiter voll auf Wachstumskurs. Wir sind hervorragend positioniert, die strategischen Weichenstellungen, die wir vorgenommen haben, liefern erfreuliche Ergebnisse.

Mit einem herzlichen Dank für Ihr Vertrauen verbleibe ich mit besten Grüßen als

Ihr  
Dr. Thomas Vollmoeller  
CEO XING AG

Hamburg, den 6. August 2014

# Die XING-Aktie

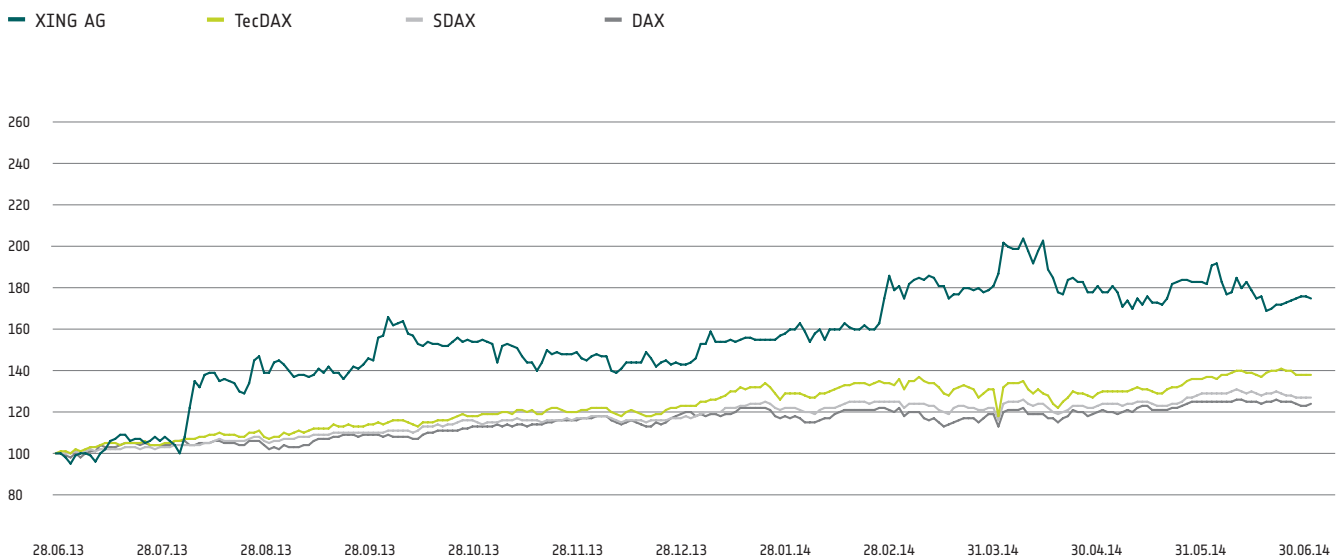
## Stammdaten zur XING-Aktie

|                             |                |
|-----------------------------|----------------|
| Aktienanzahl per 30.06.2014 | 5.592.137      |
| Grundkapital in €           | 5.592.137      |
| Aktienart                   | Namensaktien   |
| Börsengang                  | 07.12.2006     |
| ISIN                        | DE000XNG8888   |
| Bloomberg                   | O1BC           |
| Reuters                     | OBCGn.DE       |
| Transparenzlevel            | Prime Standard |
| Index                       | TecDAX         |
| Sektor                      | Software       |

## Kennzahlen zur XING-Aktie auf einen Blick

|   | HJ 2014  | HJ 2013 |
|---|----------|---------|
| XETRA-Schlusskurs am Ende der Periode                   | 90,50 €  | 51,81 € |
| Höchstkurs  | 105,85 € | 57,14 € |
| Tiefstkurs  | 75,78 €  | 38,00 € |
| Marktkapitalisierung am Periodenende in Mio. €          | 506,1    | 289,1   |
| Durchschnittliches Handelsvolumen je Handelstag (XETRA) | 8.398    | 8.483   |
| Rang TecDAX   |          |         |
| nach Handelsumsatz                                      | 28       | 32      |
| nach Free-Float-Marktkapitalisierung                    | 29       | 32      |
| Ergebnis je Aktie (verwässert) exkl. kununu-Earn-Out    | 0,86 €   | 0,84 €  |

## Aktienkursverlauf im Vergleich zu den Indizes vom 28.06.2013 bis 30.06.2014 (indexiert)

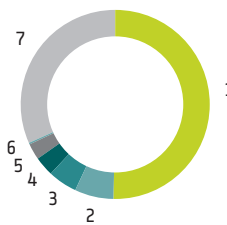




### Analystenbewertung für die XING-Aktie

| Broker                 | Analyst         | Empfehlung | Kursziel |
|------------------------|-----------------|------------|----------|
| Berenberg Bank         | Sarah Simon     | Halten     | 96 €     |
| Commerzbank            | Heike Pauls     | Kaufen     | 120 €    |
| Close Brothers Seydler | Marcus Silbe    | Kaufen     | 140 €    |
| Deutsche Bank          | Benjamin Kohnke | Kaufen     | 110 €    |
| Goldman Sachs          | Carl Hazely     | Kaufen     | 130 €    |
| Hauck & Aufhäuser      | Sascha Berresch | Verkaufen  | 60 €     |
| J.P. Morgan Cazenove   | Mark O'Donnell  | Halten     | 74 €     |
| Jefferies              | David Reynolds  | Halten     | 110 €    |
| Montega                | Alexander Braun | Verkaufen  | 60 €     |
| Warburg Research       | Jochen Reichert | Verkaufen  | 90 €     |

### Aktionärsstruktur



|  |         |
|--|---------|
| 1 – Burda Digital GmbH                 | 50,51 % |
| 2 – Deutsche Asset & Wealth Management | 6,66 %  |
| 3 – Union Investment                   | 5,00 %  |
| 4 – Oppenheimer                        | 3,12 %  |
| 5 – Schroders                          | 3,01 %  |
| 6 – Eigene Aktien                      | 0,22 %  |
| 7 – Weitere Aktionäre                  | 31,48 % |

# 02.

## KONZERN-ZWISCHEN- LAGEBERICHT

für das erste Halbjahr vom 1. Januar bis 30. Juni 2014

---

### 09 **Geschäftsverlauf**

- 09 Gesamtwirtschaftliche Rahmenbedingungen
- 09 Branchenspezifische Rahmenbedingungen
- 10 Ertragslage im Konzern
- 11 Entwicklung im Segment „Network/Premium“
- 14 Entwicklung im Segment „E-Recruiting“
- 15 Entwicklung im Segment „Events“
- 17 Vermögenslage
- 17 Finanzlage
- 18 Risikobericht
- 18 Prognose- und Chancenbericht

# Geschäftsverlauf

## Gesamtwirtschaftliche Rahmenbedingungen

Die gesamtwirtschaftlichen und konjunkturellen Rahmenbedingungen sind in Deutschland, Österreich und der Schweiz grundsätzlich positiv. Die deutsche Wirtschaft ist im ersten Quartal des Jahres 2014 mit 0,8 Prozent so kräftig wie seit drei Jahren nicht mehr gewachsen. Gestützt wurde das Wachstum vor allem von der Binnenkonjunktur. Hierbei profitierte vor allem die Bauwirtschaft vom äußerst milden Winter. Aber auch der private Konsum entwickelte sich aufgrund von steigenden Realeinkommen weiterhin positiv. Der Außenbeitrag lieferte hingegen einen negativen Wachstumsbeitrag; denn die Importe stiegen weitaus kräftiger als die Exporte.

Laut Prognosen der führenden Wirtschaftsforschungsinstitute und der Deutschen Bundesbank wird die deutsche Wirtschaft im Jahr 2014 um rund 2 Prozent wachsen. Die Wirtschaft in Österreich befindet sich seit Ende letzten Jahres wieder auf ihrem Wachstumspfad, wies zu Beginn des Jahres 2014 allerdings etwas geringere Wachstumsraten auf. Dennoch rechnet das Österreichische Institut für Wirtschaftsforschung (WIFO) insgesamt mit einem Wachstum von 1,4 Prozent für dieses Jahr. Der Konjunkturaufschwung in der Schweiz konnte sich im ersten Quartal weiter festigen, so dass für 2014 ein Wachstum von 2,0 Prozent zu erwarten ist (SECO). Insgesamt profitieren die Länder von einer wieder robusteren Weltwirtschaft und einer weiter zunehmenden Stabilisierung der Eurokrise.

## Branchenspezifische Rahmenbedingungen

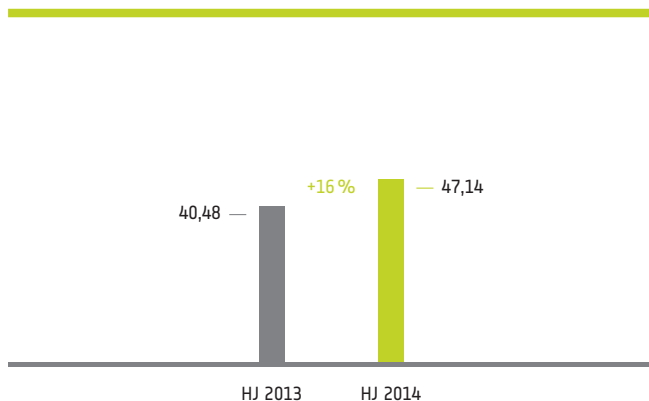
Die Einführung des Mindestlohnes und der abschlagsfreien Rente mit 63 Jahren wird die Entwicklung auf dem deutschen Arbeitsmarkt zwar dämpfen, sie bleibt aber positiv. So ist die Zahl der Arbeitslosen seit Jahresbeginn gesunken, und auch die Zahl der Beschäftigten ist auf rund 42 Mio. Erwerbstätige weiter gewachsen. Zuletzt waren 2,9 Mio. Menschen in Deutschland arbeitslos. In Österreich lag die Arbeitslosenquote im Juni nach Angaben des Arbeitsmarktservice Österreich (AMS) bei 7,4 Prozent und somit um 0,9 Prozentpunkte höher als noch im Vorjahr. Die Situation auf dem schweizerischen Arbeitsmarkt verbesserte sich im bisherigen Jahresverlauf. Die Arbeitslosenquote sank im Verlauf des Halbjahres von anfangs 3,5 Prozent auf 2,9 Prozent im Juni (SECO).

Insgesamt zeigen sich zwischen den Arbeitsmärkten in der D-A-CH-Region (Deutschland, Österreich, Schweiz) starke regionale Disparitäten. In einigen Gebieten herrscht noch immer hohe Arbeitslosigkeit, in anderen herrscht Mangel an Arbeitskräften, insbesondere an Fachkräften. Als Folge der großen Disparitäten in den europäischen Arbeitsmärkten hat sich die Mobilität von Arbeitskräften deutlich erhöht, das gilt im Moment insbesondere für die Zuwanderung von Fachkräften und jungen Absolventen aus den Krisenländern nach Deutschland, Österreich und der Schweiz. Damit gewinnt das Internet als Informationsquelle für die Arbeitsmarktsituation immer stärker an Bedeutung.

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

## Ertragslage im Konzern

### Umsatz (inkl. sonstiger betrieblicher Erträge) (in Mio. €)



Im Zeitraum von Januar bis Juni 2014 hat sich der Umsatz weiter positiv entwickelt. So stieg der Umsatz aus Dienstleistungen in den ersten sechs Monaten um 16 Prozent auf insgesamt 46,27 Mio. € an (HJ 2013: 39,86 Mio. €). Der Gesamtumsatz (inkl. sonstiger betrieblicher Erträge) betrug im ersten Halbjahr 47,14 Mio. € gegenüber 40,48 Mio. € im Vorjahreszeitraum. Das bedeutet einen Zuwachs von 6,66 Mio. € gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Mehr als die Hälfte des Wachstums ist allein auf die anhaltend positive Dynamik des Segments E-Recruiting zurückzuführen. So konnten die Erlöse in diesem Bereich gegenüber dem Vorjahreszeitraum allein um 3,65 Mio. € gesteigert werden. Aber auch die Revitalisierung des Kerngeschäfts Network/Premium hat mit 2,38 Mio. € wieder deutlich stärker zum Umsatzwachstum der XING AG beigetragen.

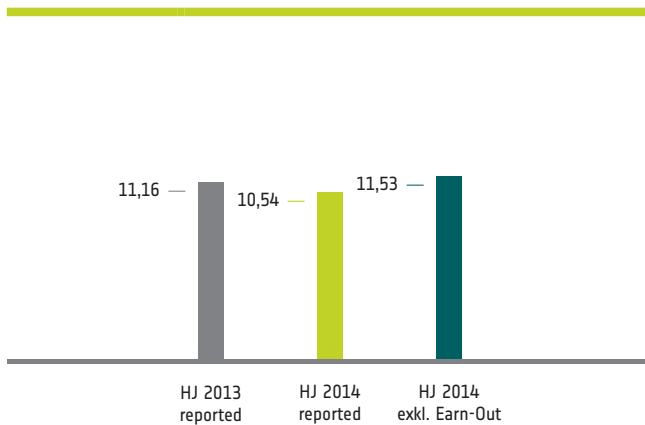
Auf der Kostenseite ist in der ersten Jahreshälfte insbesondere der im ersten Quartal erhöhte Marketingaufwand aufgrund der TV-Kampagne zur Kommunikation der neuen Positionierung „For a better working life“ bzw. „Für alle, die arbeiten und leben“ hervorzuheben. So stiegen die Marketingaufwendungen gegenüber dem ersten Halbjahr 2013 um 2,86 Mio. € auf 5,38 Mio. € an.

Beim Personalaufwand liegen wir mit 20,58 Mio. € deutlich über dem Vorjahreswert von 17,40 Mio. €. Hierbei ist zu beachten, dass im ersten Halbjahr 2014 ein Aufwand in Höhe von insgesamt etwa 0,99 Mio. € aufgrund der kununu-Earn-Out-Verpflichtung im Personalaufwand zu erfassen ist. Ohne Berücksichtigung dieser nicht operativen Earn-Out-Verpflichtung beträgt der Personalaufwand damit in den ersten sechs Monaten 19,60 Mio. €. Damit liegt die Personalaufwandsquote im ersten Halbjahr 2014 bei 42 Prozent gegenüber 43 Prozent im Vorjahreszeitraum.

Bei der dritten Aufwandsposition, den sonstigen betrieblichen Aufwendungen, ist ein Anstieg von 9,40 Mio. € im ersten Halbjahr 2013 auf 10,64 Mio. € im Berichtszeitraum verbucht worden. Damit ist die Aufwandsquote von 23 Prozent am Umsatz unverändert.

In der Folge beträgt das operative Ergebnis (EBITDA) des XING-Konzerns im ersten Halbjahr ohne die nicht operative kununu-Earn-Out-Verpflichtung 11,53 Mio. € gegenüber 11,16 Mio. € im Vorjahreszeitraum. Dies ist ein leichter Anstieg von 3 Prozent – jedoch insbesondere vor dem Hintergrund der im ersten Quartal angefallenen Marketingaufwendungen für die TV-Kampagne eine positive Entwicklung. Die EBITDA-Marge ohne die nicht operative kununu-Earn-Out-Verpflichtung beträgt damit im ersten Halbjahr 24 Prozent. Im zweiten Quartal konnte sie bereits wieder auf 29 Prozent ausgebaut werden und wurde lediglich durch die TV-Kampagne in den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres negativ beeinflusst.

## EBITDA (in Mio. €)<sup>1</sup>



<sup>1</sup> Durch Änderungen der IFRS-Richtlinien zur Bilanzierung von Kaufpreisverpflichtungen aus Earn-Outs bei Unternehmenskäufen sind diese seit 2013 nicht mehr als Bestandteil des Unternehmenskaufpreises, sondern als Personalaufwand zu erfassen. Bei XING betrifft diese Änderung die Earn-Out-Verpflichtung für die kununu-Transaktion. Rund 1,5 Mio. € wurden daher bereits in Q4 2013 für das Gesamtjahr 2013 als Personalaufwand erfasst. Weitere rund 0,5 Mio. € sind jeweils in Q1 sowie in Q2 2014 im Personalaufwand erfasst worden. Dieser Personalaufwand ist nicht operativ und hat keine Auswirkungen auf den operativen Cashflow. Er belastet entsprechend der vertraglich vereinbarten Earn-Out-Periode ausschließlich die Ergebnisse der Geschäftsjahre 2013 sowie 2014 (Q1 bis Q4). Die XING AG weist in ihren Berichten auch die um diesen Effekt eliminierten Kennzahlen aus, um eine sachgerechte Interpretation der operativen Geschäftsentwicklung anhand von EBITDA, Periodenergebnis und anderen Ergebniskennzahlen zu ermöglichen.

Die planmäßigen Abschreibungen im ersten Halbjahr 2014 in Höhe von 4,42 Mio. € (HJ 2013: 4,21 Mio. €) beinhalten rund 0,56 Mio. € Abschreibungen für die im Rahmen der Kaufpreisallokation identifizierten Vermögenswerte der akquirierten Gesellschaften XING Events GmbH sowie kununu GmbH. Darüber hinaus betragen die außerplanmäßigen Abschreibungen im ersten Halbjahr 2014 0,41 Mio. € (HJ 2013: 0,0 Mio. €).

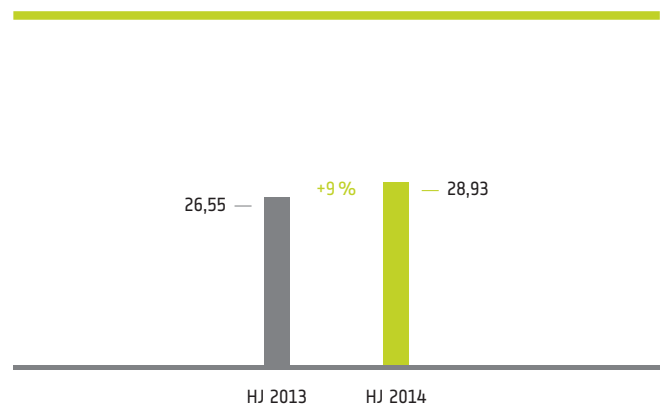
Somit haben wir ein EBIT – ohne die nicht operative kununu-Earn-Out-Verpflichtung – in Höhe von 7,11 Mio. € im ersten Halbjahr 2014 erzielt (HJ 2013: 6,96 Mio. €). Nach Abzug von Steuern in Höhe von 2,32 Mio. € beträgt der Konzernüberschuss ohne die nicht operative kununu-Earn-Out-Verpflichtung im ersten Halbjahr 4,80 Mio. € nach 4,69 Mio. € im Vorjahreszeitraum. Das Ergebnis je Aktie ohne die nicht operative kununu-Earn-Out-Verpflichtung beträgt 0,86 € für die ersten sechs Monate des laufenden Geschäftsjahres.

## Entwicklung im Segment „Network/Premium“

Im Kerngeschäft mit der kostenpflichtigen Premium-Mitgliedschaft haben wir die Ende 2013 gestartete Repositionierung der XING AG auch im ersten Halbjahr weiter vorangetrieben. Mit dem Launch zahlreicher Partnerschaften und der Erweiterung des Produktangebots für Premium-Mitglieder durch Kooperationspartner wie REWE, Tchibo, SIXT, Die Welt Online, HRS, Design Offices, Fitness First, Lecturio und Blinkist haben wir die bestehende Online-Mitgliedschaft mit Services bzw. Angeboten aufgewertet, die auch über die klassischen Bürozeiten hinaus nützliche und relevante Mehrwerte für unsere Mitglieder bieten.

### UMSATZWACHSTUM IM KERNGESCHÄFT WEITER BESCHLEUNIGT

#### Umsatz „Network/Premium“ (in Mio. €)



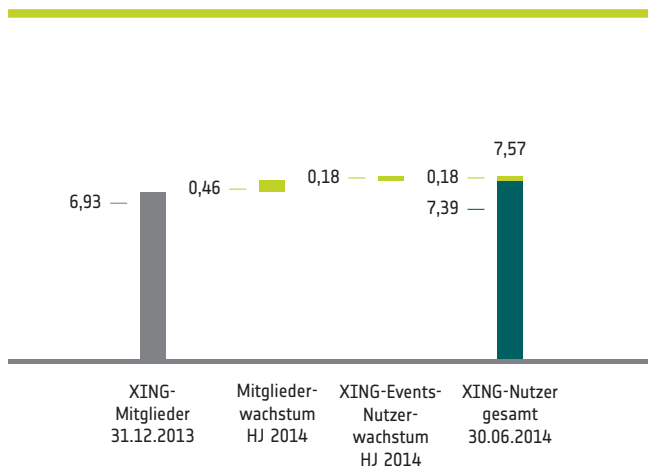
Eine der wichtigen Zielsetzungen Ende letzten Jahres war, das Umsatzwachstum im Kerngeschäft nach zuletzt rückläufigen Wachstumsraten bis auf 4 Prozent (in Q1 2013) wieder deutlich zu beschleunigen.

Mit den neuen verbesserten Angeboten und der konsequenten Repositionierung der Marke XING konnten wir im ersten Halbjahr wichtige Meilensteine bei der Wiederbeschleunigung des Wachstums erreichen. So haben wir die Wachstumsrate im ersten Quartal auf 8 Prozent gesteigert und im zweiten Quartal eine weitere Beschleunigung auf sogar 11 Prozent erreicht. Das Umsatzwachstum konnte zum einen durch einen Anstieg bei zahlenden Mitgliedern (HJ 2014: +21.932 vs. HJ 2013: +18.032) und zum anderen durch einen Anstieg beim durchschnittlichen Umsatz je Kunde (ARPU) erreicht werden. Der Teilbereich Display-Advertising konnte hierzu ebenfalls etwa einen Prozentpunkt zum Wachstum in diesem Segment beitragen.

#### MITGLIEDERWACHSTUM

Neben dem beschleunigten Wachstum bei zahlenden Mitgliedern hat sich auch die Gesamtnutzerbasis der XING-Produkte im ersten Halbjahr sehr positiv entwickelt.

#### Mitglieder- und Nutzerwachstum HJ 2014 in D-A-CH (in Mio.)



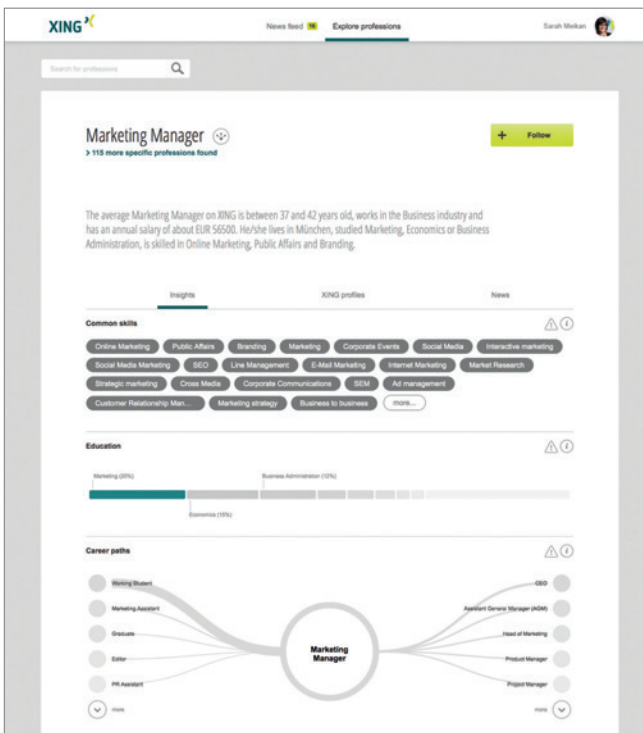
Nach 242.000 neuen Plattform-Mitgliedern und weiteren 81.000 XING-Events-Nutzern im ersten Quartal haben wir im zweiten Quartal insgesamt 215.000 neue Plattform-Mitglieder und weitere 102.000 XING-Events-Nutzer gewinnen können. Damit haben wir allein bei Plattform-Mitgliedern das stärkste Halbjahreswachstum der vergangenen sechs Jahre erzielt. Addiert man die insgesamt 183.000 XING-Events-Nutzer aus den ersten sechs Monaten hinzu, beträgt die Gesamtnutzerbasis der XING AG Ende Juni 7,57 Millionen.

#### PRODUKTNEUHEITEN ENTLANG DER POSITIONIERUNG „FOR A BETTER WORKING LIFE“

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. So haben wir mit den Launches von FutureMe und dem Internetportal <https://spielraum.xing.com/> unter dem Motto „Besser leben, anders arbeiten“ im ersten Halbjahr neue Angebote etabliert. Darüber hinaus haben wir mit der Akquisition von Lebenslauf.com unser Angebot der professionellen Visualisierung und bestmöglichen Darstellung des eigenen Lebenslaufs durch die Integration im zweiten Quartal 2014 vollzogen.

#### FutureMe – Berufliche Inspiration finden. Perspektiven entdecken. Weiterkommen.

Welche beruflichen Möglichkeiten bieten sich mir noch? Welche Karrierepfade führen zu einem Berufsbild, für das ich mich interessiere? Mit diesen Fragen und mehr befasst sich die neue Produktinnovation „FutureMe“. FutureMe dient der beruflichen Orientierung und inspiriert auf der Suche nach neuen Jobmöglichkeiten. 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.



Mit FutureMe berufliche Inspiration erhalten.

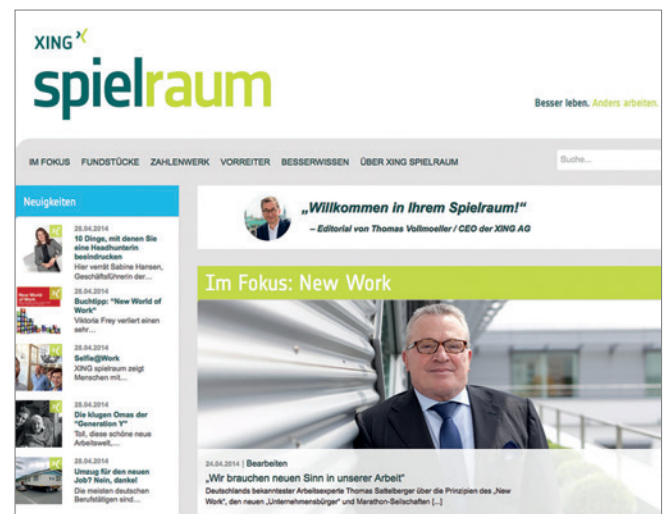
Welche Ausbildungsgänge vor dem Beruf absolviert werden und wie die Gehaltsspanne aussieht ist ebenso Teil eines FutureMe-Jobprofils wie die Orte, in denen der besagte Beruf am häufigsten ausgeübt wird. Wer also neugierig ist, wie die nächste berufliche Station von jemandem aussieht, der zuvor eine ähnliche Position ausgeübt hat wie man selbst, wird hier fündig werden.

Jemand möchte eine ganz andere berufliche Laufbahn anstreben? Auch hier kann FutureMe interessant sein. Welche Position hat derjenige vorher ausgeübt? Welche Qualifikationen brauche ich für diesen Beruf? Nutzer können verfolgen, wie andere XING-Mitglieder es geschafft haben, eine bestimmte Position zu erreichen.

Jedes XING-Mitglied kann FutureMe kostenlos nutzen. Hierzu einfach das neue Produkt über die XING Beta Labs starten.

### XING spielraum – das Themen-Portal für die neue Arbeitswelt

Nur etwa sechs 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 Themen-Portal 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“.



XING spielraum gibt's jetzt auch digital.

Warum das Ganze? Derzeit befinden wir uns in der radikalsten Umwälzung der Arbeitswelt seit der industriellen Revolution. Stichwort „Elterngeneration“: Menschen, die tagein, tagaus über mehrere Jahrzehnte – wenn nicht gar das ganze Leben lang – beim selben Arbeitgeber gearbeitet haben, um ihren Lebensunterhalt zu verdienen. Persönliche Zufriedenheit war in vielen Fällen zweitrangig, Hauptsache Job. Feierabend hieß: abschalten, vergessen.

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.

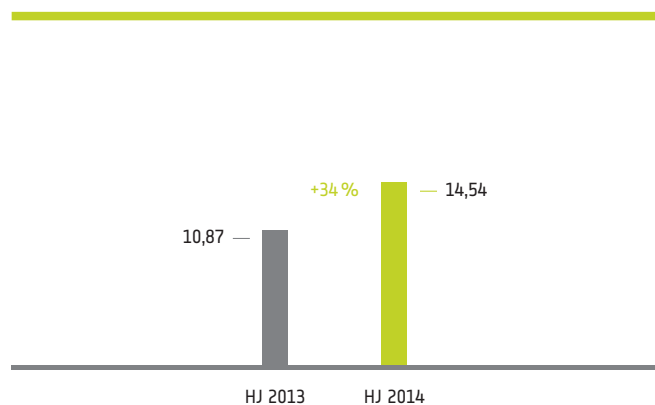
#### Lebenslauf.com wird ein Service von XING

Im Mai 2014 haben wir das Portal [www.lebenslauf.com](http://www.lebenslauf.com) übernommen. Der Service ermöglicht es Jobsuchenden, im Handumdrehen einen PDF-Lebenslauf zu erstellen. Nachdem der Service seit Anbindung der XING-Entwicklerschnittstelle vor fast anderthalb Jahren und durch die Importfunktion der XING-Profildaten bereits zum Geheimtipp unter XING-Mitgliedern geworden ist, freuen wir uns umso mehr, Lebenslauf.com zukünftig gemeinsam mit dem Gründer und Entwickler Thomas Bachem voranzutreiben. XING-Mitglieder können den Service seit der Integration im Juni kostenlos nutzen.

Lebenslauf.com soll zur zentralen Anlaufstelle für Bewerbungsunterlagen werden. Dazu benötigen Jobsuchende üblicherweise nicht bloß einen Lebenslauf, sondern eine vollständige Bewerbung – auch bei der Erstellung eines professionellen Anschreibens möchten wir Bewerber also schon bald unterstützen. Und eine tiefgehende Integration in die Welt von XING wird den Weg von der Bewerbung zum neuen Arbeitsplatz noch kürzer machen.

## Entwicklung im Segment „E-Recruiting“

Umsatz „E-Recruiting“ (in Mio. €)



Das Segment E-Recruiting ist auch im ersten Halbjahr klarer Wachstumstreiber im XING-Konzern. Mit 14,54 Mio. € stieg der Halbjahresumsatz um 34 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum (+3,65 Mio. €). Allein im zweiten Quartal konnte der Umsatz nochmals auf einen neuen Rekordwert von 7,54 Mio. € ausgeweitet werden (Q2 2013: 5,62 Mio. €). Die wesentlichen Treiber sind auch weiterhin die B2B-Angebote XING-Talentmanager (XTM) für die aktive Kandidatensuche sowie das Employer-Branding-Profil (EBP). So konnte die Anzahl der XTM-Lizenzen seit Juni 2013 von 1.848 auf 3.953 ausgebaut werden (+114 Prozent). Auch die Anzahl der Kunden für den XTM konnte entsprechend stark um 78 Prozent auf mehr als 1.600 gesteigert werden. Die Gesamtzahl der aktiven B2B-Kunden im Segment E-Recruiting hat sich insgesamt auf 14.748 verringert (Juni 2013: 15.235). Dies liegt zum einen daran, dass wir das kostengünstige Vorgängerprodukt – das sogenannte XING-Unternehmensprofil – nicht mehr verkaufen, und zum anderen aufgrund strategischer Prioritäten weniger kleinere Kunden für das klassische Stellenanzeigengeschäft akquiriert werden.



Auf der Produktseite haben wir in allen Teilbereichen die Weiterentwicklung vorangetrieben sowie Endkundenpreise angepasst. So wirken sich jetzt die neuen Preise für den XTM positiv auf die Umsatzentwicklung in diesem Bereich aus. Seit Ende letzten Jahres werden darüber hinaus alle XTM-Verträge, die zur Verlängerung anstehen, auf den regulären Preis gesetzt.

Auch unsere Kunden sind mit dem XTM überwiegend sehr zufrieden. Laut einer Statista-Umfrage aus Februar 2014 antworteten auf die Frage „Welche Active-Sourcing-Plattformen entwickeln sich in die Richtung, die Ihren Anforderungen entspricht“ fast 90 Prozent mit XING.

Erstmals seit Mai 2014 ist auch die sogenannte CAMPUS-Anzeige im Jobs-Bereich kostenpflichtig. B2B-Kunden zahlen seitdem 45 € je Anzeige.

Im März haben wir das Employer-Branding-Profil überarbeitet und vorgestellt. 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.

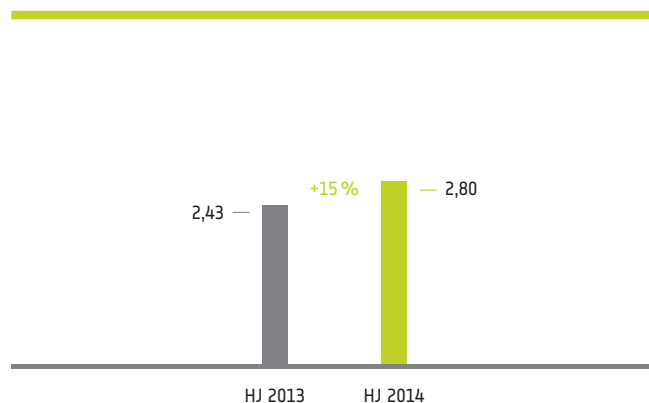
Und auch bei den klassischen Stellenanzeigen haben wir im ersten Halbjahr unser Angebot noch stärker an den stattfindenden Wertewandel angepasst. So ermöglichen wir erstmals über den Suchfilter „Vorteile für Mitarbeiter“, dass Bewerber bzw. Kandidaten zukünftige Arbeitgeber nicht mehr nach Statussymbolen oder hohen Gehältern aussuchen können, sondern andere Faktoren in die Suche nach einem geeigneten Arbeitgeber einbeziehen können, wie beispielsweise:

- ▶ Flexible Arbeitszeiten
- ▶ Homeoffice-Angebot
- ▶ Erlaubnis für Hunde am Arbeitsplatz
- ▶ Coaching
- ▶ Essenszulagen
- ▶ u. v. m.

So finden potenzielle Kandidaten noch leichter mögliche Benefits der Firmen und genau den Job, der zu ihrer persönlichen Lebenssituation und ihren Bedürfnissen passt.

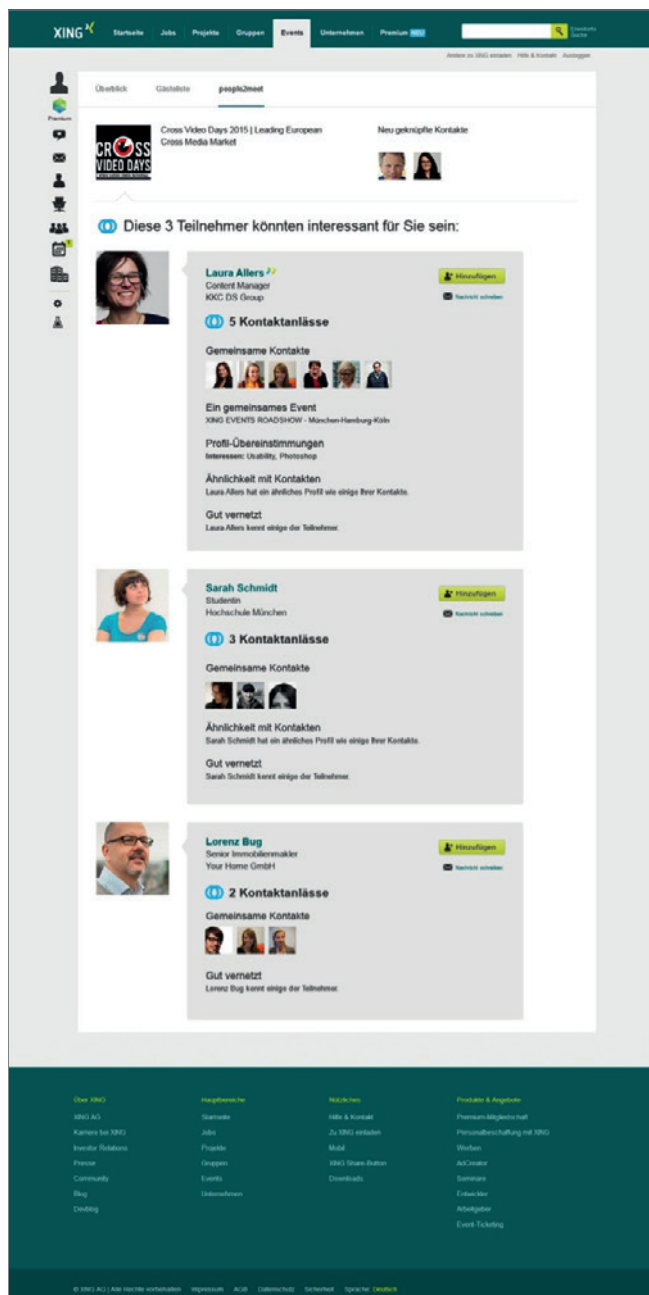
## Entwicklung im Segment „Events“

Umsatz „Events“ (in Mio. €)



Im Segment Events haben wir uns in der Vergangenheit sehr stark auf die Gewinnung neuer Eventorganizer konzentriert und konnten mit dem B2B-Fokus bis Ende Juni insgesamt 2.399 aktive Events-Kunden akquirieren. So haben wir über das Angebot von Ticketing- und Fulfillment-Dienstleistungen für Eventveranstalter einen wesentlichen Teil der Umsatzerlöse in diesem Bereich erzielt. Jedoch ist dieses Geschäftsmodell auf EBITDA-Basis noch nicht profitabel gewesen. So haben wir zwar den Halbjahresumsatz von 2,43 Mio. € in 2013 um 15 Prozent auf 2,80 Mio. € in den ersten sechs Monaten des laufenden Geschäftsjahres steigern können, allerdings auch im ersten Halbjahr mit einem negativen EBITDA von 1,13 Mio. € noch keinen positiven Wertbeitrag zum Konzernergebnis beitragen können. Unser Ziel ist, mittelfristig hier ein ausgeglichenes EBITDA zu erreichen. Darüber hinaus führen wir im Events-Geschäft auch die konzernweite Repositionierung weiter fort. So möchten wir zukünftig einen deutlich stärkeren B2C-Fokus auf unser Events-Geschäft legen und Teilnehmer von Business-Events oder Veranstaltungen die Vorteile eines sozialen Netzwerkes näherbringen und ihnen aufzeigen, wie sie über gezieltes Netzwerken ihre Karriere weiterentwickeln können.

Einen ersten Schritt sind wir kurz nach Ende des zweiten Quartals gegangen. Mit dem neuen Angebot „people2meet“ von XING schaffen wir Mehrwert für Teilnehmer und Veranstalter zugleich. „people2meet“ ermöglicht Teilnehmern schon vor einem Event zu entdecken, mit welchen Teilnehmern sie in Kontakt treten sollten, um ihren Eventbesuch so erfolgreich wie möglich zu gestalten.



„people2meet“ ermöglicht erfolgreiches Networking bei Events.

## EFFEKTIVES NETZWERKEN VOR, WÄHREND UND NACH DEM EVENT

Für einen Teilnehmer ist die Aussicht auf Networking-Möglichkeiten mittlerweile genauso wichtig wie das Eventprogramm. Schon jetzt erhalten Mitglieder aus den mehr als 150.000 Events in XING persönliche Eventempfehlungen auf Basis ihres Netzwerks und Profils. Hinzu kommt, dass XING Eventteilnehmern zeigt, mit welchen Personen sie sich vernetzen sollten.

Zum einen erkennt das Business-Netzwerk relevante Mitglieder aufgrund von Gemeinsamkeiten auf Basis der Profilinformatoren wie gemeinsame Kontakte oder Gruppen. Zum anderen kann es mithilfe des Social Graphs in XING alle Daten und Beiträge nach weiteren relevanten Zusammenhängen durchsuchen. Teilnehmer können somit schnell und einfach mit den richtigen Leuten in Kontakt treten. Mit der XING-Events-App können Teilnehmer auch während des Events ihre Kontaktempfehlungen einsehen und sich direkt auf der Veranstaltung verabreden.

## HÖHERE UND NACHHALTIGERE TEILNEHMER-ZUFRIEDENHEIT

Mit „people2meet“ gelingt es XING-Events, nicht nur dem Veranstalter einen echten Mehrwert zu bieten, sondern auch den Eventteilnehmern. Durch die individualisierten Netzwerkempfehlungen wird es Teilnehmern erleichtert, den größtmöglichen Nutzen aus der Veranstaltung zu ziehen. Zufriedene Teilnehmer sind bekanntlich die besten Multiplikatoren für einen Event.

## Vermögenslage

Zum Zwischenbilanzstichtag am 30. Juni 2014 lag der Wert der langfristigen Vermögenswerte bei 31,6 Mio. € (31.12.2013: 30,9 Mio. €). Bei einem langfristig gebundenen Kapital von 47,4 Mio. € ergibt sich eine Überdeckung von 149,8 Prozent des langfristigen Kapitals über das langfristige Vermögen (31.12.2013: 68,5 Mio. € entspricht 222,0 Prozent Überdeckung). Das langfristige Kapital hat sich überwiegend aufgrund der Zahlung der Regeldividende für das Geschäftsjahr 2013 in Höhe von 3,4 Mio. € sowie einer Sonderdividende in Höhe von 20,0 Mio. € reduziert. Zudem wird nun der im Jahr 2015 fällige earn-out für das Geschäftsjahr 2013 in Höhe von 1,5 Mio. € im Zusammenhang mit dem Erwerb der kununu GmbH als kurzfristig ausgewiesen. Gegenläufig wirkte sich das Halbjahresergebnis 2014 (+3,8 Mio. €) aus.

Die kurzfristigen Vermögenswerte ohne Eigenzahlungsmittel erhöhten sich von 12,5 Mio. € im Vergleichszeitpunkt auf 14,6 Mio. €, bedingt durch die infolge des Umsatzwachstums gestiegenen Bestände an Forderungen aus Dienstleistungen. Die Veränderung der kurzfristigen Verbindlichkeiten resultiert im Wesentlichen aus einem Anstieg der Verpflichtungen aus kurzfristigen Umsatzabgrenzungen (+6,5 Mio. €), höheren Verbindlichkeiten der XING Events GmbH gegenüber Veranstaltern (+2,4 Mio. €) sowie den nun als kurzfristig ausgewiesenen finanziellen Verbindlichkeiten (1,5 Mio. €). Gemeinsam mit einigen weiteren geringen Änderungen ergibt sich insgesamt eine Erhöhung der kurzfristigen Verbindlichkeiten um 11,4 Mio. € (26,0%) auf 55,2 Mio. € (31.12.2013: 43,8 Mio. €).

Damit hat sich die Bilanzsumme zum Stichtag gegenüber dem 31.12.2013 (112,3 Mio. €) um 9,8 Mio. € (8,7 Prozent) auf 102,5 Mio. € reduziert. Der Bestand an eigenen liquiden Mitteln ist mit 50,9 Mio. € bzw. 49,7% (31.12.2013: 66,1 Mio. € bzw. 58,9%) der Bilanzsumme nach wie vor der Hauptposten auf der Aktivseite. Lässt man die von der XING Events GmbH treuhänderisch vereinnahmten Kundenzahlungen für Veranstaltungstickets, die als Fremdzahlungsmittel in der Bilanz ausgewiesen werden, außer Acht, beträgt der Anteil an eigenen Zahlungsmitteln an der Bilanzsumme sogar 52,4% (31.12.2013: 60,4%).

## Finanzlage

In den ersten sechs Monaten des Jahres 2014 erzielte der XING-Konzern einen positiven Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit in Höhe von 14,0 Mio. € gegenüber 13,3 Mio. € im ersten Halbjahr 2013. Im Wesentlichen waren für den positiven Cashflow das operative Ergebnis und ein weiterer Anstieg der im Voraus geleisteten Kundenzahlungen in Höhe von 5,9 Mio. € (Vorjahreszeitraum: +5,5 Mio. €) verantwortlich.

Der Cashflow aus Investitionstätigkeit betrug im ersten Halbjahr 2014 -5,8 Mio. € (Vorjahr: -7,5 Mio. €). Der im Vergleich zum Vorjahreszeitraum geringere Wert ist im Wesentlichen durch die im Vorjahr getätigte Akquisition der kununu GmbH (-2,9 Mio. €) sowie geringere Investitionen in Sachanlagen (-1,4 Mio. €) bedingt. Gleichzeitig wurden höhere Investitionen in selbst entwickelte Software (+1,5 Mio. €) getätigt. Der Cashflow aus Investitionstätigkeit enthält im ersten Halbjahr 2014 eine erst im Jahr 2014 fällige Kaufpreiszahlung für den Erwerb der kununu GmbH von 0,6 Mio. €.

Der Cashflow aus Finanzierungstätigkeit im ersten Halbjahr 2014 beläuft sich auf -23,4 Mio. €. Im Vergleichszeitraum 2013 betrug der Cashflow aus Finanzierungstätigkeit -1,4 Mio. €. Die Auszahlungen betreffen mit 3,4 Mio. € die Regeldividende sowie mit 20,0 Mio. € die Sonderdividende an Aktionäre (Vorjahreszeitraum: 3,1 Mio. € Regeldividende). Dem gegenüber stehen Einzahlungen aus Optionsausübungen und dem Verkauf eigener Aktien im Rahmen von Optionsprogrammen in Höhe von 0,02 Mio. € (Vorjahreszeitraum: 1,7 Mio. €).

Zum Ende der Periode beliefen sich die liquiden Eigenmittel des XING-Konzerns auf 50,9 Mio. € gegenüber 60,7 Mio. € am Ende des ersten Halbjahres 2013. Zusätzlich werden 5,5 Mio. € Fremdmittel verwaltet (Vorjahreszeitpunkt: 3,6 Mio. €).

Die Cashflow-Marge liegt mit 30,2 Prozent (Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit/Umsatz aus Dienstleistungen) wie bereits seit Jahren auf einem hohen Niveau (Vorjahreszeitraum: 33,5 Prozent). Dies bestätigt die Werthaltigkeit des Geschäfts und ermöglicht weitere Wachstumsinvestitionen.

Mit einer Eigenkapitalquote von 40,0 Prozent zum 30. Juni 2014 (53,9 Prozent zum 31. Dezember 2013) ist der XING-Konzern nach wie vor überwiegend durch Eigenkapital finanziert. Dies stellt eine solide Basis dar, die der Gesellschaft auch bei möglichen negativen Entwicklungen eine hohe Stabilität verleiht.

## Risikobericht

Die permanente Überwachung und das Management von Risiken sind zentrale Aufgaben jedes börsennotierten Unternehmens. Zu diesem Zweck hat die XING AG das nach § 91 Abs. 2 AktG erforderliche Risikofrüherkennungssystem implementiert und entwickelt es vor dem Hintergrund aktueller Markt- und Unternehmensgegebenheiten fortlaufend weiter.

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

Das Unternehmen identifiziert und analysiert potenzielle Risiken kontinuierlich. Dabei bewertet es erkannte Gefahren systematisch nach der Wahrscheinlichkeit ihres Eintritts und dem zu erwartenden potenziellen Schaden. Im Rahmen von quartalsweisen Risikoinventuren bzw. Statusabfragen werden die Risikoverantwortlichen und Führungskräfte zum Status bestehender Risiken und zur Identifizierung neuer Risiken befragt. Der im Geschäftsbericht 2013 auf den Seiten 56 bis 61 dargestellte Risikobericht gilt auch weiterhin.

## Prognose- und Chancenbericht

### KONJUNKTURAUSBLICK

Auch wenn sich das weltweite Wachstum im ersten Quartal dieses Jahres etwas abgeschwächt hat, zeigte sich doch eine deutlich positive Grunddynamik der Weltwirtschaft. Die Konjunktur in den USA zieht an, die Zentralbank der USA, das Federal Reserve System, hat damit begonnen, ihre Anleihekäufe schrittweise zurückzufahren, und

die Finanzmärkte der Schwellenländer haben sich wieder beruhigt. Die Eurozone hat sich ebenfalls weiter stabilisiert. Für 2014 und 2015 ist mit moderatem Wachstum zu rechnen. Die Eurokrise ist damit jedoch nicht endgültig überwunden. Die Geldpolitik der Europäischen Zentralbank wird angesichts der weiterhin existierenden Risiken wohl bis 2016 weiterhin sehr expansiv ausgerichtet bleiben.

Mit anziehender weltweiter Konjunktur wird sich auch der Aufschwung in Deutschland weiter festigen. Unter diesen Bedingungen wird die deutsche Wirtschaft 2015 nach Einschätzung der Deutschen Bundesbank um 2,0 Prozent und nach Prognose des Hamburgischen WeltWirtschaftsinstituts (HWWI) sogar um 2,4 Prozent wachsen. Dabei wird die Binnenkonjunktur eine wichtige Stütze bleiben. Die Investitionstätigkeit wird mit Überwindung der Eurokrise und immer noch vorhandenem Nachholbedarf deutlich anziehen. Die Exporte sollten mit anziehender Weltwirtschaft wieder kräftiger wachsen. Diese positive Entwicklung in Deutschland, aber auch die verbesserte Lage im Euroraum insgesamt sollten das Wirtschaftswachstum in Österreich und der Schweiz stützen, so dass mit Wachstumsraten von 1,7 Prozent für Österreich (WIFO) und 2,6 Prozent für die Schweiz (SECO) im nächsten Jahr zu rechnen ist.

### ERWARTETE BRANCHENSPEZIFISCHE RAHMENBEDINGUNGEN

Im Vergleich zu anderen europäischen Ländern sind die Arbeitslosenquoten in Deutschland, Österreich und der Schweiz sehr niedrig. Die Lage auf dem deutschen Arbeitsmarkt sollte sich in diesem und im nächsten Jahr weiter verbessern, so dass sich die Zahl der Arbeitslosen weiter verringert. Durchschnittlich werden nach Ansicht des HWWI 2014 rund 2,84 Mio. und 2015 rund 2,79 Mio. Personen arbeitslos sein. Die Aussichten auf dem Arbeitsmarkt in Österreich sind weniger günstig. So dürfte die Arbeitslosigkeit trotz sich deutlich ausweitender Beschäftigung und Arbeitskräfteangebot steigen. Laut WIFO wird sich die Arbeitslosenquote von jahresdurchschnittlich 8,1 Prozent in diesem auf 8,3 Prozent im nächsten Jahr erhöhen. Mit der Konjunkturbelebung in der Schweiz sollte sich der dortige Arbeitsmarkt wieder positiv entwickeln. Die Arbeitslosenquote dürfte 2015 bei 2,8 Prozent liegen (2014: 3,1 Prozent). Die Disparitäten innerhalb des deutschsprachigen Raums werden sich nur geringfügig verringern; dies gilt noch stärker innerhalb der EU, wo die Arbeitslosigkeit weiter hoch bleibt.

Die Arbeitskräftemobilität innerhalb des Euroraums wird in den nächsten Jahren strukturell jedoch 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.

### ERWARTETE GESCHÄFTSENTWICKLUNG

Als größte Plattform für Business Social Networking in der D-A-CH-Region in Verbindung mit den von uns etablierten Dienstleistungen und Services für unsere Mitglieder, Nutzer und Unternehmenskunden haben wir eine hervorragende Ausgangsbasis für weiteres profitables Wachstum.

Die im Geschäftsbericht 2013 abgegebene Prognose zu unseren finanziellen und nicht finanziellen Leistungsindikatoren hat weiterhin Bestand. In den folgenden zwei Tabellen haben wir zudem einen Prognose-Ist-Vergleich aufgenommen, um anhand der zu Beginn des Jahres abgegebenen Prognose den direkten Vergleich mit den bisher erreichten Ergebnissen zu ermöglichen. Wir liegen in nahezu allen wichtigen Performance-Indikatoren innerhalb der Prognosen, die wir hiermit nochmals bestätigen.

| Nicht finanzielle Leistungsindikatoren                              | Prognose 2014                                | Fortschritt 1. HJ 2014 |
|---|--|------------------------|
| Segment „Network/Premium“: Mitglieder in der D-A-CH-Region          | Wachstum über Vorjahr (2013: +839.000)       | + 456.000              |
| Segment „Network/Premium“: Zahlende Mitglieder in der D-A-CH-Region | Stärkeres absolutes Wachstum (2013: +24.000) | + 21.932               |
| Segment „E-Recruiting“: Anzahl Unternehmenskunden (B2B)             | Starker Anstieg                              | - 8 %                  |
| Segment „Events“: Anzahl Unternehmenskunden (B2B)                   | Starker Anstieg                              | + 7 %                  |

Zu den im Geschäftsbericht auf den Seiten 64 und 65 dargestellten Chancen gibt es keine Änderungen oder Abweichungen. So hat die XING AG in der Gesamtbetrachtung insbesondere aufgrund der bisher noch geringen Penetration in wichtigen Wachstumsmärkten zahlreiche Chancen durch eine schneller als geplante Durchdringung dieser Märkte. Weitere Chancen können sich zusätzlich aus der Etablierung neuer Erlösquellen bzw. Geschäftsmodelle ergeben.

| Finanzielle Leistungsindikatoren                              | Prognose 2014                                   | Fortschritt 1. HJ 2014 |
|---|---|------------------------|
| Umsatzerlöse Konzern  | Wachstum im zweistelligen Prozentbereich        | + 16 %                 |
| EBITDA (bereinigt um Sondereffekte) Konzern                   | Deutliche Steigerung des EBITDA                 | + 3 %                  |
| Umsatzerlöse Segment „Network/Premium“                        | Wachstum im höheren einstelligen Prozentbereich | + 9 %                  |
| EBITDA (bereinigt um Sondereffekte) Segment „Network/Premium“ | Deutliche Steigerung des Segment-EBITDA         | + 11 %                 |
| Umsatzerlöse Segment „E-Recruiting“                           | Wachstum im zweistelligen Prozentbereich        | + 34 %                 |
| EBITDA (bereinigt um Sondereffekte) Segment „E-Recruiting“    | Deutliche Steigerung des Segment-EBITDA         | + 47 %                 |
| Umsatzerlöse Segment „Events“                                 | Wachstum im zweistelligen Prozentbereich        | + 15 %                 |
| EBITDA (bereinigt um Sondereffekte) Segment „Events“          | Leicht negatives Segment-EBITDA                 | -1,1 Mio. €            |

# 03.

## KONZERN-ZWISCHEN- ABSCHLUSS

für das erste Halbjahr vom 1. Januar bis 30. Juni 2014

---

|    |  |
|----|--|
| 21 | <b>Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung</b>                                     |
| 21 | Verkürzte Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung exkl. kununu Earn-Out            |
| 22 | <b>Konzern-Gesamtergebnisrechnung</b>  |
| 22 | Konzern-Gesamtergebnisrechnung exkl. kununu Earn-Out                           |
| 23 | <b>Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung</b>                                |
| 24 | <b>Konzern-Bilanz</b>  |
| 26 | <b>Konzern-Kapitalflussrechnung</b>  |
| 28 | <b>Erläuterungen zum Konzern-Zwischenabschluss</b>                             |
| 28 | Informationen zu Gesellschaft und Konzern                                      |
| 28 | Grundlagen der Abschlusserstellung sowie Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden |
| 30 | Eigene Aktien  |
| 30 | Dividendenzahlung  |
| 30 | Zusammensetzung der sonstigen betrieblichen Aufwendungen                       |
| 31 | Segmentberichterstattung   |
| 32 | Nahestehende Unternehmen und Personen  |
| 32 | Wesentliche Ereignisse nach der Zwischenberichtsperiode                        |
| 33 | <b>Versicherung der gesetzlichen Vertreter</b>                                 |

# Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung der XING AG

für das erste Halbjahr vom 1. Januar bis 30. Juni 2014

## Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

| In Tsd. €                          | 01.01.2014 –<br>30.06.2014 | 01.01.2013 –<br>30.06.2013 | 01.04.2014 –<br>30.06.2014 | 01.04.2013 –<br>30.06.2013 |
|------------------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| Umsatzerlöse aus Dienstleistungen  | 46.271                     | 39.858                     | 23.915                     | 20.601                     |
| Sonstige betriebliche Erträge      | 868                        | 620                        | 464                        | 291                        |
| <b>GESAMTE BETRIEBSERTRÄGE</b>     | <b>47.139</b>              | <b>40.478</b>              | <b>24.379</b>              | <b>20.892</b>              |
| Personalaufwand                    | -20.584                    | -17.397                    | -10.478                    | -8.624                     |
| Marketingaufwand                   | -5.379                     | -2.520                     | -1.548                     | -1.370                     |
| Sonstige betriebliche Aufwendungen | -10.636                    | -9.398                     | -5.824                     | -5.039                     |
| <b>EBITDA</b>                      | <b>10.540</b>              | <b>11.163</b>              | <b>6.529</b>               | <b>5.859</b>               |
| Abschreibungen                     | -4.421                     | -4.206                     | -2.202                     | -1.926                     |
| <b>EBIT</b>                        | <b>6.119</b>               | <b>6.957</b>               | <b>4.327</b>               | <b>3.933</b>               |
| Finanzerträge                      | 42                         | 64                         | 19                         | 27                         |
| Finanzaufwendungen                 | -31                        | -1                         | -17                        | 0                          |
| <b>EBT</b>                         | <b>6.130</b>               | <b>7.020</b>               | <b>4.329</b>               | <b>3.960</b>               |
| Ertragsteuern                      | -2.316                     | -2.329                     | -1.559                     | -1.265                     |
| <b>KONZERNERGEBNIS</b>             | <b>3.814</b>               | <b>4.691</b>               | <b>2.770</b>               | <b>2.695</b>               |
| Ergebnis je Aktie (unverwässert)   | 0,68                       | 0,84                       | 0,49                       | 0,48                       |
| Ergebnis je Aktie (verwässert)     | 0,68                       | 0,84                       | 0,49                       | 0,48                       |

## Verkürzte Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung der XING AG exkl. kununu-Earn-Out

### Verkürzte Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung exkl. kununu-Earn-Out

| In Tsd. €  | 01.01.2014 –<br>30.06.2014 | 01.01.2013 –<br>30.06.2013 | 01.04.2014 –<br>30.06.2014 | 01.04.2013 –<br>30.06.2013 |
|--|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| <b>GESAMTE BETRIEBSERTRÄGE</b>                         | <b>47.139</b>              | <b>40.478</b>              | <b>24.379</b>              | <b>20.892</b>              |
| <b>EBITDA EXKL. KUNUNU-EARN-OUT</b>                    | <b>11.528</b>              | <b>11.163</b>              | <b>7.023</b>               | <b>5.859</b>               |
| <b>EBIT EXKL. KUNUNU-EARN-OUT</b>                      | <b>7.107</b>               | <b>6.957</b>               | <b>4.821</b>               | <b>3.933</b>               |
| <b>KONZERNERGEBNIS EXKL. KUNUNU-EARN-OUT</b>           | <b>4.802</b>               | <b>4.691</b>               | <b>3.264</b>               | <b>2.695</b>               |
| Ergebnis je Aktie (unverwässert) exkl. kununu-Earn-Out | 0,86                       | 0,84                       | 0,58                       | 0,48                       |
| Ergebnis je Aktie (verwässert) exkl. kununu-Earn-Out   | 0,86                       | 0,84                       | 0,58                       | 0,48                       |

# Konzern-Gesamtergebnisrechnung der XING AG

für das erste Halbjahr vom 1. Januar bis 30. Juni 2014

## Konzern-Gesamtergebnisrechnung

| In Tsd. €                           | 01.01.2014 –<br>30.06.2014 | 01.01.2013 –<br>30.06.2013 | 01.04.2014 –<br>30.06.2014 | 01.04.2013 –<br>30.06.2013 |
|-------------------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| <b>Konzernergebnis</b>              | <b>3.814</b>               | <b>4.691</b>               | <b>2.770</b>               | <b>2.695</b>               |
| Unterschiede aus Währungsumrechnung | 0                          | 2                          | -1                         | -3                         |
| <b>Sonstiges Ergebnis</b>           | <b>0</b>                   | <b>2</b>                   | <b>-1</b>                  | <b>-3</b>                  |
| <b>KONZERN-GESAMTERGEBNIS</b>       | <b>3.814</b>               | <b>4.693</b>               | <b>2.769</b>               | <b>2.692</b>               |

## Konzern-Gesamtergebnisrechnung der XING AG exkl. kununu-Earn-Out

### Konzern-Gesamtergebnisrechnung exkl. kununu-Earn-Out

| In Tsd. €   | 01.01.2014 –<br>30.06.2014 | 01.01.2013 –<br>30.06.2013 | 01.04.2014 –<br>30.06.2014 | 01.04.2013 –<br>30.06.2013 |
|---|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| <b>Konzernergebnis exkl. kununu-Earn-Out</b>            | <b>4.802</b>               | <b>4.691</b>               | <b>3.264</b>               | <b>2.695</b>               |
| Unterschiede aus Währungsumrechnung                     | 0                          | 2                          | -1                         | -3                         |
| <b>Sonstiges Ergebnis</b>                               | <b>0</b>                   | <b>2</b>                   | <b>-1</b>                  | <b>-3</b>                  |
| <b>KONZERN-GESAMTERGEBNIS<br/>EXKL. KUNUNU-EARN-OUT</b> | <b>4.802</b>               | <b>4.693</b>               | <b>3.263</b>               | <b>2.692</b>               |



# Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung der XING AG

für das erste Halbjahr vom 1. Januar bis 30. Juni 2014

## Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung

| In Tsd. €   | Ge-<br>zeichnetes<br>Kapital | Kapital-<br>rücklagen | Eigene<br>Anteile | Sonstige<br>Rücklagen | Bilanz-<br>gewinn | Eigen-<br>kapital<br>Summe |
|---|------------------------------|-----------------------|-------------------|-----------------------|-------------------|----------------------------|
| <b>STAND 01.01.2013</b>                                       | <b>5.554</b>                 | <b>17.393</b>         | <b>-2.039</b>     | <b>16.302</b>         | <b>14.552</b>     | <b>51.762</b>              |
| Währungsumrechnung  | 0                            | 0                     | 0                 | -1                    | 0                 | -1                         |
| <b>Summe des direkt im Eigenkapital erfassten Ergebnisses</b> | <b>0</b>                     | <b>0</b>              | <b>0</b>          | <b>-1</b>             | <b>0</b>          | <b>-1</b>                  |
| Konzernergebnis   | 0                            | 0                     | 0                 | 0                     | 4.691             | 4.691                      |
| <b>Konzern-Gesamtergebnis</b>                                 | <b>0</b>                     | <b>0</b>              | <b>0</b>          | <b>-1</b>             | <b>4.691</b>      | <b>4.690</b>               |
| Kapitalerhöhung aus anteilsbasierter Vergütung                | 26                           | 727                   | 0                 | 0                     | 0                 | 753                        |
| Verkauf eigener Aktien  | 0                            | 0                     | 984               | 0                     | 0                 | 984                        |
| Dividende für 2012  | 0                            | 0                     | 0                 | 0                     | -3.089            | -3.089                     |
| Personalkosten Aktienoptionsprogramm                          | 0                            | 0                     | 0                 | 36                    | 0                 | 36                         |
| <b>STAND 30.06.2013</b>                                       | <b>5.580</b>                 | <b>18.120</b>         | <b>-1.055</b>     | <b>16.337</b>         | <b>16.154</b>     | <b>55.136</b>              |
| <b>STAND 01.01.2014</b>                                       | <b>5.592</b>                 | <b>18.477</b>         | <b>-455</b>       | <b>16.368</b>         | <b>20.600</b>     | <b>60.582</b>              |
| Währungsumrechnung  | 0                            | 0                     | 0                 | 0                     | 0                 | 0                          |
| <b>Summe des direkt im Eigenkapital erfassten Ergebnisses</b> | <b>0</b>                     | <b>0</b>              | <b>0</b>          | <b>0</b>              | <b>0</b>          | <b>0</b>                   |
| Konzernergebnis   | 0                            | 0                     | 0                 | 0                     | 3.814             | 3.814                      |
| <b>Konzern-Gesamtergebnis</b>                                 | <b>0</b>                     | <b>0</b>              | <b>0</b>          | <b>0</b>              | <b>3.814</b>      | <b>3.814</b>               |
| Verkauf eigener Aktien  | 0                            | 0                     | 23                | 0                     | 0                 | 23                         |
| Dividende für 2013  | 0                            | 0                     | 0                 | 0                     | -23.433           | -23.433                    |
| Personalkosten Aktienoptionsprogramm                          | 0                            | 0                     | 0                 | 31                    | 0                 | 31                         |
| <b>STAND 30.06.2014</b>                                       | <b>5.592</b>                 | <b>18.477</b>         | <b>-432</b>       | <b>16.399</b>         | <b>981</b>        | <b>41.017</b>              |

# Konzern-Bilanz der XING AG

zum 30. Juni 2014

## Aktiva

| In Tsd. €  | 30.06.2014     | 31.12.2013     |
|--|----------------|----------------|
| <b>LANGFRISTIGE VERMÖGENSWERTE</b>                 |                |                |
| Immaterielle Vermögenswerte                        |                |                |
| Software und Lizenzen                              | 4.386          | 3.534          |
| Selbst erstellte Software                          | 10.657         | 8.752          |
| Geschäfts- oder Firmenwert                         | 7.743          | 7.743          |
| Sonstige immaterielle Vermögenswerte               | 2.953          | 3.510          |
| Sachanlagen  |                |                |
| Mietereinbauten                                    | 445            | 490            |
| Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung | 4.430          | 5.805          |
| Finanzanlagen                                      |                |                |
| Beteiligungen                                      | 51             | 51             |
| Andere finanzielle Vermögenswerte                  | 48             | 42             |
| Latente Steueransprüche                            | 903            | 941            |
|  | <b>31.616</b>  | <b>30.868</b>  |
| <b>KURZFRISTIGE VERMÖGENSWERTE</b>                 |                |                |
| Forderungen und sonstige Vermögenswerte            |                |                |
| Forderungen aus Dienstleistungen                   | 10.953         | 8.621          |
| Ertragsteuerforderungen                            | 449            | 389            |
| Sonstige Vermögenswerte                            | 3.154          | 3.443          |
| Zahlungsmittel und kurzfristige Einlagen           |                |                |
| Eigenzahlungsmittel                                | 50.911         | 66.160         |
| Fremdzahlungsmittel                                | 5.452          | 2.820          |
|  | <b>70.919</b>  | <b>81.433</b>  |
|  | <b>102.535</b> | <b>112.301</b> |

## Passiva

| In Tsd. €  | 30.06.2014     | 31.12.2013     |
|--|----------------|----------------|
| <b>EIGENKAPITAL</b>                              |                |                |
| Gezeichnetes Kapital                             | 5.592          | 5.592          |
| Eigene Aktien                                    | -432           | -455           |
| Kapitalrücklage                                  | 18.477         | 18.477         |
| Sonstige Rücklagen                               | 16.399         | 16.368         |
| Bilanzgewinn                                     | 981            | 20.600         |
|  | <b>41.017</b>  | <b>60.582</b>  |
| <b>LANGFRISTIGE VERBINDLICHKEITEN</b>            |                |                |
| Latente Steuerverbindlichkeiten                  | 4.073          | 3.557          |
| Erlösabgrenzung                                  | 1.531          | 2.082          |
| Sonstige Rückstellungen                          | 230            | 215            |
| Andere finanzielle Verbindlichkeiten             | 0              | 1.485          |
| Sonstige Verbindlichkeiten                       | 524            | 592            |
|  | <b>6.358</b>   | <b>7.931</b>   |
| <b>KURZFRISTIGE VERBINDLICHKEITEN</b>            |                |                |
| Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen | 1.248          | 2.015          |
| Erlösabgrenzung                                  | 35.864         | 29.368         |
| Sonstige Rückstellungen                          | 1.537          | 703            |
| Andere finanzielle Verbindlichkeiten             | 1.512          | 0              |
| Sonstige Verbindlichkeiten                       | 14.999         | 11.702         |
|  | <b>55.160</b>  | <b>43.788</b>  |
|  | <b>102.535</b> | <b>112.301</b> |

# Konzern-Kapitalflussrechnung der XING AG

für das erste Halbjahr vom 1. Januar bis 30. Juni 2014

## Konzern-Kapitalflussrechnung

| In Tsd. €  | 01.01.2014 –<br>30.06.2014 | 01.01.2013 –<br>30.06.2013 |
|--|----------------------------|----------------------------|
| Ergebnis vor Steuern   | 6.130                      | 7.020                      |
| Abschreibungen auf aktivierte Entwicklungskosten   | 1.309                      | 1.173                      |
| Abschreibungen auf übriges Anlagevermögen  | 3.112                      | 3.033                      |
| Personalkosten Aktienoptionsprogramm   | 31                         | 36                         |
| Zinserträge  | -42                        | -64                        |
| Erhaltene Zinsen   | 65                         | 112                        |
| Zinsaufwendungen   | 31                         | 1                          |
| Gezahlte Steuern   | -1.796                     | -2.536                     |
| Nicht aktivierungsfähige Auszahlungen für Akquisition konsolidierter Unternehmen             | 0                          | 372                        |
| Gewinn aus Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens                                       | 0                          | 0                          |
| Veränderung der Forderungen und sonstiger Aktiva   | -2.072                     | -820                       |
| Veränderung der Verbindlichkeiten und sonstiger Passiva                                      | 3.910                      | 1.950                      |
| Zahlungsunwirksame Veränderungen durch Änderungen des Konsolidierungskreises                 | 0                          | -1.431                     |
| Veränderung der Erlösabgrenzung  | 5.945                      | 5.535                      |
| Eliminierung XING-Events-Fremdverpflichtung  | -2.632                     | -1.032                     |
| <b>CASHFLOW AUS LAUFENDER GESCHÄFTSTÄTIGKEIT</b>   | <b>13.991</b>              | <b>13.349</b>              |
| Auszahlung für aktivierte Aufwendungen selbst entwickelter Software                          | -3.212                     | -1.669                     |
| Auszahlung für den Erwerb von Software   | -1.390                     | -838                       |
| Auszahlungen für den Erwerb von sonstigen immateriellen Vermögenswerten                      | 59                         | 0                          |
| Einzahlungen aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens                             | 0                          | 0                          |
| Auszahlungen für den Erwerb von Sachanlagen  | -659                       | -2.029                     |
| Auszahlungen für den Erwerb von Finanzanlagen  | -6                         | 0                          |
| Auszahlung für Akquisition konsolidierter Unternehmen<br>(abzüglich erworbener Finanzmittel) | -622                       | -2.949                     |
| <b>CASHFLOW AUS INVESTITIONSTÄTIGKEIT</b>  | <b>-5.830</b>              | <b>-7.485</b>              |

### Konzern-Kapitalflussrechnung

| In Tsd. €  | 01.01.2014 –<br>30.06.2014 | 01.01.2013 –<br>30.06.2013 |
|--|----------------------------|----------------------------|
| Einzahlung aus Optionsausübungen                                 | 0                          | 753                        |
| Einzahlungen aus dem Verkauf eigener Aktien                      | 23                         | 984                        |
| Auszahlung Kapitalrückgewähr                                     | 0                          | 0                          |
| Auszahlung Dividende   | -23.433                    | -3.089                     |
| Gezahlte Zinsen  | 0                          | -1                         |
| <b>CASHFLOW AUS FINANZIERUNGSTÄTIGKEIT</b>                       | <b>-23.410</b>             | <b>-1.353</b>              |
| Differenzen aus der Währungsumrechnung                           | 0                          | -1                         |
| Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelbestands            | -15.249                    | 4.510                      |
| Eigenfinanzmittelbestand zu Beginn der Periode                   | 66.160                     | 56.159                     |
| <b>EIGENFINANZMITTELBESTAND AM ENDE DER PERIODE <sup>1</sup></b> | <b>50.911</b>              | <b>60.669</b>              |
| Fremdfinanzmittelbestand zu Beginn der Periode                   | 2.820                      | 2.614                      |
| Veränderung des Fremdmittelbestands                              | 2.632                      | 1.032                      |
| <b>FREMDFINANZMITTELBESTAND AM ENDE DER PERIODE</b>              | <b>5.452</b>               | <b>3.646</b>               |

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

# Erläuterungen zum Konzern-Zwischenabschluss

für das erste Halbjahr vom 1. Januar bis 30. Juni 2014

## 1. Informationen zu Gesellschaft und Konzern

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

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

## 2. Grundlagen der Abschluss-erstellung sowie Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Der verkürzte Konzern-Zwischenabschluss für die am 30. Juni 2014 endende Berichtsperiode wurde in Übereinstimmung mit dem von der EU verabschiedeten International Financial Reporting Standard für Zwischenabschlüsse (IAS 34) erstellt. Der verkürzte Konzern-Zwischenabschluss enthält nicht alle für den Konzernabschluss zum Geschäftsjahresende erforderlichen Informationen und Angaben und ist daher in Verbindung mit dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2013 zu lesen.

Der Betrachtungszeitraum umfasst den Zeitraum vom 1. Januar 2014 bis zum 30. Juni 2014. Als Vergleichsperiode wird der Zeitraum vom 1. Januar 2013 bis zum 30. Juni 2013 dargestellt. Der Konzern-Zwischenabschluss und der Konzern-Zwischenlagebericht zum 30. Juni 2014 der XING AG wurden durch den Vorstand am 6. August 2014 zur Veröffentlichung freigegeben.

Die angewandten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden des verkürzten Konzern-Zwischenabschlusses entsprechen den angewandten Methoden im Konzernabschluss zum 31. Dezember 2013. Der Zwischenabschluss wurde vom Abschlussprüfer nicht geprüft oder einer prüferischen Durchsicht unterzogen.

### ERWERB DER KUNUNU GMBH IM JANUAR 2013

Die XING AG hat am 8. Januar 2013 sämtliche Geschäftsanteile an der kununu GmbH, Wien, Österreich, der Betreiberin der führenden Plattform für Arbeitgeberbewertungen im deutschsprachigen Raum, übernommen. Mit dem Erwerb erweitert die XING AG die Wertschöpfungskette im E-Recruiting-Geschäft. Mit Vertragsunterschrift hat die XING AG an den Verkäufer zunächst 3,6 Mio. € gezahlt. Weitere 0,9 Mio. € sind im Geschäftsjahr 2014 zu entrichten. In Abhängigkeit von verschiedenen Faktoren, insbesondere der Umsatz- und EBITDA-Entwicklung der kununu GmbH in den Jahren 2013 und 2014, erhalten die weiterhin als Geschäftsführer tätigen ehemaligen Gesellschafter maximal weitere 4,7 Mio. € als erfolgsabhängige Vergütungsbestandteile, die nicht als Kaufpreis zu erfassen sind. Im Zusammenhang mit dieser Akquisition sind im Geschäftsjahr 2012 bereits Aufwendungen in Höhe von 0,4 Mio. € angefallen, die in den sonstigen betrieblichen Aufwendungen enthalten sind. Die Erstkonsolidierung erfolgt zum Zeitpunkt der Übertragung der Geschäftsanteile.

Der Zahlungsmittelabfluss im Geschäftsjahr 2013 aufgrund des Unternehmenserwerbs ist nachfolgend aufgezeigt:

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

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

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

Die Kaufpreisallokation wurde im Konzern-Zwischenabschluss zum 31. März 2013 zunächst auf vorläufiger Basis vorgenommen. Im zweiten Quartal 2013 erfolgte auf Basis des Jahresabschlusses 2012 der kununu GmbH eine Anpassung des Kaufpreises um 72 Tsd. € auf 9.317 Tsd. € sowie des Eigenkapitals der kununu GmbH um 17 Tsd. € auf 204 Tsd. €. Der Geschäfts- oder Firmenwert erhöhte sich somit um 89 Tsd. € auf 6.924 Tsd. €.

Aufgrund besserer nachträglicher Erkenntnisse der zum Erwerbszeitpunkt bestehenden Verhältnisse wurde die zu diesem Zeitpunkt als bedingte Gegenleistung angesehene Verpflichtung zur Zahlung von maximal 4,7 Mio. € an die Veräußerer nunmehr als Vergütung für die Geschäftsführungsleistungen nach dem Unternehmenszusammenschluss eingestuft. Der Kaufpreis und der Geschäfts- oder Firmenwert haben sich entsprechend vermindert. Die beizulegenden Zeitwerte der

im Rahmen der Kaufpreisallokation identifizierten Vermögenswerte und Schulden sowie der Geschäfts- oder Firmenwert stellen sich zum Erstkonsolidierungszeitpunkt wie folgt dar:

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

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

Die kununu GmbH hatte in den ersten sechs Monaten des Jahres 2013 einen Umsatz in Höhe von 1.377 Tsd. € und ein Ergebnis in Höhe von 192 Tsd. € erwirtschaftet.

### 3. Eigene Aktien

Zur Bedienung von Ansprüchen aus Aktienoptionsprogrammen wurden im ersten Halbjahr 2014 insgesamt 765 (Vergleichszeitraum: 37.500) eigene Aktien an Anspruchsberechtigte verkauft. Der Erlös betrug 23 Tsd. € (Vergleichszeitraum: 984 Tsd. €). Zum 30. Juni 2014 verfügte die XING AG noch über 12.067 eigene Aktien (31.12.2013: 12.832 Aktien).

## 4. Dividendenzahlung

Gemäß Beschluss der Hauptversammlung vom 23. Mai 2014 hat die XING AG am 26. Mai 2014 eine Dividende für das Geschäftsjahr 2013 in Höhe von 0,62 € pro Aktie sowie eine Sonderdividende in Höhe von 3,58 € pro Aktie ausgeschüttet. Bei 5.579.400 dividendenberechtigten Aktien entspricht das einer Auszahlungssumme von 23.433.480,00 €.

## 5. Zusammensetzung der sonstigen betrieblichen Aufwendungen

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

| In Tsd. €  | 01.01.2014 –<br>30.06.2014 | 01.01.2013 –<br>30.06.2013 |
|--|----------------------------|----------------------------|
| IT-Dienstleistungen, betriebswirtschaftliche Dienstleistungen und Dienstleistungen für neue Märkte | 2.770                      | 2.024                      |
| Raumkosten   | 1.935                      | 1.955                      |
| Kosten für Zahlungsabwicklung  | 1.044                      | 986                        |
| Server-Hosting, Verwaltung und Traffic   | 1.097                      | 975                        |
| Reise-, Bewirtungs- und sonstige Geschäftskosten   | 914                        | 760                        |
| Sonstige Personalkosten  | 528                        | 419                        |
| Forderungsverluste   | 316                        | 131                        |
| Fortbildungskosten   | 290                        | 222                        |
| Rechtsberatungskosten  | 282                        | 219                        |
| Buchführungskosten   | 252                        | 242                        |
| Periodenfremde Aufwendungen  | 235                        | 269                        |
| Telefon/Mobilfunk/Porto/Kurier   | 203                        | 178                        |
| Abschluss- und Prüfungskosten  | 175                        | 202                        |
| Aufsichtsratsvergütung   | 143                        | 140                        |
| Kursverluste   | 107                        | 156                        |
| Übrige   | 345                        | 520                        |
| <b>GESAMT</b>  | <b>10.636</b>              | <b>9.398</b>               |



Der Anstieg der Kosten für IT-Dienstleistungen, betriebswirtschaftliche Dienstleistungen und Dienstleistungen für neue Märkte resultiert im Wesentlichen aus Fremdleistungen im Zusammenhang mit der Erweiterung unserer Plattform.

Die übrigen Aufwendungen umfassen im Wesentlichen Ausgaben für Beiträge, sonstige Abgaben und Aufwand für Versicherungen.

## 6. Segmentberichterstattung

### BERICHTSPFLICHTIGE SEGMENTE

Ab dem Geschäftsjahr 2013 gliedert sich das Berichtsformat nach den operativen Geschäftsfeldern Network/Premium (Basisfunktionen der XING-Plattform mit Abonnement-Mitgliedschaften und Enterprise Groups), E-Recruiting (Stellenanzeigen, Unternehmensprofile und den XING-Talentmanager) und Events. Die Aufteilung in Bereiche und Regionen entspricht auch der internen Organisationsstruktur und der Berichterstattung an Vorstand und Aufsichtsrat. Dabei ist das Segment Network/Premium aus Übersichtsgründen bewusst in zwei Unterbereiche aufgeteilt, deren gemeinsame Segmentaufgabe das Basisgeschäft der XING AG (Erlöserzielung aus der Vermarktung der Plattform durch Abo-Mitgliedschaften) ist.

Die Überleitungsrechnung beinhaltet Zentralbereiche wie IT, Rechnungswesen und Personal sowie sonstige Geschäftstätigkeiten, die definitionsgemäß keine Segmente darstellen. Die Konsolidierung zwischen den Segmenten erfolgt innerhalb der Überleitungsrechnung.

Die Segmentierung von Vermögen, Verbindlichkeiten und Investitionen auf Basis der operativen Geschäftsfelder wird nicht vorgenommen, da diese Kennzahlen nicht als Steuerungsgrößen auf Segmentebene verwendet werden. So bezieht sich etwa ein wesentlicher Teil der Investitionen auf die selbst erstellte Plattform, die den Segmenten nicht zugeordnet werden kann. Die Segmentdaten werden auf Grundlage der im Konzernabschluss angewendeten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden ermittelt. Innenumsatzerlöse zwischen den einzelnen Segmenten sind nicht angefallen. Die Kosten werden den Bereichen verursachungsgerecht zugeordnet. Den Geschäftsbeziehungen zwischen den Gesellschaften der Segmente liegen grundsätzlich Preise zugrunde, die auch mit Dritten vereinbart werden.

Als Segmentergebnisgröße verwendet XING das Segmentbetriebsergebnis, das als Bruttoergebnis abzüglich der dem Segment direkt zurechenbaren Kosten (Personal-, Marketing-, Mietaufwendungen, bereichsbezogene IT-Aufwendungen [z. B. Entwicklungskosten] etc.) definiert ist. Einem Segment nicht direkt zuordenbare Aufwendungen (z. B. zentrale IT-Aufwendungen), Abschreibungen, Wertminderungen und Wertaufholungen werden in der Überleitungsrechnung ausgewiesen, ebenso wie das Betriebsergebnis von zentralen Funktionen, die kein Segment darstellen. Sondereffekte und Effekte aus Kaufpreisallokationen werden herausgerechnet. Zu bereinigende Sondereffekte sind beispielsweise Restrukturierungsaufwendungen, Veräußerungsergebnisse, Wertminderungsaufwendungen sowie andere nicht operative Aufwendungen oder Erträge.

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

| In Tsd. €                          | Network/Premium            |                            | E-Recruiting               |                            | Events                     |                            | Summe Segmente             |                            |
|------------------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
|                                    | 01.01.2014 –<br>30.06.2014 | 01.01.2013 –<br>30.06.2013 | 01.01.2014 –<br>30.06.2014 | 01.01.2013 –<br>30.06.2013 | 01.01.2014 –<br>30.06.2014 | 01.01.2013 –<br>30.06.2013 | 01.01.2014 –<br>30.06.2014 | 01.01.2013 –<br>30.06.2013 |
| Umsatzerlöse (mit Dritten)         | 28.930                     | 26.552                     | 14.543                     | 10.873                     | 2.798                      | 2.433                      | 46.271                     | 39.858                     |
| Segmentbetriebsergebnis            | 18.949                     | 17.038                     | 5.953                      | 4.730                      | -1.133                     | -1.348                     | 23.769                     | 20.420                     |
| Sonstige betriebliche Aufwendungen |                            |                            |                            |                            |                            |                            | -13.229                    | -9.257                     |
| EBITDA                             |                            |                            |                            |                            |                            |                            | 10.540                     | 11.163                     |

| In Tsd. €     | 01.01.2014 –<br>30.06.2014 | 01.01.2013 –<br>30.06.2013 |
|---------------|----------------------------|----------------------------|
| D-A-CH        | 44.154                     | 38.070                     |
| International | 2.117                      | 1.788                      |
|               | <b>46.271</b>              | <b>39.858</b>              |

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

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

## 7. Nahestehende Unternehmen und Personen

Bezüglich der Angaben über Beziehungen zu nahestehenden Unternehmen und Personen verweisen wir auf den Konzernabschluss zum 31. Dezember 2013. Es haben sich bis zum 30. Juni 2014 keine wesentlichen Änderungen ergeben.

## 8. Wesentliche Ereignisse nach der Zwischenberichtsperiode

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

Hamburg, 6. August 2014

Dr. Thomas Vollmoeller      Ingo Chu

Timm Richter                      Jens Pape

# Versicherung der gesetzlichen Vertreter

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

Hamburg, 6. August 2014

Der Vorstand

# Finanztermine

Halbjahresbericht 2014  
Zwischenbericht zum dritten Quartal 2014

6. August 2014  
6. November 2014

## Impressum und Kontakt

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

XING AG  
**INVESTOR RELATIONS**  
Patrick Möller  
Dammtorstraße 29-32  
20354 Hamburg  
Telefon +49 40 41 91 31 - 793  
Telefax +49 40 41 91 31 - 44

**REDAKTION**  
Patrick Möller

Presseinformationen und aktuelle Informationen zur XING AG erhalten Sie über:

XING AG  
**CORPORATE COMMUNICATIONS**  
Marc-Sven Kopka  
Telefon +49 40 41 91 31 - 763  
Telefax +49 40 41 91 31 - 11  
presse@xing.com

### **SOCIAL-MEDIA-KANÄLE DER XING AG**

<http://blog.xing.com>  
(Unternehmensblog der XING AG)  
Twitter: [xing\\_ir](#)  
(Kapitalmarktbezogene Themen und Neuigkeiten)  
Twitter: [xing\\_de](#)  
(Unternehmensübergreifende Themen und Neuigkeiten)  
Twitter: [xing\\_com](#)  
(Unternehmensbezogene Themen und Neuigkeiten auf Englisch)  
Youtube: [www.youtube.com/user/XINGcom?gl=DE](http://www.youtube.com/user/XINGcom?gl=DE)  
(Youtube-Kanal der XING AG)  
Facebook: [www.facebook.com/XING](http://www.facebook.com/XING)  
(Facebook-Präsenz der XING AG)

### **KONZEPT UND GESTALTUNG**

CAT Consultants GmbH & Co., Hamburg  
[www.cat-consultants.de](http://www.cat-consultants.de)





XING AG

Dammtorstraße 29 - 32

20354 Hamburg

Telefon +49 40 41 91 31 - 793

Telefax +49 40 41 91 31 - 44

[investor-relations@xing.com](mailto:investor-relations@xing.com)

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