

XING

ZWISCHENBERICHT
ZUM DRITTEN QUARTAL 2009



1. Januar bis 30. September
Q3 / 2009

KENNZAHLEN

		Q3/2009 ²⁾	Q3/2008	9M/2009 ²⁾	9M/2008	Q2/2009
Umsatz ¹⁾	in Mio. €	11,7	9,2	33,2	25,1	10,8
EBITDA	in Mio. €	2,9	3,7	8,8	8,7 ³⁾	2,5
EBITDA-Marge	in %	25	40	27	35 ³⁾	23
Periodenergebnis	in Mio. €	0,3	1,8	2,5	4,7	0,5
Operativer Cashflow	in Mio. €	4,3	3,6	10,6	11,5	0,9
Operativer Cashflow je Aktie	in €	0,8	0,7	2,0	2,2	0,2
Ergebnis je Aktie (unverwässert)	in €	0,1	0,3	0,5	0,9	0,1
Eigenkapital	in Mio. €	55,7	51,5	55,7	51,5	55,1
Liquide Mittel	in Mio. €	38,6	42,6	38,6	42,6	35,9
Mitglieder	in Mio.	8,3	6,5	8,3	6,5	7,9
davon zahlende Mitglieder	in Tsd.	662	513	662	513	635
Anzahl Kontaktverbindungen	in Mio.	162	112	162	112	150
Mitarbeiter		266	161	266	161	246

¹⁾ Inklusive sonstiger betrieblicher Erträge

²⁾ Inklusive Einmalaufwendungen in Höhe von 400 Tsd. €

³⁾ Inklusive Einmalaufwendungen aufgrund nicht fortgeführter M&A-Aktivitäten (768 Tsd. €)

MISSION STATEMENT

Unter dem Motto „Discover and Utilize your Relationships“ stellt die XING AG Geschäftsleuten eine auf deren Bedürfnisse maßgeschneiderte Internet-Plattform zur Verfügung. Vertriebsprofis und IT-Fachleute benötigen ebenso wie Kommunikationsexperten oder Banker ein effizientes Tool, um ihre beruflichen Kontakte zu managen und daraus echten Mehrwert zu generieren. Längst hat sich Business Networking als wichtiger Erfolgsfaktor etabliert. Diesen Trend hat XING nachhaltig geprägt. Aktuell erweitern bereits mehr als acht Millionen Mitglieder ihr berufliches Kontaktnetzwerk über XING.

Parallel zur erfolgreichen Entwicklung des operativen Geschäfts hat sich auch die Aktie der XING AG seit dem Börsengang als erstes und bisher einziges Web 2.0-Unternehmen Ende 2006 am Kapitalmarkt etabliert. Nicht zuletzt weil kontinuierlich steigende Nutzerzahlen zu wachsenden Umsätzen und Erträgen führen. Die XING AG hat ihren Hauptsitz in Hamburg und ist mit eigenen Standorten in Barcelona und Istanbul auch in strategisch wichtigen Wachstumsmärkten kundennah vertreten. Die gesamten Funktionalitäten der Plattform stehen in 16 Sprachen und damit in einer einzigartigen Vielfalt zur Verfügung.

INHALT

An unsere Aktionäre	Konzern- Zwischenabschluss	Weitere Informationen
Brief des Vorstands 4	Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung 21	Finanztermine 2009 32
XING-Aktie 6	Konzern-Bilanz 22	Impressum und Kontakt 32
Konzern- Zwischenlagebericht	Konzern-Eigenkapital- veränderungsrechnung 24	
	Konzern- Kapitalflussrechnung 26	
	Erläuterungen zum Konzern-Zwischen- abschluss 28	

BRIEF DES VORSTANDS

**Sehr geehrte Damen und Herren,
sehr geehrte Aktionäre, Mitarbeiter und XING-Mitglieder,**

der Start in die zweite Jahreshälfte verlief für die XING AG sehr erfolgreich. Nach einem konjunkturell bedingt etwas verlangsamten Umsatzwachstum der ersten Jahreshälfte, ist es uns gelungen, den Quartalsumsatz im Zeitraum von Juli bis September 2009 gegenüber dem Vorquartal um acht Prozent auf 11,7 Mio. € zu erhöhen. Dies entspricht einer Steigerung von 27 Prozent gegenüber dem Vorjahresquartal.

Auch unsere Mitgliederzahl ist in den letzten zwölf Monaten um 27 Prozent gewachsen. Seit August zählt unser Netzwerk erstmals mehr als acht Millionen Mitglieder. Insgesamt haben sich im Laufe des dritten Quartals 400 Tausend Business Professionals neu bei XING angemeldet. Damit nutzten Ende September bereits mehr als 8,3 Millionen Geschäftsleute weltweit unsere Plattform. Die Zahl unserer Premium-Mitglieder ist innerhalb der letzten zwölf Monate um 29 Prozent gestiegen. Allein im Sommerquartal konnten wir weitere 27 Tausend zahlende Mitglieder hinzugewinnen. Dies hat zur positiven Ergebnisentwicklung im dritten Quartal beigetragen. So haben wir unsere EBITDA-Marge gegenüber dem Vorquartal (Q2/2009: 23 Prozent) leicht auf 25 Prozent gesteigert. Neben dem Ausbau der Marktführerschaft in den Heimatmärkten Deutschland, Österreich und der Schweiz mit rund 3,6 Millionen Mitgliedern, ist es uns trotz der traditionell schwachen Urlaubszeit in den Sommermonaten gelungen, auch unser Mitgliederwachstum insbesondere in der Türkei und in Spanien weiter voranzutreiben. Die positive Entwicklung belegt, dass XING ein unverzichtbarer Bestandteil für unsere Mitglieder geworden ist und ein wichtiges Element bei der beruflichen Weiterentwicklung und Karriereplanung bildet.

Neben der bereits angekündigten Einführung unserer neuen Geschäftsmodelle, haben wir im abgelaufenen Quartal im Bereich der Plattformentwicklung weitere wichtige Schritte unternommen. Diese dienen insbesondere der Öffnung der XING-Plattform für Drittanbieter. Damit reagieren wir auf den Wunsch zahlreicher Mitglieder, die XING im täglichen Gebrauch noch vielseitiger nutzen möchten. Mit dem Partner Ecosystem basierend auf „OpenSocial“ haben wir unser Business Network im Juli für Drittanbieter geöffnet. Damit können externe Entwickler Applikationen aufbauen und diese nach Freigabe durch XING in das Netzwerk einbetten und XING-Mitglieder profitieren von den neuen Business-Applikationen. Die Anbieter wiederum profitieren von der Verbreitung ihrer Business-Tools über unsere reichweitenstarke Plattform.

Im Bereich „Jobs“ hat sich die Umsatzentwicklung trotz anhaltender Krise auf dem Arbeitsmarkt seit dem zweiten Quartal stabilisiert. Nach einem leichten Umsatzrückgang im ersten Quartal lagen die Umsätze bei der Stellenvermarktung im dritten Quartal bei 1,04 Mio. € nach 1,03 Mio. € im zweiten Quartal 2009. Mit ihrer einzigartigen Community für Personalentscheider ist XING in zahlreichen Ländern eine wichtige Plattform zur Suche nach geeigneten Kandidaten. Insbesondere in Deutschland gehört XING zu den attraktivsten Plattformen, was durch eine aktuelle Umfrage unter 2.600 Personalmanagern belegt wird. 48 Prozent der Befragten gaben an, unsere Plattform täglich für ihre Arbeit zu nutzen. Weitere 34 Prozent nutzen XING mindestens ein- bis dreimal in der Woche. In einer aktuellen Umfrage von PROFILO unter 484 HR-Verantwortlichen landete XING auf Platz 1 im Bereich Jobportale. Diese Umfrageergebnisse bestätigen unsere strategische Entscheidung zum Jahresbeginn für die Weiterentwicklung des e-Recruiting-Bereichs im laufenden Jahr. Dadurch stehen wir jetzt vor der Einführung zahlreicher neuer Features, die XING für Recruiter ab dem vierten Quartal noch wertvoller machen werden. Wir werden nicht nur maßgeschneiderte Funktionalitäten für die aktive Personalsuche

anbieten, sondern auch unseren gesamten „Jobs“-Bereich hinsichtlich Darstellung und Abrechnung von Stellenanzeigen verbessern. Damit schaffen wir eine einzigartige Symbiose aus der größten Community für Business Professionals in Deutschland in Verbindung mit allen von einem Job-Portal erwarteten Features. Ein wichtiger Schritt, um unsere Mitglieder noch erfolgreicher zu machen und uns gleichzeitig in diesem komplementären Markt für XING im viertem Quartal 2009 neue Erlösquellen zu erschließen.

Im Verlauf des dritten Quartals haben wir nicht nur operativ weiter Fortschritte gemacht. Mit dem Einstieg von Dr. Helmut Becker als Chief Commercial Officer (COO) konnten wir das Vorstandsgremium komplettieren. Vor seinem Wechsel zu XING war Helmut Becker als Managing Director der eBay Advertising AG tätig. Zuvor war er Geschäftsführer der eBay-Tochter Shopping.com Deutschland. Bereits am ersten Juli konnten wir mit Ingo Chu eine weitere erfahrene Führungskraft für die Position des Chief Financial Officers (CFO) der XING AG gewinnen. Ingo Chu kann auf langjährige Erfahrungen in verschiedenen E-Commerce- und Media-Bereichen zurückblicken. Zuletzt war er CFO der RTL Shop GmbH in Köln/Hannover. Mit den beiden neuen Vorständen verfügen wir jetzt auch in unserem Management über Strukturen, die es uns erlauben, unsere Geschäftsfelder weiter auszubauen und neue Erlösquellen zu erschließen.

Vor diesem Hintergrund freuen wir uns gemeinsam mit unseren hoch engagierten Mitarbeitern auf ein spannendes viertes Quartal, in dem wir einige der neuen und richtungsweisenden Geschäftsmodelle und Produkte einführen werden, an denen ein Großteil unserer Mannschaft in den letzten Monaten hart gearbeitet hat. Damit wird unser Unternehmen Schritt für Schritt auf mehrere starke Säulen gestellt, die sich hervorragend auf der Plattform ergänzen.

Vielen Dank für Ihr Vertrauen!

Hamburg, im November 2009



Dr. Stefan Groß-Selbeck
CEO



Ingo Chu
CFO



Burkhard Blum
COO



Michael Otto
CTO



Dr. Helmut Becker
CCO



XING-Aktie

Stammdaten zur XING-Aktie

Anzahl Aktien	5.271.773
Aktienart	Namensaktien
Börsengang	7. Dezember 2006
Trading Symbol	01BC
Wertpapierkennnummer (WKN)	XNG888
ISIN	DE000XNG8888
Bloomberg	01BC
Reuters	OBCGn.DE
Marktsegment	Prime Standard
Börsen	Berlin, Bremen, Düsseldorf, Frankfurt, München, Stuttgart

Wichtige Kennzahlen zur XING-Aktie	Q3/2009	Q3/2008
XETRA-Schlusskurs	36,00 €	29,94 €
Höchstkurs	36,00 €	35,50 €
Tiefstkurs	26,70 €	28,00 €
Marktkapitalisierung	190 Mio. €	162 Mio. €
Durchschnittliches Handelsvolumen je Handelstag (Stück)	18.510	8.441
Rang im TecDAX		
nach Umsatz	33	62
nach Börsenkapitalisierung	33	44
Ergebnis je Aktie (unverwässert)	0,07 €	0,34 €
Operativer Cashflow je Aktie	0,82 €	0,69 €
Eigenkapital je Aktie	10,56 €	9,93 €

Aktienkursentwicklung im Vergleich zu den Indizes	Q3/2009
XING	21,1 %
TecDAX	20,9 %
DAX	18,0 %
SDAX	20,3 %



Konzern-Zwischen- lagebericht

für den Zeitraum vom
1. Januar bis 30. September 2009

- 9 **Geschäftsverlauf**
- 18 **Produktentwicklung und Engineering**
- 19 **Risikobericht**

Geschäftsverlauf

Mitgliederwachstum

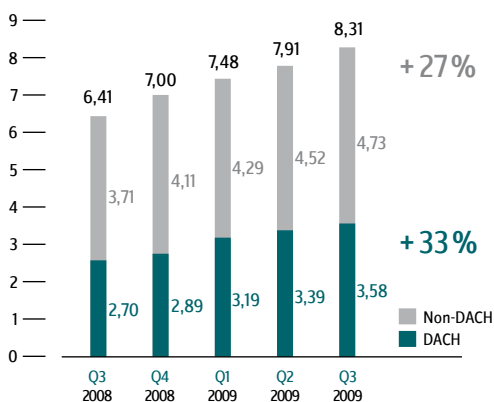
In den traditionell schwachen Sommermonaten von Juni bis September konnte XING 400 Tausend neue Mitgliedern in gewinnen. Damit hat die Gesellschaft den Vorjahreswert von 390 Tausend neuen Mitgliedern leicht übertroffen. Insgesamt haben sich in den ersten neun Monaten des Jahres 1,3 Millionen Business Professionals für eine Mitgliedschaft bei XING entschieden. Damit ist die Mitgliederbasis bis Ende September auf 8,3 Millionen angestiegen. Die Zahl der Premium-Mitglieder wuchs im dritten Quartal auf insgesamt 662 Tausend per Ende September an. Kein anderes soziales Netzwerk hat mehr zahlende Mitglieder. Das anhaltend starke Mitgliederwachstum zeigt, dass die Gesellschaft ihre marktführende Position im deutschsprachigen Raum gegenüber allen anderen Business Networks deutlich ausbauen konnte.

36 Prozent aller Mitglieder kommen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz. Ende September waren bereits 3,6 Millionen Geschäftsleute aus dem deutschsprachigen Raum auf der Plattform aktiv. Damit bleibt XING das in seinen Heimatmärkten mit deutlichem Abstand das beliebteste, meistgenutzte und am schnellsten wachsende "Professional Network", was sich auch in der hohen Kundenbindungsrate widerspiegelt. 75 Prozent der zahlenden Mitglieder sind nach drei Jahren weiterhin bereit, für die erweiterten Funktionen die Premium-Gebühr zu entrichten. Berlin ist mit 36 Prozent Mitgliederwachstum in den letzten zwölf Monaten Spitzenreiter unter den deutschen Großstädten. Bereits mehr als 200 Tausend Berliner sind über XING vernetzt. München bleibt mit 222 Tausend Mitgliedern die deutsche Stadt mit den meisten Mitgliedern. Wie in Hamburg, Frankfurt oder Zürich ist dort bereits etwa jeder fünfte Einwohner bei XING zu finden.

Neben dem starken Wachstum in Deutschland steigt auch international die Präsenz von XING im Alltag von Business Professionals. Auch außerhalb des deutschsprachigen Raums konnte XING im dritten Quartal 209 Tausend neue Mitglieder hinzugewinnen. Die Niederlassungen in Barcelona und Istanbul fördern dabei den

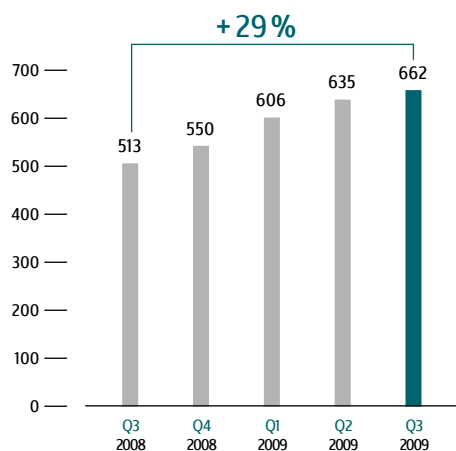
Mitgliederverteilung

in Mio.



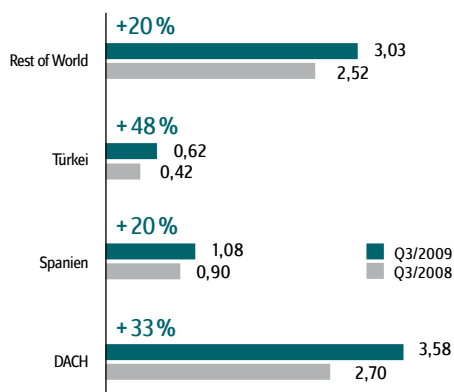
Premium-Mitglieder

in Tsd.



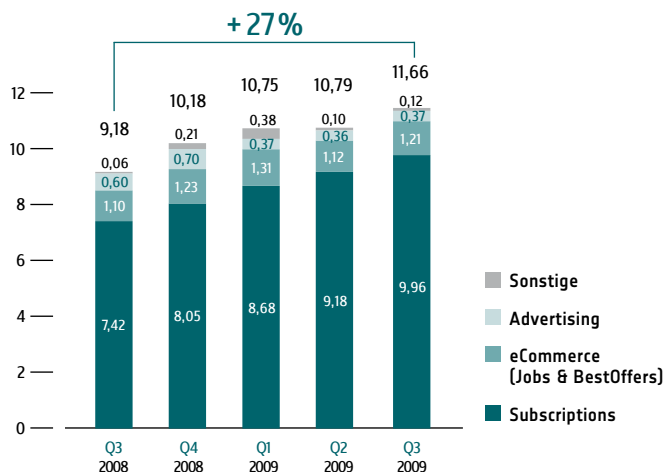
Mitglieder nach Regionen

in Mio.



Umsatzverteilung XING AG

in Mio. €



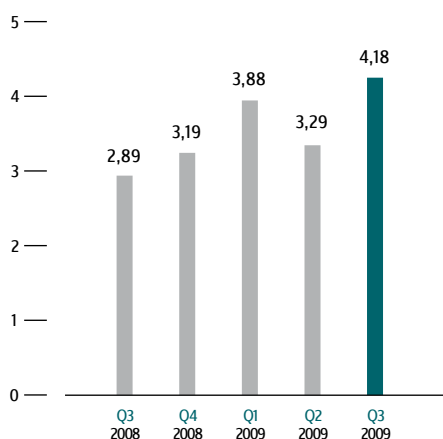
Ausbau des internationalen Business-Netzwerks in Europa. Ende September lebten 4,7 Millionen Mitglieder in Ländern außerhalb des deutschsprachigen Raums. Insbesondere in der Region rund um das Mittelmeer existieren bereits äußerst aktive Business Communities. Zu den internationalen Kernmärkten der XING AG zählen Spanien und die Türkei. Auch hier konnte die Gesellschaft ihr Mitgliederwachstum im dritten Quartal weiter steigern. Mit knapp 50 Tausend neuen Mitgliedern in Spanien und 70 Tausend neuen Mitgliedern in der Türkei zeigen die derzeitigen Fokusbereiche ihr bisher stärkstes Mitgliederwachstum. Metropolen wie Istanbul und Madrid erreichten in den letzten zwölf Monaten ein Mitgliederwachstum von 44 Prozent bzw. 57 Prozent.

Umsatzentwicklung

Im Vergleich zu den Vorquartalen hat sich das Umsatzwachstum der XING AG im dritten Quartal 2009 wieder beschleunigt. Mit 11,7 Mio. € liegt der Gesamtumsatz 27 Prozent über dem Vergleichsquartal (Q3/2008: 9,18 Mio. €) des Vorjahres und acht Prozent über dem Vorquartal. Nach wie vor sind die Premium-Mitglieder der wesentliche Umsatztreiber. 662 Tausend Mitglieder haben insgesamt 9,96 Mio. € Umsatz im Bereich „Subscriptions“ im dritten Quartal generiert. Dies entspricht einem Anstieg von neun Prozent gegenüber dem Vorquartal.

Auch der Bereich „Jobs“ hat sich im Berichtszeitraum positiv entwickelt. Hier gewinnt die Gesellschaft kontinuierlich neue Inserenten und erhöht somit ihre Reichweite. So stieg die Anzahl der Job-Inserenten erstmals mehr als 20 Tausend. Die Aktivitäten belegen eindrucksvoll, dass der Bereich immer mehr Relevanz bei den Mitgliedern gewinnt. Allein im abgelaufenen Quartal generierten XING Mitglieder 4,18 Millionen Klicks auf Stellenangebote im „Jobs“-Bereich. Das sind 45 Prozent mehr als im Vorjahresquartal und 27 Prozent Anstieg gegenüber dem 2. Quartal 2009. Trotz der nach wie vor schwierigen Rahmenbedingungen aufgrund der anhaltenden Krise hat die Gesellschaft ihren Umsatz stabilisiert und ihren Marktanteil von rund drei Prozent Ende September 2008 auf über vier Prozent zum Ende des dritten Quartals weiter ausgebaut. Noch im Verlauf des 4. Quartals 2009 wird die XING AG ihr Produktangebot für Stellenanbieter weiter ausbauen. Die Gesellschaft

„Jobs“ Klicks in Mio.



wird nicht nur eine neue Recruiter-Mitgliedschaft für die aktive Personalsuche anbieten, sondern auch den gesamten „Jobs“-Bereich hinsichtlich Darstellung und Abrechnung von Stellenanzeigen erweitern. Neben reinen Text-Anzeigen und dem bisherigen Performance-basierten Abrechnungsmodell wird XING zukünftig auch ein Festpreis-Modell sowie gestalteter Stellenanzeigen anbieten. Damit positioniert sich die Gesellschaft als vollwertiger Anbieter im mehr als 100 Mio. € starken deutschsprachigen e-Recruiting Segment.

Im Bereich „Advertising“ hat die Gesellschaft im dritten Quartal mit Werbevermarktung 372 Tsd. € Erlöst. Gegenüber dem Vergleichsquarter des Vorjahres (Q3/2008: 600 Tsd. €) verzeichnet die Gesellschaft in diesem Bereich einen Rückgang von rund 38 Prozent. Wie erwartet basiert der Umsatzrückgang auf der gegenüber dem Vorjahr deutlich geringeren Garantieleistung des Haupt-Werbevermarkters. Die XING AG wird weiterhin die Strategie verfolgen, Werbung zur Monetarisierung der nicht zahlenden Basis-Mitglieder einzusetzen und diese Erlösquelle sehr behutsam und fokussiert nutzen.

Ergebnisentwicklung

Seit ihrem Börsengang vereint die XING AG hohe Profitabilität und starkes Wachstum. Mit den im Vergleich zu früheren Quartalen überdurchschnittlichen hohen Investitionen unter anderem für die Gewinnung neuer Mitarbeiter, darunter vielen Entwicklern, hat die XING AG in diesem Jahr die Weichen für die zukünftige Entwicklung gestellt. Die Gesellschaft hat zum Jahresbeginn wichtige strategische Entscheidungen im Zusammenhang mit der Fokussierung des Geschäfts auf drei wesentliche Bereiche definiert. XING wird sich verstärkt auf den Ausbau der Penetration in Kernmärkten fokussieren, neue Erlösquellen etablieren und die internationale Expansion vorantreiben.

Bei der Umsetzung hat die XING AG entlang dieser Prioritäten bereits große Fortschritte erzielt. Noch im vierten Quartal 2009 wird die Gesellschaft neue Erlösquellen und Produkte etablieren, die dem künftigen Umsatz- und Ergebniswachstum nach Einschätzung des Managements neue Impulse verleihen werden.

Investitionen sind als Basis für eine gesteigerte Innovationskraft unabdingbar. Vor diesem Hintergrund hat sich die EBITDA-Marge wie geplant von 32 Prozent im ersten Quartal auf 23 Prozent im zweiten Quartal verringert. Im dritten Quartal ist die Marge wieder auf 2,93 Mio. € bzw. 25 Prozent gestiegen. Dabei ist zu beachten, dass der Personalaufwand im dritten Quartal einmalige Aufwendungen von etwa 300 Tsd. € beinhaltet, die durch die Verringerung des Teams in Italien entstanden sind. Darüber hinaus sind weitere 100 Tsd. € einmalige Aufwendungen dem sonstigen betrieblichen Aufwand zugeordnet. Bereinigt man das EBITDA um die Einmal-effekte, liegt das operative Ergebnis bei 3,33 Mio. €, was einer Marge von 29 Prozent entsprechen würde. Nach 1,45 Mio. € Abschreibungen, rund einer Million € Steuern und etwa 10 Tsd. € Zinseinnahmen beträgt das Nettoergebnis 0,34 Mio. € im abgelaufenen Quartal, was eine Verringerung von 81 Prozent gegenüber dem Vorquartal entspricht. Dabei ist zu beachten, dass derzeit bei der XING AG eine steuerliche Außenprüfung für die Veranlagungszeiträume 2003 – 2007 stattfindet. Aufgrund der bisherigen Feststellungen der Betriebsprüfung geht die XING AG nach intensiver fachlicher Prüfung davon aus, dass für die Gesellschaft Nachzahlungen anfallen werden. Vor diesem Hintergrund wurde im Berichtszeitraum aufwandswirksam eine Rückstellung für Betriebsprüfungsrisiken von 1,0 Mio. € gebildet. Eine endgültige Abschätzung der tatsächlich anfallenden Nachzahlungsbeträge wird erst nach Abschluss der Prüfung – voraussichtlich im 1. Quartal 2010 – möglich sein. Der operative Cashflow konnte mit 4,3 Mio. € um 18 Prozent gegenüber dem Vorjahresquartal gesteigert werden. Diese Zahlen belegen, dass die XING AG nach wie vor ein stark profitables und skalierbares Geschäftsmodell mit großem Wachstumspotenzial aufweist.

Auf Innovationskurs mit OpenSocial, Mobile und neuen Premium-Funktionen

Das Motto „Wachstum durch Innovation“ hat auch im dritten Quartal 2009 die Entwicklung von XING geprägt. Die Gesellschaft konnte ihr hohes Innovationstempo sogar weiter beschleunigen, nicht zuletzt durch eine Vielzahl neuer Applikationen von Drittentwicklern, die sie mit dem **XING Partner Ecosystem** auf einen Schlag eingeführt hat.

Den Auftakt der Innovationsoffensive machte Anfang Juli die neu eingeführte XING Applikation für **BlackBerry® Smartphones**. Mit ihr bietet XING jetzt für die in der Geschäftswelt meistgenutzten Handys spezielle Anbindungen, die unterwegs eine noch einfachere und komfortablere Nutzung des Business-Netzwerks ermöglichen. Das dies zunehmend gewünscht wird zeigt das Feedback der Mitglieder. Mit der kostenlosen Anwendung können XING-Mitglieder alle Kontaktdaten ihrer Geschäftspartner direkt am BlackBerry Smartphone aufrufen. Damit stehen die im Internet von den persönlichen Kontakten selbst aktualisierten Telefonnummern und E-Mail-Adressen stets auch unterwegs zur Verfügung.



Mitte Juli hat die XING die Anwendungsmöglichkeiten für seine zahlenden Premium-Mitglieder mit zwei neuen Premium-Features erweitert: **Dateianhänge** für Profile und automatische **Geburtstagsereinerungen**. Mit den neuen Dateianhängen für Profile ist es Premium-Mitgliedern möglich, ihre Person und ihre eigene Arbeit umfassender zu präsentieren als je zuvor. Wer beispielsweise seine Bewerbungsmappe, Arbeitsproben oder Referenzen für potenzielle Kunden oder Arbeitgeber bereitstellen möchte, kann diese jetzt bei XING direkt im eigenen Profil einstellen. Dabei hat jedes Premium-Mitglied die Möglichkeit, drei Dateien mit jeweils bis zu zwei Megabyte hochladen.

Die Geburtstagsereinerungen informieren Premium-Mitglieder automatisch per E-Mail über die persönlichen Kontakte auf XING, die am jeweiligen Tag Geburtstag haben. Die E-Mail enthält eine Verknüpfung, mit der sich eine Glückwunschnachricht versenden lässt. Mit diesem Feature kommt XING einem der am häufigsten geäußerten Mitgliederwünsche nach, denn an Personen - ob privat oder geschäftlich - zu denken und Glückwünsche zu übermitteln kann ein wichtiges CRM-Tool sein, um damit wieder einen Anknüpfungspunkt zur Kontaktaufnahme zu haben.

Nachdem XING bereits im zweiten Quartal mit „XING News“, „XING-Mitglieder fragen“ und „Twitter Buzz“ seine ersten auf der **OpenSocial**-Infrastruktur basierenden Applikationen veröffentlicht hat, startete im Juli das neue XING Partner Ecosystem mit 16 Applikationen von 13 Partnern aus sieben Ländern. Damit hat sich XING wie angekündigt für Drittentwickler geöffnet. Zugleich ist so die Möglichkeit entstanden, die eigene Funktionalität durch eine Vielzahl von zusätzlichen Anwendungen zu erweitern und den Mehrwert für die Nutzer weiter zu erhöhen, ohne eigene Ressourcen einsetzen zu müssen. So wurden bereits Tools von Huddle.net, Doodle, Dopplr, Deutsche Welle, MindMeister, SlideShare, spread, travelload, Tungle, sueddeutsche.de, Wallstreet:Online, WELT ONLINE und ZCOPE über die OpenSocial-Schnittstelle auf der Plattform eingeführt. Von aktuellen Nachrichten über die Organisation von Geschäftsreisen bis hin zum Projektmanagement und Dateiaustausch ist so eine breite Palette interessanter Anwendungen verfügbar. Diese stehen unter <https://www.xing.com/opensocial> kostenfrei zur Installation bereit und können von allen XING-Mitgliedern zusätzlich zu den gewohnten XING-Funktionen und Features genutzt werden.



Doodle*	Polls/scheduling
DOPPLR	Travel community
DW-WORLD.DE	Multilingual news
huddle	Workspaces/file sharing
mindmeister	Mindmapping
travelload	Travel organizer
Tungle	Calendar/scheduling
slideshare	Slide sharing
spread	Web meetings
sueddeutsche.de	Business quiz game
WallStreet:Online	Stock prices
WELT@ONLINE	German news
ZCOPE	Project Management

Das XING Partner Ecosystem ist eine Lösung von der alle Beteiligten profitieren. Die XING-Mitglieder kommen in den Genuss zahlreicher Applikationen, die sie bei der Arbeit unterstützen. Die XING-Partner können die Verbreitung über die reichweitenstarke XING-Plattform nutzen und ihre Anwendungen einer Community von über acht Millionen Mitgliedern anbieten. Die XING AG profitiert ebenso, weil die Plattform für Mitglieder und Partner noch wertvoller und interessanter wird. Das Interesse ist groß, sowohl auf Seiten der Mitglieder als auch der Unternehmen: Über 320.000 Nutzer haben die Anwendungen bereits installiert. Über 100 weitere Unternehmen haben sich bereits für eine Teilnahme am XING Partner Ecosystem beworben und Konzepte für neue Applikationen eingereicht. XING wählt die Partnerunternehmen selbst aus, um sicherzustellen, dass sie die Anforderungen an technische und inhaltliche Qualität und Datenschutz erfüllen und möglichst vielen Mitgliedern einen Business-relevanten Mehrwert bieten.

Mehr als 70.000 Personalmanager profitieren von neuen Features

Entlang ihrer strategischen Schwerpunkte hat die XING AG auch im dritten Quartal insbesondere die Weiterentwicklung im Hinblick auf die Nutzung der Plattform durch Stellenanbieter, Personalberater und Personalentscheider fokussiert. Bei der Suche nach neuen Mitarbeitern setzen immer mehr HR-Manager auf XING. Im September sind allein in Deutschland bereits mehr als 70 Tausend Personalmanager bei XING aktiv. Dies entspricht einem Anstieg von 26 Prozent innerhalb der letzten zwölf Monate.

Um XING Jobs bei Recruitern als den besseren Weg zur Arbeitersuche bekannt zu machen, wurde die im Juni gestartete Anzeigenkampagne auf die für diese Zielgruppe relevanten Printmedien ausgeweitet. Die XING AG schaltet ab September ganzseitige Anzeigen in den Personalfachzeitschriften Personalführung, Personalwirtschaft, Personalmagazin und Personal.

Über XING erreichen Personalentscheider deutlich mehr Fach- und Führungskräfte als über traditionelle Stellenbörsen, da über das Business-Netzwerk insbesondere interessante Kandidaten auf Jobangebote aufmerksam gemacht werden, die offen für neue Karriereperspektiven sind.

Zahlreiche Studien belegen, dass Berufstätige ihren Job heute häufiger als je zuvor wechseln. Dieser Trend wird sich in den nächsten Jahren noch verstärken. Deshalb ist die Suche nach neuen Mitarbeitern oder eigenen



Karriereperspektiven ein weiterer wichtiger Grund, warum Fach- und Führungskräfte ihr berufliches Netzwerk kontinuierlich ausbauen und nutzen. Mit rund 3,6 Millionen Mitgliedern ist XING das marktführende und am schnellsten wachsende Business-Netzwerk in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Insgesamt sind bereits über acht Millionen Berufstätige in dem internationalen Business-Netzwerk zu finden. Rund neun Prozent der XING-Mitglieder sind Geschäftsführer. Mehr als 40 Prozent arbeiten als Führungskraft mit Personalverantwortung.

Für Recruiter ist XING deshalb so attraktiv, weil das Business-Netzwerk gegenüber traditionellen Jobbörsen deutliche Reichweitenvorteile bietet. Um die Personalsuche künftig noch übersichtlicher zu gestalten und die Möglichkeiten der Suche und Ansprache potenzieller Kandidaten noch effizienter zu lösen, entwickelt XING bereits eine Vielzahl von Verbesserungen. Zahlreiche neue Features wurden Ende Oktober mit einer speziellen Mitgliedschaft für Recruiter gebündelt auf der Plattform eingeführt. Die neue **Recruiter-Mitgliedschaft** stellt den Nutzern beispielsweise neuartige Suchkriterien zur Verfügung und verbessert das Kontaktmanagement. Sie ist zu einem Einführungspreis ab 29,95 € pro Monat bei XING abonnierbar und beinhaltet zu den erweiterten Funktionen sämtliche Premium-Vorteile des Business-Netzwerks.

Im dritten Quartal fiel der Start der Testphase für in individuellem Corporate Design gestaltete Jobangebote auf „XING Jobs“. Da die Anforderungen mit der wachsenden Zahl der Nutzer steigen, entwickelt XING auch das Portal **XING Jobs** kontinuierlich weiter. Für das vierte Quartal ist geplant, die Anzeigen im Firmen-Layout als Angebot für alle Unternehmen einzuführen. Neben dem Logo können Unternehmen das Jobangebot - dem Corporate Design entsprechend - farblich anpassen oder auch Bilder hinzufügen. Mit den Test-Partnern, der Personalberatung Michael Page, der Personaldienstleister Auto Vision sowie Yello Strom haben als Test-Partner die ersten gestalteten Anzeigen im Live-Modus auf XING Jobs eingestellt.

Ausbau der Community mit neuen Konzepten für die XING-Gruppen

Ein Motor für die Mitgliederaktivität und Lebendigkeit der Community sind die **XING Gruppen**, in denen fachbezogen oder -übergreifend, regional oder international und in vielen verschiedenen Sprachen diskutiert und sich ausgetauscht wird. Im August überschritt deren Zahl erstmals die Schwelle von 30 Tausend. Bereits seit 2003 ermöglicht XING den Mitgliedern den Austausch in Gruppen und in Foren. Für Unternehmen bietet XING zudem kostenpflichtige Enterprise-Gruppen mit einer Vielzahl zusätzlicher Features an, mit denen sich Communities etwa für Mitarbeiter, Alumni und Bewerber besonders effektiv verwalten und weiterentwickeln. IBM, Microsoft, McKinsey und T-Systems etwa nutzen bereits die erweiterten Möglichkeiten des Enterprise-Angebots von XING, um ihre Gruppen mit dem eigenen Corporate Design und mehr Funktionen zu versehen.

Im Jahr 2007 hat die Gesellschaft zudem die offiziellen **Ambassador-Gruppen** eingeführt. Seither hat XING weltweit in ihrer Region renommierte Geschäftsleute auf der ganzen Welt dafür gewonnen, lokale XING-Gruppen zu betreuen und auszubauen. Diese Ambassadors moderieren offizielle regionale XING-Gruppe und veranstalten regelmäßig Networking-Events. Mehr als eine halbe Million Geschäftsleute haben allein im vergangenen Jahr an Events teilgenommen, die von Mitgliedern über die Plattform organisiert werden. Dazu zählten auch die mehr als 700 offiziellen XING live Events organisiert von den Ambassadors. Das Ambassador-Programm gibt dem Netzwerken auf der XING-Plattform eine zusätzliche Offline-Dimension - auf den offiziellen Events treffen sich die Mitglieder unter dem Motto „Persönliches zählt, Geschäftliches ergibt sich“. Mittlerweile gibt es 208 Ambassadors für 140 regionale XING-Ambassador-Gruppen: In Berlin, München, Zürich, Ankara, Santiago de Chile, Oslo und vielen anderen Städten rund um den Globus.

Der große Erfolg des Ambassador-Programms führte dazu, dass XING das Konzept nun auch auf Branchen übertragen und im Juli zusätzlich spezielle XING Xpert-Ambassador-Gruppen eingeführt hat. Das neue Programm fördert erstmals explizit branchenspezifische Gruppen auf der Plattform und richtet sich an ausgewählte Experten und Fachleute eines bestimmten Wirtschaftszweigs. So finden beispielsweise im BANKINGCLUB-ONLINE Mitglieder zusammen, die in der Banken- und Finanzbranche arbeiten. In einer anderen Xpert-Gruppe diskutieren „Gründer und Selbständige“ über für diese Zielgruppe relevante Themen. Gruppen geben XING-Mitgliedern nicht nur die Möglichkeit, sich kompetent mit anderen Branchenvertretern auszutauschen. Sie sind auch eine Chance das Offline-Networking weiter auszubauen. In den kommenden Monaten wird XING das Xpert-Gruppen-Angebot von aktuell 14 Gruppen in Deutschland, Spanien, der Türkei wird um neue branchenspezifische Gruppen erweitern. Mit den Xpert-Gruppen verfolgt die XING AG das Ziel, hochkarätigen Expertengruppen einen besonderen Status zu verleihen und sie damit unter den 30 Tausend XING-Gruppen explizit zu empfehlen.

Ein weiteres Beispiel dafür, wie Meinungsführer die XING-Gruppen nutzen, um ihre Zielgruppen zu erreichen, ist die Einführung der Gruppen für politische Parteien. Zur Bundestagswahl in Deutschland hat XING erstmals allen im Bundestag vertretenen Parteien angeboten, eine eigene und selbst moderierte Gruppe auf der Plattform zu starten. Da in der Politik für viele Branchen und Industrien richtungweisende Entscheidungen getroffen werden, die das unternehmerische Handeln beeinflussen, bieten diese Gruppen den Mitgliedern echten Mehrwert. Seit XING die Mitglieder im Superwahljahr dabei unterstützt hat, sich auch über politische Themen auszutauschen, sind CDU, CSU, SPD, FDP, Bündnis 90/DIE GRÜNEN, DIE LINKE und die Piratenpartei mit eigenen Gruppen auf XING präsent. Mitglieder finden bei XING einen direkten Kontakt zu Politikern und Parteien. Neben den rund 10 Tausend Mitgliedern der sieben Parteigruppen sind auch namhafte Politiker mit einem eigenen Profil auf XING aktiv. Über das Portal <http://wahl.xing.com/> können alle Partei-Gruppen zentral erreicht werden.



Marketing für erfolgreiche Mitgliederakquisition

Anlässlich des sechsten Geburtstages von XING am 1. November lief im September eine zehnwöchige Geburts- tagsaktion mit einem großen Gewinnspiel sowie exklusiven Jubiläumsangeboten zur XING-Premium-Mitglied- schaft an. Dabei erhielten Mitglieder beispielsweise beim Abschluss einer sechsmonatigen Mitgliedschaft zusätz- lich zwei Monate gratis. Beantworteten sie eine der Gewinnfragen richtig, hatten Mitglieder die Chance, attraktive Preise wie ein MacBook Air, einen iPod oder eines von mehreren BlackBerry Smartphone zu gewinnen.

Von vielen Mitgliedern gewünscht und ein ide- ales Geschenk für Geschäftskontakte sind die Ende September eingeführten XING **Premium- Gutscheine** zum Weiterverschenken. Ob zum Geburtstag, als Dankeschön, zum Jubiläum oder als Incentive für Mitarbeiter stellen sie ein ideales Geschenk für Geschäftskontakte dar. Mitglieder haben die Wahl zwischen vier verschiedenen Gutscheinen, die ab 9,95 € erhältlich sind. Der Beschenkte kann den Gutschein anschließend unter <http://voucher.xing.com> einlösen.



Ebenfalls im September hat die XING AG eine neue Zielgruppe ins Visier genommen: Die **Absolventen**. Sie erhielten für einen Zeitraum von drei Wochen einen 50-prozentigen Rabatt bei Abschluss einer Premium-Mitgliedschaft. Das Angebot wurde national und international mit einem Startseite-Teaser und speziellen Mailings an Studenten auf der Plattform beworben und führte bei dieser Zielgruppe zu einem Zuwachs an Neuabschlüssen von 377 Prozent.

Neben lokalen Bannerkampagnen in Spanien und der Türkei trugen internationale SEM-Kampagnen wesentlich zum Wachstum in den Kernmärkten von XING bei.

Damit auch XING Mitglieder vom starken Wachs- tum der Professional Community profitieren kön- nen, hat XING ein Partnerprogramm gestartet. Das Partnerprogramm ermöglicht es Website-Betrei- bern aus Deutschland, Österreich und der Schweiz, XING mit fertig produzierten Werbemitteln auf Ihrer Website oder ihrem Blog zu bewerben. Mit dem erfolgsbasierten Provisionsmodell erhalten die Teilnehmer für jedes von ihnen auf diesem Weg gewonnene Mitglied eine festgelegte Vergü- tung in Höhe von 1,50 €/2 CHF. Seit Juli ist XING auch auf www.100partnerprogramme.de vertreten, um weitere Affiliates zu werben und in der Bran- che Aufmerksamkeit für XING zu generieren.



Produktentwicklung und Engineering

Auch im dritten Quartal 2009 hat die XING AG ihre lange bewährte Entwicklungsagilität in der gesamten Produktentwicklung weitergetrieben. Dieses Vorgehen ermöglicht eine zügigere und passgenauere Produktimplementierung und stellt darüber hinaus die Markt- und Kundenrelevanz von Innovationen sicher. Dank der vorgezogenen Releases und die höhere Relevanz der Plattformfunktionen erfolgt schneller eine intensivere Nutzung der Plattform durch Bestands- und Neukunden. Dies treibt das Wachstum und den Erfolg der einzelnen Geschäftsmodelle.

Die Tätigkeitsschwerpunkte der Produktentwicklung waren im dritten Quartal:

- Der offizielle Launch der konzeptuellen OpenSocial Infrastruktur als „Partner EcoSystem“ mit 16 OpenSocial Applikationen und 13 externen Partnern
- Die Aufwertung der Premium Mitgliedschaft durch die Ermöglichung von Dateianhängen (CV, Referenzen etc.) im persönlichen Profil und E-Mail Geburtstageerinnerungen
- Der Ausbau der Unternehmensprofile
- Die funktionalen Verbesserungen (Job Alerts, JobTV24) des Job-Bereichs und Ausbau für B2B Vertrieb
- Die Umsetzung einer breiten Palette von Maßnahmen zur Search Engine Optimization (SEO)
- Die Weiterentwicklung der Event-Features
- Die Adaption von XING Xpert Ambassador Groups für themenbezogene Ambassadors
- Die Entwicklungen für den Ausbau weiter ertragsbringender Funktionen auf der Plattform (z.B. Recruiter-Mitgliedschaft, Company Profiles, Google TextAds)

Um den Betrieb sicherzustellen und die Plattform weiterzuentwickeln, setzt XING neben der bewährten Perl-Technologie auch auf das innovative Web-Entwicklungsframework Ruby on Rails. Um sich gegenüber Entwicklern als attraktiver Arbeitgeber zu zeigen tritt XING bei Konferenzen auf und bringt sich durch gezielte Sponsoring-Aktivitäten in der Rails-Community als innovatives Entwicklungsunternehmen ins Gespräch. Um den wachsenden Aufgaben der Zukunft gerecht zu werden, wurde das Entwicklungsteam in Hamburg und Barcelona durch neue Spezialisten verstärkt.

Risikobericht

Die permanente Überwachung und das Management von Risiken zählen zu den zentralen Aufgaben jedes börsennotierten Unternehmens. Zu diesem Zweck hat die XING AG das nach § 91 Abs. 2 AktG erforderliche Risikomanagementsystem zur unternehmensweiten Früherkennung von Chancen und Risiken implementiert.

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

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. Die Risikoverantwortlichen und Bereichsleiter werden regelmäßig zum Status bestehender Risiken und zur Identifizierung neuer Risiken befragt.

Gegenüber den im aktuellen Geschäftsbericht dargestellten Risikofaktoren hat die Gesellschaft in den vergangenen Quartalen keine weiteren wesentlichen Risiken dokumentiert.



Konzern-Zwischenabschluss

für den Zeitraum vom
1. Januar bis 30. September 2009

- 21 Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung
- 22 Konzern-Bilanz
- 24 Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung
- 26 Konzern-Kapitalflussrechnung
- 28 Erläuterungen zum Konzern-Zwischenabschluss

KONZERN-GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

für den Zeitraum vom 1. Januar bis 30. September 2009

in Tsd. €	01.07. – 30.09.2009	01.07. – 30.09.2008	01.01. – 30.09.2009	01.01. – 30.09.2008
Umsatzerlöse aus Dienstleistungen	11.571	9.115	32.635	24.894
Sonstige betriebliche Erträge	93	63	572	196
Gesamte Betriebserträge	11.664	9.178	33.207	25.090
Materialaufwand	-1	0	-22	-27
Personalaufwand	-4.487	-1.896	-11.551	-6.098
Marketingaufwand	-1.363	-1.333	-3.500	-3.302
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-2.888	-2.237	-9.315	-6.957
EBITDA	2.925	3.712	8.819	8.706
Abschreibungen	-1.450	-1.167	-4.174	-2.094
EBIT	1.475	2.545	4.645	6.612
Finanzerträge	13	397	256	1.053
Finanzaufwendungen	0	-4	-39	-17
EBT	1.488	2.938	4.862	7.648
Ertragsteuern	-1.144	-1.168	-2.342	-2.928
Gesamt-Konzernergebnis	344	1.770	2.520	4.720
Davon entfallen auf:				
Anteilseigner des Mutterunternehmens	344	1.792	2.520	4.773
Minderheitenanteile	0	-22	0	-53
	344	1.770	2.520	4.720
Ergebnis je Aktie (unverwässert) in €	0,07	0,34	0,49	0,92
Ergebnis je Aktie (verwässert) in €	0,07	0,33	0,49	0,89

KONZERN-BILANZ

zum 30. September 2009

AKTIVA in Tsd. €	30.09.2009	31.12.2008
Langfristige Vermögenswerte		
Immaterielle Vermögenswerte		
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	8.251	2.338
Erworbene Software	4.667	3.821
Selbst entwickelte Software	6.283	4.696
Geschäfts- oder Firmenwert	13.923	13.823
Sachanlagen		
EDV-Hardware und sonstige Geschäftsausstattung	2.273	1.897
Finanzanlagen		
Beteiligungen	50	24
Andere finanzielle Vermögenswerte	24	20
Latente Steueransprüche	346	346
	35.817	26.965
Kurzfristige Vermögenswerte		
Vorräte		
Waren	20	38
Forderungen und sonstige Vermögenswerte		
Forderungen aus Dienstleistungen	6.127	3.345
Ertragsteuerforderungen	90	166
Sonstige Vermögenswerte	1.354	1.281
Zahlungsmittel und kurzfristige Einlagen	38.614	42.922
Zur Veräußerung gehaltene kurzfristige Vermögenswerte	29	200
	46.234	47.952
	82.051	74.917

PASSIVA in Tsd. €	30.09.2009	31.12.2008
Eigenkapital		
Gezeichnetes Kapital	5.272	5.202
Eigene Aktien	-3.041	-2.092
Kapitalrücklagen	39.559	38.517
Sonstige Rücklagen	2.412	1.756
Bilanzgewinn	11.465	9.068
Auf die Anteilseigner der XING AG entfallendes Eigenkapital	55.668	52.451
Minderheitenanteile	0	-123
	55.668	52.328
Langfristige Verbindlichkeiten		
Latente Steuerverbindlichkeiten	2.795	2.157
Erlösabgrenzung	1.157	581
	3.952	2.738
Kurzfristige Verbindlichkeiten		
Verbindlichkeiten Finanzierungsleasing	2	122
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	886	1.393
Erlösabgrenzung	13.648	9.725
Ertragsteuerverbindlichkeiten	2.247	2.395
Sonstige Verbindlichkeiten	5.648	6.216
	22.431	19.851
	82.051	74.917

KONZERN-EIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG

für den Zeitraum vom 1. Januar bis 30. September 2009

in Tsd. €	Gezeichnetes Kapital	Kapital- rücklagen	Eigene Aktien
Stand 01.01.2008	5.202	38.517	0
Währungsumrechnung	0	0	0
Summe des direkt im Eigenkapital erfassten Ergebnisses	0	0	0
Periodenergebnis	0	0	0
Gesamtes Periodenergebnis	0	0	0
Erwerb von Minderheitenanteilen	0	0	0
Personalkosten Aktienoptionsprogramm	0	0	0
Stand 30.09.2008	5.202	38.517	0
Stand 01.01.2009	5.202	38.517	-2.092
Währungsumrechnung	0	0	0
Summe des direkt im Eigenkapital erfassten Ergebnisses	0	0	0
Periodenergebnis	0	0	0
Gesamtes Periodenergebnis	0	0	0
Erwerb eigener Aktien	0	0	-949
Erwerb von Minderheitenanteilen	0	0	0
Kapitalerhöhung zum Erwerb von Unternehmensanteilen	70	1.023	0
Nebenkosten Kapitalerhöhungen	0	0	0
Kapitalerhöhung aus anteilsbasierter Vergütung	(0,7)	19	0
Personalkosten Aktienoptionsprogramm	0	0	0
Stand 30.09.2009	5.272	39.559	-3.041

Sonstige Rücklagen	Bilanz-gewinn	Summe	Minderheiten-anteile	Eigenkapital gesamt
637	1.744	46.100	-117	45.983
-101	0	-101	0	-101
-101	0	-101	0	-101
0	4.774	4.774	-52	4.722
-101	4.774	4.673	-52	4.621
0	0	0	87	87
788	0	788	0	788
1.324	6.518	51.561	-82	51.479
1.756	9.068	52.451	-123	52.328
-97	0	-97	0	-97
-97	0	-97	0	-97
0	2.520	2.520	0	2.520
-97	2.520	2.423	0	2.423
0	0	-949	0	-949
0	-123	-123	123	0
0	0	1.093	0	1.093
-36	0	-36	0	-36
0	0	19	0	19
790	0	790	0	790
2.413	11.465	55.668	0	55.668

KONZERN-KAPITALFLUSSRECHNUNG

für den Zeitraum vom 1. Januar bis 30. September 2009

in Tsd. €	01.07. – 30.09.2009	01.07. – 30.09.2008	01.01. – 30.09.2009	01.01. – 30.09.2008
Ergebnis vor Steuern	1.488	2.938	4.862	7.648
Abschreibungen auf aktivierte Entwicklungskosten	456	227	1.296	1.513
Abschreibungen	994	940	2.878	581
Personalkosten Aktienoptionsprogramm	291	286	794	788
Zinserträge	-11	-397	-256	-1.053
Erhaltene Zinsen	11	397	256	1.053
Zinsaufwendungen	0	4	39	17
Gezahlte Zinsen	0	0	-39	-2
Gewinn aus Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens	0	0	0	-2
Gezahlte/erhaltene Steuern	-296	0	-1.976	0
Veränderung der Forderungen und sonstiger Aktiva	73	-1.422	-2.836	-4.491
Veränderung der Verbindlichkeiten und sonstiger Passiva	380	54	1.105	2.633
Veränderung der sonstigen Aktiva und Passiva durch die Akquisition konsolidierter Unternehmen	0	0	0	38
Veränderung der Erlösabgrenzung	913	611	4.499	2.740
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	4.299	3.638	10.622	11.463

Auszahlung für aktivierte selbst entwickelte Software	-1.144	-779	-2.883	-1.725
Auszahlung für den Erwerb von sonstiger Software	-177	-67	-1.861	-92
Auszahlung für den Erwerb von sonstigen immateriellen Vermögenswerten	-5	-687	-3.401	-1.302
Einzahlung aus Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens	0	0	0	3
Auszahlung für den Erwerb von Sachanlagen	-173	-439	-1.050	-1.034
Auszahlung für Akquisition konsolidierter Unternehmen (abzüglich erworbener Finanzmittel)	0	0	-4.619	-2.574
Auszahlung für Investitionen in andere finanzielle Vermögenswerte	0	-2	-30	118
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-1.499	-1.974	-13.844	-6.606
Transaktionskosten für die Ausgabe von Aktien	0	0	-36	0
Einzahlungen aus Kapitalerhöhung	0		19	
Aktienrückkauf	0	0	-949	0
Tilgung von Schulden aus Finanzierungsleasing	-31	-42	-120	-122
Gezahlte Zinsen	0	-4	0	-16
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-31	-46	-1.086	-138
Veränderung des Finanzmittelbestands	2.769	1.618	-4.308	4.719
Finanzmittelbestand zu Beginn der Periode	35.845	40.945	42.922	37.844
Finanzmittelbestand am Ende der Periode¹⁾	38.614	42.563	38.614	42.563

¹⁾ Finanzmittel bestehen aus liquiden Mitteln.

ERLÄUTERUNGEN ZUM KONZERN-ZWISCHENABSCHLUSS

zum 30. September 2009

Grundlagen der Abschlusserstellung sowie Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Der Konzern-Zwischenabschluss für die 9-Monatsperiode zum 30. September 2009 wurde in Übereinstimmung mit dem von der EU verabschiedeten International Financial Reporting Standard für Zwischenabschlüsse (IAS 34) erstellt.

Der Betrachtungszeitraum umfasst den Zeitraum vom 1. Januar 2009 bis zum 30. September 2009. Als Vorperiode wird der Zeitraum vom 01. Januar 2008 bis zum 30. September 2008 dargestellt.

Die angewandten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden des Konzern-Zwischenabschlusses entsprechen den angewandten Methoden im Konzernabschluss zum 30. Juni 2009.

Veränderungen im Konzern

Im Januar 2009 hat die XING AG die New Yorker Socialmedian Inc., eine führende Plattform im Bereich Online News Netzwerke, übernommen. Der Kaufpreis, bestehend aus Cash und Aktien, beträgt 2,9 Mio. € zzgl. eines erfolgsabhängigen möglichen Earn-Outs bis maximal 2,5 Mio. €, der innerhalb der nächsten drei Jahre zu zahlen ist.

Am 13. Januar 2009 wurde in Mailand XING Italy Srl. mit einem Eigenkapital in Höhe von 25 Tsd. € gegründet. Aufgabe der XING Italy sollte die Verbreitung des XING-Portals sowie der Vertrieb der XING-Produkte in Italien sein. Aufgrund des schwierigen Marktumfelds und der Erfahrungen der ersten Monate wurde im September 2009 beschlossen, die Aktivitäten in Italien wieder einzustellen, da der erforderliche Einsatz an finanziellen Mitteln für die realistisch zu erreichenden Ziele zu hoch wäre. Zur Abwicklung des Gesellschaft wurden im vorliegenden Quartalsabschluss Rückstellungen in Höhe von 400 Tsd. € aufwandswirksam erfasst. Hiervon betreffen 300 Tsd. € Personalverpflichtungen sowie jeweils 50 Tsd. € Verpflichtungen gegenüber rechtlichen Beratern und dem Vermieter der Geschäftsräume in Mailand.

Am 5. Februar 2009 erwarb der Konzern vertragsgemäß weitere 20 Prozent der Stimmrechte der EUDA Uslararasi Danismanlik ve Bilisim Hizmetleri Limited Sirketi (cember.net). Hierfür wurden 2.180 Tsd. € gezahlt. Der Erwerb hatte keine Auswirkung auf die Konsolidierung, da cember.net bereits voll konsolidiert wurde.

Im Januar 2009 hat der Konzern seine Anteile an der XING Hong Kong Ltd. von 85 Prozent auf 100 Prozent aufgestockt. Hierfür wurden 80 Tsd. € gezahlt. Der Erwerb hatte keine Auswirkung auf die Konsolidierung, da die XING Hong Kong Ltd. bereits voll konsolidiert wurde.

Weitere Veränderungen im Konsolidierungskreis haben seit der Aufstellung des letzten Jahresabschlusses (31. Dezember 2008) nicht stattgefunden.

Aktienoptionsplan

In den ersten 9 Monaten 2009 wurde für die Aktienoptionsprogramme 2006 und 2008 ein Betrag in Höhe von 794 Tsd. € aufwandswirksam erfasst. Die Bewertung der Aktienoptionspläne wurde von der Mercer Deutschland GmbH vorgenommen. Die Aufwendungen für beide Programme wurden mit der gleichen Bewertungsmethode berechnet.

Eigene Aktien

In den ersten 9 Monaten von 2009 wurden 31.878 eigene Aktien in Höhe zu einem Kaufpreis von 949 Tsd. € (Vorperiode: 0 Tsd. €) erworben.

Zu- und Abgänge von Vermögenswerten

Im März 2009 hat die XING AG für 3,2 Mio. € das Know how und die für die Weiterentwicklung der XING-Plattform erforderlichen Assets von der epublica erworben. In diesem Zusammenhang haben auch 18 epublica-Mitarbeiter zur XING AG gewechselt.

Der Vermögenswert für selbst entwickelte Software hat sich im 9-Monatszeitraum vom 1. Januar 2009 bis zum 30. September 2009 um 2.883 Tsd. € (Vorperiode: 1.725 Tsd. €) erhöht. Abzüglich der bislang in 2009 vorgenommenen Abschreibungen von 1.296 Tsd. € (Vorperiode 1.513 Tsd. €) ergibt sich ein Nettowachstum von 1.587 Tsd. € (Vorperiode + 212 Tsd. €). Die aktivierte selbst entwickelte Software beinhaltet u.a. Aufwendungen für Weiterentwicklungen und weitere Funktionen der Website von XING.

Der Konzern tätigte Investitionen für den Erwerb von EDV-Soft- und -Hardware sowie sonstiger Geschäftsausstattung in den ersten 9 Monaten 2009 in Höhe von 2.911 Tsd. € (Vorperiode: 1.126 Tsd. €).

Zusammensetzung der sonstigen betrieblichen Aufwendungen

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

in Tsd. €	01.01. – 30.09.2009	01.01. – 30.09.2008
IT-Dienstleistungen, betriebswirtschaftliche Dienstleistungen und Dienstleistungen für neue Märkte	3.113	1.736
Rechtsberatungs-, Prüfungs- und Buchführungskosten	1.630	1.447
Kosten für Zahlungsabwicklung	1.332	1.079
Server-Hosting, Verwaltung und Traffic	905	1.174
Reise-, Bewirtungs- und sonstige Geschäftskosten	516	301
Übrige	1.819	1.220
Gesamt	9.315	6.957

Die übrigen Aufwendungen umfassen im Wesentlichen Aufwendungen für Raumkosten, Bürobedarf und Kommunikation.

Segmentinformationen

Die XING AG verfügt über ein berichtspflichtiges Segment mit den Bereichen Subscriptions (u.a. Umsätze aus Abonnement-Mitgliedschaften und Premium-Gruppen), Advertising, Jobs, BestOffers und Sonstige.

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

in Tsd. €	01.07. – 30.09.2009	01.01. – 30.09.2009	01.07. – 30.09.2008	01.01. – 30.09.2008
Subscriptions	9.959	27.817	7.416	20.059
Advertising	372	1.105	600	1.732
Jobs	1.043	3.271	1.018	2.853
BestOffers	170	372	80	222
Sonstige	27	70	2	29
Gesamt	11.571	32.635	9.115	24.894

Der Bereich „eCommerce“ wurde in „Jobs“ umbenannt.

in Tsd. €	01.07. – 30.09.2009	01.01. – 30.09.2009	01.07. – 30.09.2008	01.01. – 30.09.2008
Dach	11.036	31.049	8.623	23.391
International	535	1.586	492	1.503
Gesamt	11.571	32.635	9.115	24.894

Die Unterscheidung der geografischen Segmente Deutschland, Sonstiges Europa, Asien, Amerika und Sonstige wurde in DACH und International geändert. Damit entspricht die geografische Segmentierung der organisatorischen Ausrichtung.

Das langfristige Segmentvermögen hat sich insbesondere durch die Aktivierung der Eigenentwicklungen für die XING-Plattform sowie die Übernahme des Know-hows und einiger Mitarbeiter der epublica GmbH, die bislang für die Entwicklung der Plattform verantwortlich war, wie folgt erhöht:

in Tsd. €	01.01. – 30.09.2009	01.01. – 30.09.2008
Deutschland	16.300	8.393
Sonstiges Europa	15.410	15.811
Amerika	3.272	0
Asien	489	8
Gesamt	35.471	24.212

Eventualverbindlichkeiten

Der Konzern hat Leasingverpflichtungen in Höhe von 290 Tsd. € (Vorperiode: 142 Tsd. €) aufwandswirksam erfasst.

Die zukünftigen Mindestleasingzahlungen aus Finanzierungsleasingverträgen betragen 3 Tsd. € innerhalb eines Jahres und 0 Tsd. € nach einem Jahr.

Des Weiteren bestehen Eventualverbindlichkeiten aus einer Earn-out-Vereinbarung mit Social Median in Höhe von 2,5 Mio €.

Nahe stehende Unternehmen und Personen

Im Berichtszeitraum wurden von der epublica GmbH Leistungen in Höhe von 271 Tsd. € (Vorperiode: 1.636 Tsd. €) in Anspruch genommen.

Wesentliche Ereignisse während und nach der Zwischenberichtsperiode

Nach Ablauf des ersten Halbjahrs haben sich keine wesentlichen Ereignisse ergeben.

Hamburg, 10. November 2009

Dr. Stefan Groß-Selbeck
 CEO
 XING AG

Ingo Chu
 CFO
 XING AG

Burkhard Blum
 COO
 XING AG

Michael Otto
 CTO
 XING AG

Dr. Helmut Becker
 CCO
 XING AG

FINANZTERMINE 2009

Datum	Veranstaltung
26. März 2009	Geschäftsbericht 2008, Hamburg
14. Mai 2009	Zwischenbericht zum ersten Quartal 2009
28. Mai 2009	Ordentliche Hauptversammlung, Hamburg
13. August 2009	Halbjahresbericht 2009
12. November 2009	Zwischenbericht zum dritten Quartal 2009

Der Finanzkalender 2010 wird mit Beginn des neuen Geschäftsjahres veröffentlicht.

IMPRESSUM UND KONTAKT

Dieser Zwischenbericht liegt in deutscher und englischer Sprache vor. Beide Fassungen sowie weitere Presseinformationen stehen auch im Internet unter www.xing.com zum Download bereit.

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

XING AG
Patrick Möller
Investor Relations
Gänsemarkt 43
20354 Hamburg
Telefon +49 40 41 91 31 - 793
Telefax +49 40 41 91 31 - 44

Chefredakteur
Patrick Möller

POWERING RELATIONSHIPS
WWW.XING.COM

Presseinformationen und aktuelle Informationen zur XING AG erhalten Sie über:

Corporate Communications
Telefon +49 40 41 91 31 - 10
Telefax +49 40 41 91 31 - 11
presse@xing.com

Konzept und Gestaltung
HGB Hamburger Geschäftsberichte
GmbH & Co. KG