
Testatsexemplar

XING AG
Hamburg

Jahresabschluss zum 31. Dezember 2016
und Lagebericht für das Geschäftsjahr 2016

Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers



Inhaltsverzeichnis

Seite

Lagebericht 2016.....	1
Jahresabschluss für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember 2016.....	1
1. Bilanz zum 31. Dezember 2016.....	3
2. Gewinn- und Verlustrechnung für das Geschäftsjahr 2016.....	5
3. Anhang 2016.....	7
Anlagenspiegel.....	21
Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers.....	1

Lagebericht für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2016

Geschäft und Strategie

Geschäftsmodelle und Steuerungssystem

Der Lagebericht orientiert sich an den folgenden berichtspflichtigen Segmenten:

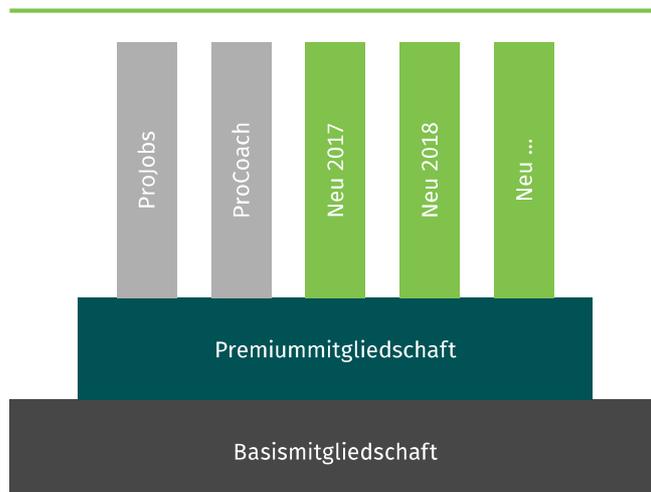
1. B2C
2. B2B E-Recruiting
3. B2B Advertising & Events
4. kununu International

Ihre Einnahmen erzielt die XING AG über verschiedene kostenpflichtige Produktangebote für Endkunden und Unternehmen. Dabei wird ein Großteil der Dienstleistungen von unseren Kunden auf Basis von Abo-Modellen im Voraus bezahlt. XING bietet seinen Mitgliedern im Wesentlichen drei Services, die in dieser Form und Kombination einzigartig sind: Den Zugang zu anderen Mitgliedern, um sich ein eigenes berufliches Netzwerk aufzubauen, einen direkten Zugang zu den Chancen am Arbeitsmarkt sowie die Versorgung mit branchen- und berufsspezifischen Informationen und News, um im Berufsleben immer auf dem Laufenden zu bleiben.

SEGMENT B2C

Strategie B2C

Strategie B2C



Das B2C-Segment umfasst alle Basisfunktionen der XING-Plattform und liefert damit die Grundlage für alle anderen Geschäftsbereiche. Dies beinhaltet einen Großteil der mobilen Anwendungen der XING-Plattform sowie die XING-API (technologische Schnittstelle zwischen der XING-Plattform und externen Entwicklern bzw. Drittanbietern).

Zusätzlich ist dieser Geschäftsbereich für den XING-Content verantwortlich. So erhalten XING-Mitglieder auf rund 30 Berufs- und Interessengruppen zugeschnittene Newsletter, die dafür sorgen, dass sie nichts mehr verpassen, was in ihrer Branche wichtig ist. Mit diesem Service ist XING mittlerweile einer der größten Distributoren von wirtschafts- und berufsbezogenen Nachrichten im deutschsprachigen Raum. Darüber hinaus haben wir „XING Klartext“ erfolgreich etabliert. XING Klartext ist ein Debattenformat, bei dem Experten zu diversen Themen kontrovers Stellung beziehen und XING-Mitglieder sich an der jeweiligen Debatte beteiligen können. Die Debatten werden angestoßen und inszeniert von einer Redaktion, die aus erfahrenen Journalisten besteht.

Die Monetarisierung im B2C-Segment geschieht über kostenpflichtige Mitgliedschaften mit erweiterten Funktionalitäten und Services. Wir unterscheiden zwischen Premium-, ProJobs-, sowie der ProCoach-Mitgliedschaft.

Die XING-Premium-Mitgliedschaft bietet eine Vielzahl von Services, wie zum Beispiel besondere Such- und Kommunikationsmöglichkeiten, exklusive On- und Offline-Angebote sowie eine Übersicht der Besucher des eigenen Profils. Sie richtet sich an ein breites Publikum, das über das beste Produktangebot von XING verfügen möchte. Die Premium-Mitgliedschaft ist in zwei Laufzeitvarianten verfügbar: die Drei-Monats-Mitgliedschaft kostet 9,95 € pro Monat, die Jahresmitgliedschaft 7,95 € pro Monat.

Für Mitglieder, die etwa auf Jobsuche sind und sich für diesen speziellen Zweck optimal präsentieren und schneller von Recruitern gefunden werden möchten, hat XING zusätzlich die ProJobs-Mitgliedschaft entwickelt. Sie ist derzeit in vier Laufzeitvarianten (3, 6, 12 oder 18 Monate) zwischen 24,95 € und 39,95 € pro Monat verfügbar.

Die dritte kostenpflichtige Mitgliedschaft ist ganz auf die Bedürfnisse von professionellen Coaches zugeschnitten. Mit der ProCoach-Mitgliedschaft helfen wir Coaches, sich und ihre Skills noch prominenter darzustellen und die Reichweite ihres Coaching-Profiles zu erhöhen. Die Mitgliedschaft ist derzeit in drei Laufzeitvarianten (12, 24 oder 36 Monate) zwischen 39,96 € und 49,96 € pro Monat verfügbar.

Die Vermarktung der kostenpflichtigen Mitgliedschaften erfolgt überwiegend durch Maßnahmen auf der XING-Plattform selbst (sogenannte Upselling-Kampagne).

Die strategische Weiterentwicklung im B2C-Segment soll überwiegend aus der Entwicklung weiterer Bezahlmitgliedschaften und somit der besseren Bedienung von speziellen Kundenbedürfnissen forciert werden.

SEGMENT B2B E-RECRUITING

Das Segment B2B E-Recruiting umfasst die Produkte und Dienstleistungen aus den Bereichen Passive Recruiting, Active Recruiting sowie Employer Branding. Diese richten sich an Unternehmenskunden. Allerdings profitieren auch XING-Mitglieder von E-Recruiting-Aktivitäten und -Angeboten, da diese wesentlich dazu beitragen, ihnen die Chancen und Möglichkeiten des Arbeitsmarktes zugänglich zu machen. Denn je mehr Personal-Recruiter die Plattform zur Personalsuche nutzen, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, das optimale Jobangebot zu erhalten.

Im Teilbereich Passive Recruiting können Personalsuchende unterschiedliche Formen von Stellenanzeigen auf der XING-Plattform veröffentlichen. Hier werden grundsätzlich zwei Abrechnungsmodelle unterschieden: Inserenten nutzen entweder die Performance-basierte Methode nach dem Pay-per-Click-Modell (0,85 € pro Klick auf eine Anzeige) oder das marktübliche Festpreis-Modell (ab 395 € pro Anzeige) mit einer vordefinierten Laufzeit von 30 Tagen.

Im Teilbereich Active Recruiting haben wir den XING TalentManager (XTM) als Produkt für die aktive Kandidatensuche und -verwaltung entwickelt. Der XTM richtet sich an Unternehmen und Personalvermittler, die auf der XING-Plattform regelmäßig nach passenden Kandidaten für die Besetzung vakanter Positionen suchen und diese kontaktieren. Die Monetarisierung erfolgt über Laufzeitverträge und wird je Lizenz mit ca. 4.000 € (pro „Seat“) im Jahr berechnet.

Darüber hinaus haben wir im Berichtszeitraum durch die Akquisition der BuddyBroker AG („eqipia“, April 2016) und mit dem Launch des XING EmpfehlungsManagers im Oktober 2016 ein weiteres Angebot für Unternehmen zur proaktiven Kandidatenansprache etabliert. Mit Hilfe des Tools können Unternehmen ihre eigenen Mitarbeiter als Headhunter einsetzen und sich geeignete Kandidaten vorschlagen lassen. Häufig erhalten die Mitarbeiter für eine erfolgreiche Kandidatenempfehlung eine Vermittlungsprovision. Das Unternehmen selbst zahlt in Abhängigkeit der eingebundenen Mitarbeiter im EmpfehlungsManager eine Lizenzgebühr zwischen 4.800 und 60.000 € pro Jahr.

Zum Teilbereich Employer Branding gehören die Employer-Branding-Profile. Arbeitgeber können mittels eines Unternehmensprofils ihre Arbeitgebermarke positiv hervorheben und interessierten Kandidaten mehr Angaben über das Arbeitsumfeld sowie weitere wichtige Informationen über sich als Arbeitgeber zur Verfügung stellen. Die Monetarisierung erfolgt in Abhängigkeit zur Anzahl der Mitarbeiter eines Unternehmens: Die Gebühr für ein Employer-Branding-Profil liegt je nach Unternehmensgröße zwischen 4.740 € und 13.140 € im Jahr.

Die Vermarktung unserer E-Recruiting-Angebote erfolgt im Wesentlichen durch eigene Vertriebsmitarbeiterinnen und -mitarbeiter.

SEGMENT B2B ADVERTISING & EVENTS

Im Segment B2B Advertising & Events werden zwei unterschiedliche B2B-Angebote zusammengefasst, da die jeweiligen Umsatzanteile in der isolierten Betrachtung zu gering ausfallen.

Im Teilbereich Advertising werden im Wesentlichen Werbeflächen auf www.xing.com vermarktet. Werbetreibende haben direkt oder über ein Vermarktungsunternehmen die Möglichkeit, XING-Mitglieder mit ihrer Botschaft und ihrem Angebot zu erreichen. Dabei stehen Werbetreibenden Formate wie beispielsweise Superbanner, Logout-Page-Ad, Activity Stream Headline, Wallpaper oder auch der wöchentliche Newsletter auf Basis von Klick-Preis- und TKP-Modellen zur Verfügung.

Darüber hinaus vermarktet XING die sogenannten Business-Seiten an Unternehmenskunden. Über die Business-Seiten können Unternehmen ihre Produkte und Dienstleistungen präsentieren und somit ihre Marketing- und Vertriebsaktivitäten unterstützen. Die professionellen Business-Seiten kosten 1.788 € im Jahr. Unternehmen können mehrere Seiten für ihre unterschiedlichen Produkte erstellen.

Im zweiten Teilbereich Events generiert XING Umsatzerlöse mit der Abwicklung von Events. Veranstalter können über die XING-Plattform die Technologie von XING nutzen, um auf alle für das Event-Management erforderlichen Prozesse – einschließlich Registrierung, Ticketausstellung und Abrechnung – zugreifen zu können. XING erhält dafür eine Gebühr von 0,99 € je Teilnehmer sowie eine variable Komponente von 5,9 Prozent des Ticketpreises. Darüber hinaus generiert XING weitere Umsätze durch professionelle Vermarktung von Events. Event-Veranstalter können beispielsweise für ein auf XING eingestelltes Event mittels eines Online-Tools die für sie relevanten Zielgruppen auswählen und ihr Event entsprechend vermarkten. Die Monetarisierung erfolgt wie beim Display-Advertising-Produkt auf TKP-Basis, ist also abhängig von der ausgewählten Reichweite für die Anzeige. Die Vermarktung der Event-Angebote erfolgt im Wesentlichen mittels der im Geschäftsbereich Events festgestellten Vertriebsmitarbeiterinnen und -mitarbeiter.

SEGMENT KUNUNU INTERNATIONAL

Im separat ausgewiesenen Segment kununu International werden derzeit lediglich die Umsätze und Ergebnisse ausgewiesen, die die XING AG mit der Bereitstellung der technischen Infrastruktur und der Erbringung von Dienstleistungen an das Joint Venture zwischen kununu und Monster Worldwide, Inc. in den USA generiert.

Marktposition

Mit unserem Fokus auf den deutschsprachigen Raum (D-A-CH) agieren wir in der größten und stärksten Wirtschaftsregion Europas. Mit mehr als 11 Millionen Mitgliedern sind wir das größte und darüber hinaus das am häufigsten (ca. 60 Millionen Visits / Monat in 2016) genutzte soziale Netzwerk für berufliche Kontakte. Diese starke Basis ist eine hervorragende Ausgangssituation, um in den kommenden Jahren durch weiteres Mitgliederwachstum und die Etablierung neuer Produktangebote und Dienstleistungen für Menschen und Unternehmen gleichermaßen weiter zu wachsen. Derzeit sind nur rund 12 Prozent der Bevölkerung im deutschsprachigen Raum Mitglied eines beruflichen Netzwerks. Das ist im internationalen Vergleich ein geringer Wert – das Potenzial für XING folglich nach wie vor groß. Gleiches gilt für das E-Recruiting-Geschäft: Der Markt ist groß und die Penetration im internationalen Vergleich gering. Insbesondere für den Teilbereich des Active Recruiting ist XING Trendsetter und entwickelt einen für den deutschsprachigen Raum völlig neuen Markt. Beim Employer Branding ist XING insbesondere über die Plattform www.kununu.de führender Anbieter von Lösungen, mit denen Unternehmen sich optimal als Arbeitgeber präsentieren können.

Strategie

Unsere Strategie orientiert sich an langfristigen, nachhaltigen Megatrends, die die Arbeitswelt in den vergangenen Jahren und nach unserer Auffassung insbesondere auch in den kommenden Jahren prägen werden. So manifestieren sich Digitalisierung, Fachkräftemangel und Wertewandel in unserer Vision „For a better working life“. Wir möchten unseren Nutzern Zugang zu relevanten und interessanten Kontakten zum Aufbau eines eigenen Netzwerks vermitteln, die Versorgung mit branchen- und berufsspezifischen Informationen sicherstellen sowie direkten Zugang zu Chancen am Arbeitsmarkt aufzeigen.

Die Digitalisierung ist nicht nur Motor der Disruption ganzer Branchen, sondern darüber hinaus Wegbereiter der technischen Voraussetzungen, die dazu führen, dass ganz neue Arten der Kollaboration möglich sind. So ist es heute kein Problem mehr, an verschiedenen Orten oder zu verschiedenen Zeiten zu arbeiten, im (virtuellen) Team oder auch allein.

Der Fachkräftemangel führt in einigen Branchen zu einer Machtverschiebung zwischen Arbeitnehmern und Arbeitgebern. Da Talente knapp sind, können diese entsprechend selbstbewusst bei der Jobsuche agieren und vielfach die Arbeitsbedingungen bestimmen.

Schließlich sind in der heranwachsenden Generation Werte wie Flexibilität, Zufriedenheit und Selbstbestimmtheit oft wichtiger als klassische Karriere-Incentives.

XING Strategie basiert auf nachhaltigen Megatrends

	Digitalisierung	Demografische Entwicklung / Fachkräftemangel	Wertewandel
			
Einfluss auf B2C-Geschäft	<ul style="list-style-type: none"> • Arbeiten von überall und zu jeder Zeit • Nachfrage nach digitalen und mobilen Angeboten 	<ul style="list-style-type: none"> • Benchmarks von Arbeitgebern • Kürzere Betriebszugehörigkeit 	<ul style="list-style-type: none"> • Flexibilität, Unabhängigkeit und selbstbestimmtes Arbeiten • Passende Work-Life-Balance
Einfluss auf B2B-Geschäft	<ul style="list-style-type: none"> • Anpassung bestehender Geschäftsmodelle • Starke Nachfrage nach Digitalexperten 	<ul style="list-style-type: none"> • Zunahme des „War for Talents“ • Notwendigkeit der proaktiven Kandidatenansprache 	<ul style="list-style-type: none"> • Neue Führungsstile • Flexibilität bei Mitarbeiter-Incentives und Sabbaticals

Diese Aspekte führen nicht nur zu nachhaltigen Veränderungen, die die Berufstätigen betreffen. Auch die Unternehmen bemerken, dass sie mit traditionellen Führungsmethoden und klassischen Incentivierungen immer schlechter in der Lage sind, im Wettbewerb und gegen den Innovationsdruck zu bestehen. Die richtigen Talente zu finden, an sich zu binden und Strukturen zu schaffen, die die Entwicklung von Innovationen überhaupt erst ermöglichen, ist in der Wissensgesellschaft ein zentraler Erfolgsfaktor. XING setzt mit seiner Strategie auf diesen nachhaltigen Megatrend auf.

Über das Segment B2C bedienen wir die Bedürfnisse unserer Mitglieder und entwickeln Angebote, die ihnen helfen, von den Veränderungen zu profitieren, ihre Kompetenzen und Fähigkeiten auszubauen und den für sie und ihre individuellen Bedürfnisse besten Arbeitgeber zu identifizieren. Darüber hinaus bietet die XING-Plattform den Mitgliedern die Möglichkeit, andere für sie relevante Mitglieder anhand von Kenntnissen und Fertigkeiten zu finden.

In den kommenden Jahren werden wir im Einklang mit unserer Mission und Vision das B2C-Angebot weiter ausbauen und neue kostenpflichtige Mitgliedschaften etablieren, zugeschnitten auf Kundengruppen, die wir heute noch nicht adäquat bedienen können.

Im Segment B2B E-Recruiting generieren wir die Umsätze ausschließlich mit Unternehmenskunden (B2B). Die strategische Weiterentwicklung des Produktangebots wird sich in den kommenden Jahren weiter entlang der Wertschöpfungskette orientieren. Heute werden bereits die zwei großen Bereiche „Attract“ und „Source“ durch das bestehende B2B-Angebot (XING TalentManager (XTM), XING EmpfehlungsManager (XRM), XING Stellenmarkt (XJM), Employer Branding Profile (EBP)) abgedeckt.

E-Recruiting Wertschöpfungskette



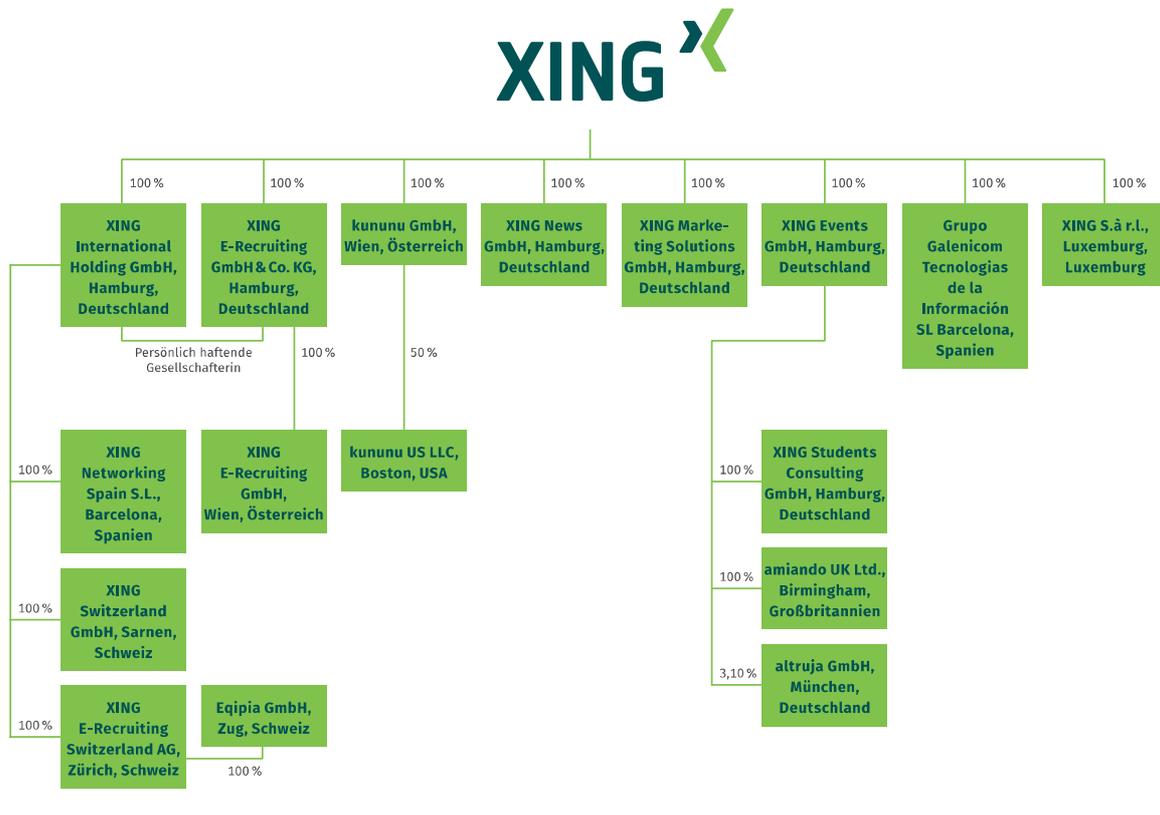
Das Segment B2B Advertising & Events soll strategisch dazu eingesetzt werden, weitere Mitglieder zu gewinnen und diese über den Lebenszyklus beispielsweise an die erweiterten kostenpflichtigen Funktionen der XING-Plattform zu binden. Durch die Vermarktung von Werbeflächen bzw. durch zusätzliche Werbeformen (wie z. B. Business Seiten) auf der XING-Plattform soll auch der Umsatz in diesem Segment ausgeweitet werden.

Um unsere strategischen Ziele zu erreichen, wollen wir insbesondere organisch wachsen, ziehen jedoch regelmäßig auch

Partnerschaften und Akquisitionen in Betracht.

Weitere Angaben zu den sich ableitenden Chancen aus der strategischen Ausrichtung werden im Chancen- und Prognosebericht erläutert.

Konzern- und Organisationsstruktur



Die XING AG hielt im abgelaufenen Geschäftsjahr insgesamt siebzehn aktive Beteiligungen an Gesellschaften im In- und Ausland, davon acht direkt und neun indirekt über Zwischengesellschaften. Fünfzehn Beteiligungsgesellschaften werden von der XING AG kontrolliert und im Konzernabschluss der XING AG daher voll konsolidiert. Seit dem Geschäftsjahr 2016 hält die kununu GmbH einen Anteil (von 50 Prozent) an der kununu US LLC, einem Gemeinschaftsunternehmen mit der Monster Worldwide Inc. An einer weiteren Beteiligungsgesellschaft hält die XING AG nur geringfügige Anteile. Diese Gesellschaft wird im Konzernabschluss daher nicht konsolidiert, sondern ihr Beteiligungswert als „Beteiligungen“ dort unter „Finanzanlagen“ geführt.

Corporate Social Responsibility

Nachhaltigkeitsverständnis

Als XING AG schaffen wir mit unserem Geschäftsmodell Transparenz und Effizienz am Arbeitsmarkt und stellen durch die professionelle Vernetzung von Menschen eine leistungsstarke Plattform zum Austausch bereit. Wir unterstützen Menschen bei der Karriereplanung und -gestaltung sowie Unternehmen in ihrem Recruiting. XING ist damit als eine Schnittstelle im beruflichen Alltag und am Arbeitsmarkt ganz wesentlich in der Wirtschaft und der Gesellschaft verankert. Zugleich ist XING selbst ein dynamisch wachsender Arbeitgeber und Geschäftspartner für andere Unternehmen. Als Steuerzahler, Spender und inhaltlicher Impulsgeber für die öffentliche Diskussion leisten wir darüber hinaus einen direkten monetären und ideellen Beitrag für die Gesellschaft.

Für das Management der XING AG beinhaltet unternehmerische Verantwortung mehr als den engen Fokus auf kaufmännische und damit ökonomische Verantwortung. Unser Unternehmen ist sich seiner unterschiedlichen Rollen bewusst und orientiert sich an den verschiedenen Ansprüchen seiner Stakeholder. Nachhaltigkeit ist für XING daher Kern

des unternehmerischen Erfolgs und seiner Zukunftssicherung. Entsprechend der Relevanz und unternehmerischen Bedeutung basiert die Verantwortung bei XING auf folgenden vier Säulen:

- Ökonomische Verantwortung
- Verantwortung für unsere Mitarbeiter
- Verantwortung für die Gesellschaft
- Verantwortung für die Umwelt

Selbstverständlich hält sich XING stets an die geltenden Rechtsvorschriften. Die Achtung der Menschenrechte ist fest in den Prinzipien des Unternehmens verankert. Zudem gelten klare Compliance-Regeln. Die entsprechende Einhaltung wird überwacht. Weitere Informationen zur Unternehmensführung finden sich auf der Website des Unternehmens unter <https://corporate.xing.com/de/investor-relations/corporate-governance/>.

Für nachhaltiges Management sind bei XING entsprechend der Unternehmensstrategie der Vorstand und in den jeweiligen Aufgaben- und Funktionsbereichen die entsprechenden Führungskräfte verantwortlich. Eine separate Nachhaltigkeitsorganisation ist nicht erforderlich. Über unser Geschäftsmodell, die Unternehmensstrategie und Steuerung sowie über unsere Risiken und Chancen berichten wir detailliert in den jeweiligen Abschnitten dieses Lageberichts.

Stakeholder-Dialog und nachhaltige Wertschöpfung

Wir pflegen einen kontinuierlichen, vertrauensvollen Austausch mit unseren Stakeholdern. Dabei gilt das Prinzip der höchstmöglichen Transparenz. Dieser Dialog ermöglicht es, neue Trends und sich verändernde Ansprüche an das Unternehmen früh zu identifizieren und in der Unternehmensführung zu berücksichtigen. Die Frequenz und Art des Austausches richten sich nach den spezifischen Erwartungen und Ansprüchen unserer wesentlichen Stakeholder. Diese lassen sich in die Gruppen Kapitalgeber (Investoren, Analysten, Banken), Partner (Kunden, Mitarbeiter, Lieferanten, Dienstleister), Öffentlichkeit (Gesetzgeber, Behörden, Justiz, Verbände) und Gesellschaft (Medien, Bildung) unterteilen.

Die Nachhaltigkeit im Unternehmen basiert primär auf ökonomischer Verantwortung. Der wirtschaftliche Erfolg ist Hauptvoraussetzung, um überhaupt Werte für die verschiedenen Stakeholder schaffen zu können. So entstehen messbare Wertbeiträge für unsere Mitarbeiter, indem wir sie als Arbeitgeber fair und leistungsorientiert vergüten. Zudem zahlen wir Dividenden an unsere Aktionäre. Darüber hinaus können unsere Aktionäre an der Steigerung des Unternehmenswertes (Aktienkursentwicklung) partizipieren. Unsere Unternehmenssteuern sind ein direkter monetärer Wertbeitrag an die Gesellschaft.

Ökonomische Verantwortung

In der Unternehmensstrategie der XING AG ist die ökonomische Verantwortung fest verankert. XING hat sich im Berichtsjahr 2016 wirtschaftlich erfolgreich entwickelt und die finanziellen wie auch die nicht-finanzbezogenen Ziele erreicht und zum Teil deutlich übertroffen.

Verantwortung für unsere Mitarbeiter

Arbeiten bei XING, das bedeutet Arbeiten in einem agilen Unternehmen, das in vielen Bereichen des New-Work-Prozesses eine Vorreiterrolle einnimmt. Denn die rasanten Veränderungen der Arbeitswelt, mit ihren teils fundamental neuen Organisationsformen und Wertvorstellungen, werden bei XING nicht nur durch zahlreiche Event- und Content-Angebote begleitet. Sie werden auch aktiv in den Unternehmensstrukturen umgesetzt, und sind somit alltäglich gelebter Teil der Positionierung „For a better working life“.

Ein erster wichtiger Beleg dafür ist die Betreuung unserer neuen Mitarbeiter. Allein im vergangenen Jahr ist die Mitarbeiterzahl im XING Konzern um 169 gewachsen, sie lag zum Jahresende bei insgesamt 961 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im XING Konzern. Ende Dezember 2016 beschäftigte die XING AG 454 (Dez. 2015: 584) Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, der Rückgang resultiert aus den Ausgründungen neuer Tochtergesellschaften in 2016. Zur schnellen und nahtlosen Integration der neuen Kollegen hat die XING Human-Resources-Abteilung ein ganzes Toolkit entwickelt, darunter Trainings, regelmäßige Feedback-Sessions und spezielle Onboarding-Workshops. Sie stellen sicher, dass sich neue Mitarbeiter von Anfang an in die XING-Unternehmenskultur mit ihren Werten und Zielen aufgenommen fühlen und damit effizient in Teamstrukturen und Workflows eingebunden werden können.

Die gezielte Förderung von neuen und bestehenden Skills, auch über das eigene abgesteckte Tätigkeitsfeld hinaus, bildet ein zentrales Element in der Führung des gesamten XING-Personals: Learning on the Job, Training, Coaching sind dabei die drei Eckpfeiler einer kontinuierlichen Qualifizierungsstrategie.

Für jeden XING-Mitarbeiter gibt es ein Weiterbildungs- und Schulungsbudget. Dieses kann in Abstimmung mit der Führungskraft genutzt werden, um gezielte Maßnahmen zu realisieren, die dem persönlichen Kenntnis- und Kompetenzstand der Mitarbeiterin oder des Mitarbeiters entsprechen. Diese individuelle Förderung, verbunden mit der

Qualität der ausgewählten Trainingspartner, führt zu einer 98-prozentigen Weiterempfehlungsquote durch die Mitarbeiter – ein immens hoher Wert für Angebote dieser Art.

Doch nicht nur die nachhaltige fachliche Qualifizierung ist eine Kernkompetenz von XING, auch in Sachen Work-Life-Balance gehen wir voran. Die Möglichkeit zu regelmäßigen Homeoffice-Tagen gehört genauso dazu, wie Angebote für flexible, unbürokratische Teilzeitleösungen. Diese gelten selbst für Führungskräfte und werden auf der Managementebene auch bereits in Anspruch genommen – ein weiterer Beleg für die Vorreiterrolle, die XING in puncto moderne Organisationsformen bei einem Unternehmen dieser Größenordnung einnimmt.

Highlight dieser Angebote ist das Anrecht auf eine zweimonatige Auszeit nach dreijähriger Betriebszugehörigkeit. Dass mit Thomas Vollmoeller der CEO selbst von dieser Sabbatical-Möglichkeit Gebrauch gemacht hat, hat dem Thema intern wie extern zu großer positiver Beachtung verholfen.

Die Freiheitsgrade, die mit solchen Angeboten eingeräumt werden, dienen nicht nur dazu, die Bindung an das Unternehmen zu stärken – sie erhöhen auch das Gefühl der Selbstverantwortung und damit letztendlich auch einer stärkeren Identifikation mit den Unternehmenszielen. Zudem unterstützen sie die Werte, die von der Generation der jüngeren Berufstätigen eingefordert werden. Echte Partizipation an Entscheidungen und ein permanenter, transparenter Feedback- und Verbesserungsprozess gehören ebenso dazu. Ein wichtiger Punkt dabei sind sicherlich die regelmäßigen All-Hands-Freitagsgespräche, bei denen der Vorstand unter anderem Stellung zu Ergebnissen der wöchentlichen Mitarbeiterumfrage nimmt.

Auch die Möglichkeit, bei Problemen jenseits der beruflichen Ebene Unterstützung zu leisten, zeichnet moderne Arbeitgeber aus. Deshalb hat XING eine Kooperation mit dem Beratungsinstitut Fürstenberg geschlossen, an das sich Mitarbeiter jederzeit und vollkommen anonym wenden können, um Hilfestellung bei schwierigen privaten Situationen zu erhalten oder wenn sie Unterstützung bei Betreuung ihrer Kinder oder Versorgung älterer Angehöriger benötigen.

All diese Maßnahmen und weitere, die für die Zukunft geplant sind, erhöhen die Attraktivität von XING als Arbeitgeber und helfen uns damit, im immer stärker werdenden Wettbewerb um die besten Talente zu bestehen.

Verantwortung für die Gesellschaft

XING verfügt über ein Geschäftsmodell, das eine wichtige gesellschaftliche Leistung erbringt. Wir sind eine effiziente Schnittstelle am Arbeitsmarkt, schaffen Transparenz und geben unabhängig wichtige Unterstützung für jeden Marktteilnehmer. Diese Funktion ist in einer mobilen und sich dynamisch wandelnden Arbeitswelt von herausragender Bedeutung.

Darüber hinaus bieten wir eine Vielzahl von Tools an, die unsere Nutzer oder Besucher auch kostenfrei und ohne Verpflichtung gegenüber dem Unternehmen nutzen können, um ihre Wettbewerbsposition am Arbeitsmarkt zu verbessern und die eigene Karriere zu befördern. Damit stiftet XING einen wichtigen gesellschaftlichen Nutzen.

Diese Tools sind im Wesentlichen:

- XING Campus: Studenten-Community mit detaillierten Informationen zu Berufsbildern
- XING Campus Magazin: Online-Blog für Studenten, Absolventen und Berufseinsteiger
- New Work Session: Eventreihe für Experten zum Austausch über neue Arbeitszeitmodelle
- Spielraum: Online-Blog über das Leben neben der Arbeit mit Impulsbeiträgen für die öffentliche Diskussion
- XING Coaches: Die führende Coaching-Plattform in der DACH-Region
- Lebenslauf.com: Tipps und Hilfestellungen für die Erstellung professioneller Lebensläufe

Verantwortung für die Umwelt

XING ist generell umweltorientiert und bemüht, in sämtlichen Aktivitäten des Geschäfts Ressourcen zu schonen und damit die Umwelt möglichst wenig zu belasten. Hieraus ergeben sich ökonomische und zugleich ökologische Vorteile. Im Zentrum stehen dabei die Maßnahmen und Initiativen für eine Reduzierung des Stromverbrauchs sowie für möglichst umweltschonende Reisetätigkeiten. Mit dem Umzug des Rechenzentrums im vergangenen Geschäftsjahr haben wir sichergestellt, dass ein wesentlicher Kostenblock ausschließlich über regenerative Energien generiert wird. Die Reisetätigkeiten werden, soweit sinnvoll, mit der Bahn unternommen.

Rahmenbedingungen und Geschäftsentwicklung

Gesamtwirtschaftliche und branchenspezifische Rahmenbedingungen

GESAMTWIRTSCHAFTLICHE RAHMENBEDINGUNGEN

Im Jahr 2016 ist das deutsche Bruttoinlandsprodukt laut dem Statistischen Bundesamt gegenüber dem Vorjahr preisbereinigt um 1,9 Prozent gewachsen. Die privaten Konsumausgaben stiegen real um 2,0 Prozent und waren der Hauptmotor des Aufschwungs. Impulse kamen außerdem von den Konsumausgaben des Staates und den Bauinvestitionen. Die Wirtschaftsleistung in Deutschland wurde im Jahresdurchschnitt 2016 von knapp 43,5 Millionen Erwerbstätigen mit Arbeitsort Deutschland erbracht, dem höchsten Beschäftigungsstand seit 1991. Das waren 429.000 mehr Erwerbstätige als im Vorjahr (+ 1,0 Prozent). Die österreichische Wirtschaft ist – getrieben von der Steuerreform und höheren Staatsausgaben – nach einer mehrjährigen Schwächephase 2016 mit 1,4 Prozent beschleunigt gewachsen (Österreichische Nationalbank). In der Schweiz expandierte die Wirtschaft nach Einschätzung der Volkswirte mit etwa 1,5 Prozent im Jahr 2016 ebenfalls stärker als im Vorjahr (SECO, KOF).

BRANCHENSPEZIFISCHE RAHMENBEDINGUNGEN

Der deutsche Arbeitsmarkt setzte 2016 seinen langjährigen Aufwärtstrend fort. Dabei stieg die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten nochmals kräftig an. Die Zahlen der Selbstständigen und Kurzarbeiter gingen 2016 weiter zurück und es wurden deutlich mehr neue bzw. freie Stellen von der Wirtschaft gemeldet. Im Jahresdurchschnitt 2016 sank die deutsche Arbeitslosenquote um 0,3 Prozentpunkte auf 6,1 Prozent (Bundesanstalt für Arbeit). Nach der international vergleichbaren Abgrenzung (ILO-Konzept) sank die deutsche Erwerbslosenquote 2016 von 4,4 Prozent auf 3,9 Prozent. In Österreich stieg die Zahl der unselbstständig Beschäftigten 2016 um 1,5 Prozent. Durch den Zuzug nahm allerdings die ILO-Erwerbslosenquote von 5,7 Prozent auf 6,1 Prozent zu. In der Schweiz blieb der Arbeitsmarkt 2016 angespannt. Die Arbeitslosenquote stieg in nationaler Definition (SECO) leicht auf 3,3 Prozent und in der ILO-Abgrenzung von 4,5 Prozent auf 4,7 Prozent.

Die Gesamtbevölkerung in Deutschland ab einem Alter von 14 Jahren ist 2016 auf knapp 70 Millionen Personen gestiegen. Laut der Studie „digital facts 2016-10“ der Arbeitsgemeinschaft Online Forschung (AGOF e. V.) nutzten davon im dreimonatigen Erhebungszeitraum bis Oktober 78,0 Prozent das Internet (Vorjahr: 76,3 Prozent). Dabei unterscheiden sich die Zugangswege je nach Altersgruppe. Über ein Drittel der über 50-Jährigen (36,7 Prozent) nutzt noch ausschließlich stationäre Angebote. In den jüngeren Altersgruppen wird dagegen deutlich der mobile Internetzugang bevorzugt. Die Altersgruppe der 30- bis 49-Jährigen nutzt zu 82,5 Prozent stationäre und mobile und zu 3,4 Prozent ausschließlich mobile Zugänge zum Internet. Im Alter bis zu 29 Jahren ist die Affinität zur mobilen Internetnutzung noch deutlicher ausgeprägter (lediglich 4,9 Prozent nutzen nur stationäre Angebote). Im Vergleich zum Vorjahr hat sich die Bedeutung der mobilen Anwendungen insgesamt weiter erhöht.

Zwei Drittel der Internetnutzer in Deutschland sind berufstätig (66,5 Prozent) und rund 13 Prozent befinden sich in der Ausbildung. Je höher der Bildungsabschluss, desto ausgeprägter ist die Nutzung des Internets. Personen mit Hochschul- oder Fachhochschulreife machen sowohl den höchsten Anteil der Nutzer von stationären (38,2 Prozent) als auch von mobilen Angeboten (40,5 Prozent) aus. Soziale Netzwerke spielen für gut die Hälfte der Nutzer eine Rolle. Bei den Themen Familie und Kinder, Jobbörsen und Online-Banking entfällt der mit Abstand größte Anteil aller Nutzer auf die Altersgruppe der 30- bis 49-Jährigen.

Finanzielle und nicht-finanzielle Leistungsindikatoren

Die Erreichung unserer strategischen Ziele und unserer Mission „Enable professionals to grow“ wird anhand von zwei finanziellen Steuerungsgrößen sowie mindestens einem nicht-finanziellen Leistungsindikator pro Segment überwacht. Es erfolgt ein regelmäßiger Vergleich mit Budgetzielen sowie einem rollierenden Forecast, der dem Vorstand und Aufsichtsrat berichtet wird.

FINANZBEZOGENE STEUERUNGSGRÖSSEN

Umsatzerlöse pro Segment

Als eine wesentliche finanzbezogene Steuerungsgröße haben wir die Entwicklung der Umsatzerlöse in den jeweiligen Segmenten definiert. Wachstum beim Umsatz ist eine direkte Folge des Wachstums bei zahlenden Mitgliedern bzw. einer Zunahme von Kunden für unsere Unternehmenslösungen sowie einer Durchsetzungsmöglichkeit höherer Preise.

EBITDA pro Segment

Die zweite wichtige finanzielle Steuerungsgröße ist das um Sondereinflüsse bereinigte operative Segmentergebnis EBITDA. Im Jahr 2016 wurden keine Bereinigungen um Sondereinflüsse vorgenommen. Zur Berechnung werden von den Segmentumsatzerlösen alle segmentbezogenen operativen Kosten subtrahiert.

Nicht-finanzbezogene Steuerungsgrößen

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

- 1. Zahl der XING-Mitglieder**
- 2. Zahl der zahlenden XING-Mitglieder**
- 3. Zahl der Unternehmenskunden (B2B-Kunden)**

Die beiden ersten Steuerungsgrößen werden im Segment B2C verwendet. Die Zahl der Unternehmenskunden (Corporate Customers) erfassen wir als Steuerungsgröße im Segment B2B E-Recruiting sowie im Segment B2B Advertising & Events, da diese Geschäftsbereiche ihre Umsatzerlöse ausschließlich durch den Verkauf von Dienstleistungen und Services an Unternehmenskunden generieren.

Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage

Abgleich des Ausblicks für 2016 und der tatsächlichen Entwicklung im Geschäftsjahr 2016

Finanzielle Leistungsindikatoren

Wir sind mit der Entwicklung der finanziellen Leistungsindikatoren im Konzern sehr zufrieden. In allen Dimensionen konnten wir die Prognose erreichen bzw. übertreffen.

Finanzielle Leistungsindikatoren	Prognose 2016	IST 2016
Umsatzerlöse Konzern	Wachstum im zweistelligen Prozentbereich	+21%
EBITDA (bereinigt um Sondereffekte) Konzern	Deutliche Steigerung des EBITDA	+31%
Umsatzerlöse Segment B2C	Wachstum im zweistelligen Prozentbereich	+14%
EBITDA (bereinigt um Sondereffekte) Segment B2C	In etwa gleichbleibendes EBITDA	+4%
Umsatzerlöse Segment B2B E-Recruiting	Wachstum im zweistelligen Prozentbereich	+33%
EBITDA (bereinigt um Sondereffekte) Segment B2B E-Recruiting	Deutliche Steigerung des EBITDA	+43%
Umsatzerlöse Segment B2B Advertising & Events	Wachstum im zweistelligen Prozentbereich	+13%
EBITDA (bereinigt um Sondereffekte) Segment B2B Advertising & Events	Deutliche Steigerung des EBITDA	+24%

Dividendenziele, Liquiditäts- und Finanzziele

2012 haben wir eine nachhaltige Dividendenpolitik angekündigt. Entsprechend ist im Jahr 2016 die Hauptversammlung dem gemeinsamen Vorschlag von Vorstand und Aufsichtsrat gefolgt und hat eine Dividende je berechtigter Stückaktie von 1,03 € beschlossen. Das cash-generative Geschäftsmodell erlaubt zum einen nachhaltige Dividendenpolitik und beeinträchtigt zum anderen nicht die weiter auf Wachstum ausgerichtete Geschäftsstrategie. Wir beabsichtigen, auch in Zukunft regelmäßige Dividendenzahlungen vorzunehmen.

Investitionen

Nach einem Investitionsvolumen (CAPEX, exkl. M&A Transaktionen) von 3,9 Mio. € in 2015 haben wir 7,2 Mio. € im Geschäftsjahr 2016 (exkl. M&A Transaktionen) investiert. Schwerpunkte der Investitionen lagen, wie auch in den Vorjahren, bei Serverkapazitäten (deutlicher Anstieg in 2016 aufgrund des Umzugs des Rechenzentrums) und Softwarelizenzen.

Nicht-finanzielle Leistungsindikatoren

Bei den nicht-finanziellen Leistungsindikatoren haben wir mit einer Ausnahme alle Prognosen erreicht. Lediglich bei der Entwicklung der B2B-Unternehmenskunden im Segment „B2B E-Recruiting“ liegt der Wert leicht unter dem Niveau des Vorjahres. Dies liegt zum einen an den stärker schwankenden Kundenzahlen bei XING-Stellenanzeigen und andererseits an einem einmaligen Sondereffekt, der durch die Beendigung des Company-Profiles-Geschäfts entstanden ist. Ohne diesen Sondereffekt wäre die B2B-Kundenbasis gewachsen. Die Prognose aller finanziellen und nicht-finanziellen Leistungsindikatoren für das laufende Geschäftsjahr 2017 wird im Chancen- und Prognosebericht detailliert erläutert.

Nicht-finanzielle Leistungsindikatoren	Prognose 2016	IST 2016
Segment B2C: Mitglieder in der D-A-CH-Region	Deutliches Wachstum	+1,83 Mio.
Segment B2C: Zahlende-Mitglieder in der D-A-CH-Region	Leichtes Wachstum	+48,0 Tsd.
Segment B2B E-Recruiting: Anzahl Unternehmenskunden	Leichtes Wachstum	-899
Segment B2B Advertising & Events: Anzahl Unternehmenskunden	Leichtes Wachstum	+3,2 Tsd.

ERTRAGSLAGE

Umsatz

Die Umsatzerlöse der XING AG stiegen von 111,5 Mio. € im Geschäftsjahr 2015 auf 144,7 Mio. € 2016 an. Dies entspricht einer relativen Wachstumsrate von 30 Prozent bzw. einem absoluten Zuwachs von 33,2 Mio. € gegenüber dem Vorjahr. Mit dem Bilanzrichtlinie-Umsetzungsgesetz (BilRUG) wurde der Begriff der Umsatzerlöse in § 277 HGB neu definiert. Bei Anwendung der Neudefinition bereits im Geschäftsjahr 2015 hätten sich Umsatzerlöse von 112,4 Mio. € ergeben.

Im Jahr 2016 steuerte das Kerngeschäft im Segment „B2B E-Recruiting“ 20,1 Mio. € zum Umsatzwachstum bei, gefolgt vom Segment „B2C“ mit einem Zuwachs von 9,7 Mio. €. Die sonstigen betrieblichen Erträge lagen mit 1,8 Mio. € unter dem Vorjahreswert von 2,8 Mio. €. Der Rückgang resultiert insbesondere aus geringeren Erträgen aus Kursdifferenzen (-0,9 Mio. € vs. 2015) und der geänderten Definition der Umsatzerlöse.

Personalaufwand

Im abgelaufenen Geschäftsjahr haben wir weitere hoch qualifizierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für XING gewinnen können, um unsere bestehenden Angebote stetig weiterzuentwickeln und neue Angebote am Markt zu etablieren. Ende Dezember 2016 beschäftigten wir 454 (Dez. 2015: 584) Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, dies entspricht einem Rückgang von 130 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern (-22 Prozent), der aus den Ausgründungen neuer Tochtergesellschaften in 2016 resultiert. Während des Geschäftsjahres 2016 waren bei der XING AG durchschnittlich 509 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (Vorjahr: 530) beschäftigt.

Der Personalaufwand ist damit leicht gesunken von 38,7 Mio. € im Jahr 2015 auf 38,4 Mio. € im Berichtszeitraum (-1 Prozent).

Sonstige betriebliche Aufwendungen

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen erhöhten sich insgesamt um 30,9 Mio. € von 54,1 Mio. € auf 85,0 Mio. €. Die wesentlichen Aufwandspositionen in diesem Bereich sind Aufwendungen für IT- und sonstige Dienstleistungen mit 45,5 Mio. € (Vorjahr: 18,2 Mio. €), Marketingaufwendungen von 13,0 Mio. € (Vorjahr: 11,7 Mio. €), Entwicklungskosten mit 7,8 Mio. € (Vorjahr: 5,8 Mio. €), Raumkosten mit 4,4 Mio. € (Vorjahr: 3,8 Mio. €), Server-Hosting, Verwaltung und Traffic mit 2,6 Mio. € (Vorjahr: 2,1 Mio. €), Kosten für Zahlungsabwicklung mit 1,9 Mio. € (Vorjahr: 2,1 Mio. €), Rechtsberatungs-, Buchführungs- und Prüfungskosten mit 1,8 Mio. € (Vorjahr: 1,4 Mio. €) sowie Reise-, Bewirtungs- und sonstige Geschäftskosten mit 1,7 Mio. € (Vorjahr: 1,8 Mio. €). Der Anstieg der Aufwendungen für IT- und sonstige Dienstleistungen resultiert im Wesentlichen aus den Ausgründungen neuer Tochtergesellschaften in 2016, die nun als Dienstleister für die XING AG tätig sind.

Abschreibungen

Die *Abschreibungen* sind gegenüber dem Vorjahr von 7,1 Mio. € auf 6,1 Mio. € gesunken (-1,0 Mio. €). Sie beinhalten insbesondere Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände in Höhe von 3,6 Mio. € (Vorjahr: 4,7 Mio. €) sowie auf Sachanlagen in Höhe von 2,5 Mio. € (Vorjahr: 2,4 Mio. €). In den Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände ist die Abschreibung auf den Geschäfts- oder Firmenwert von 1,2 Mio. € (Vorjahr: 1,2 Mio. €) enthalten.

Beteiligungsergebnis

Das Beteiligungsergebnis enthält insbesondere Erträge aus der Gewinnausschüttung der kununu GmbH, Wien/Österreich, der phasengleichen Vereinnahmung des Gewinnanteils der XING E-Recruiting GmbH & Co. KG, Hamburg, sowie der Übernahme des Jahresergebnisses der XING Marketing Solutions GmbH, Hamburg. Der Aufwand aus der Verlustübernahme resultiert aus der Übernahme des Jahresergebnisses der XING Events GmbH, Hamburg.

Finanzergebnis und Steuern

Die Zinserträge haben sich unter Beibehaltung der konservativen Anlagepolitik der XING aufgrund des niedrigen Zinsniveaus verringert. Der Zinsaufwand ist insbesondere durch die Aufzinsung von langfristigen Rückstellungen und den Bereitstellungskosten für die nicht in Anspruch genommenen Kreditlinien bedingt.

Der Steueraufwand betrug 6,1 Mio. € im Geschäftsjahr 2016 nach 5,3 Mio. € im Vorjahr.

Jahresüberschuss und Ausschüttung

Nach Abzug aller Kosten ergibt sich ein Jahresüberschuss 2016 in Höhe von 16,5 Mio. € nach 11,9 Mio. € im Vorjahr. Auf Basis der im Geschäftsjahr 2016 erzielten Ergebnisse und der Umsetzung einer nachhaltigen Ausschüttungspolitik werden Vorstand und Aufsichtsrat der kommenden Hauptversammlung am 16. Mai 2017 vorschlagen, eine Dividende von 1,37 € je Aktie (Vorjahr: 1,03 €) an die Anteilseigner auszuschütten. Darüber hinaus wird das Gremium die Ausschüttung einer zusätzlichen Sonderdividende in Höhe von 1,60 EUR je Aktie vorschlagen. Der Betrag orientiert sich einerseits am Konzernergebnis und andererseits an Benchmarks von TecDAX-Unternehmen mit vergleichbaren Wachstumszahlen.

Der Bestand an liquiden Eigenmitteln von 78,1 Mio. € zum Jahresende 2016 sowie das cash-generative Geschäftsmodell von XING ermöglichen der Gesellschaft neben der Regeldividende die Auszahlung einer zusätzlichen Sonderdividende, ohne die weiter auf Wachstum ausgerichtete Geschäftsstrategie des Unternehmens zu verändern.

ENTWICKLUNG DER SEGMENTE

SEGMENT B2C

Die XING-B2C-Plattform ist die Basis unseres Erfolgs. Auch im vergangenen Geschäftsjahr sind wir weiter stark gewachsen. So konnten wir die Segmentumsätze der XING AG um 14 Prozent auf 77,9 Mio. € steigern.

Für das anhaltend dynamische Umsatzwachstum gibt es drei wesentliche Treiber:

- 1) Eine weiter stark wachsende Mitgliederbasis
- 2) Ein stabiler Anteil von Konvertierungen zu kostenpflichtigen Mitgliedschaften
- 3) Ein verbesserter Durchschnittsumsatz je Kunde, insbesondere durch höherpreisige Spezialmitgliedschaften (ProJobs und ProCoach)

Die Attraktivität der XING-Plattform für sogenannte Business Professionals ist nach Einschätzung des Managements ungebrochen hoch. Dies manifestiert sich in den stetig zunehmenden Registrierungen neuer Mitglieder unter www.xing.com. Allein im vergangenen Geschäftsjahr meldeten sich mehr als 1,8 Millionen neue Mitglieder (2015: 1,6 Millionen) an, um ihr berufliches Netzwerk zu pflegen, neue Geschäftskontakte aufzubauen, sich über die aktuellen Angebote am Arbeitsmarkt zu informieren oder auch die für sie relevanten Branchennachrichten zu konsumieren.

Damit zählten wir zum Ende des Geschäftsjahres 2016 rund 11,4 Millionen Mitglieder auf der XING-Plattform. Inklusive der Teilnehmer aus dem Bereich XING Events liegt die Zahl der Nutzer Ende 2016 sogar bei 12,1 Millionen.

XING-Mitglieder- und -Nutzerwachstum 2016 in D-A-CH

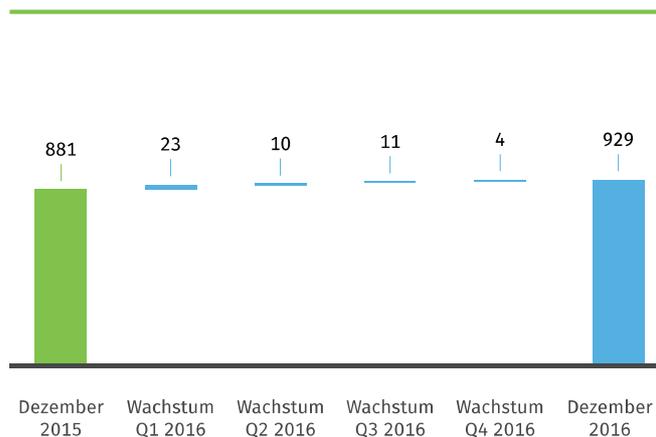
(in Millionen)



Der für die Segmentumsatz- und Ergebnisentwicklung wichtigste Indikator ist die Höhe der zahlenden Mitglieder bzw. der verkauften kostenpflichtigen Mitgliedschaften. Und auch hier konnten wir gegenüber dem Vorjahr eine deutliche Steigerung erzielen. Im vergangenen Geschäftsjahr haben sich knapp 48.000 Menschen für die kostenpflichtigen Mitgliedschaften (Premium, ProJobs oder ProCoach) entschieden (2015: 45.520).

Entsprechend betreuten wir am Ende des Geschäftsjahres 2016 rund 929.000 zahlende Mitglieder in der D-A-CH-Region (2015: 881.000).

Zahlende Mitglieder in D-A-CH (in Tsd.)



Produkte und Innovationen

Messenger – XING verbessert Nachrichtenfunktion



XING stellte im vierten Quartal 2016 den neuen Nachrichtenbereich in einer Beta-Version vor.

Wir haben den XING Nachrichtenbereich zum Instant-Messenger weiterentwickelt. Dadurch gehen wir auf neue Nutzungsgewohnheiten ein, die im Berufsumfeld eine zunehmend beschleunigte und spontane Kommunikation – gerade auch über mobile Endgeräte – voraussetzen. Unabhängig davon, ob es um eine fachliche Frage, eine Nachricht an einen nahen oder fernen Kontakt, einen neuen Auftrag oder ein Jobangebot geht – die Erwartungshaltung ist heute eine schnelle und unkomplizierte Rückmeldung ohne lange Verzögerung.

Wie bei anderen bekannten Instant-Messaging-Diensten können Nutzer anhand eines Häkchens erkennen, ob der Empfänger die versendete Nachricht bereits gelesen hat. Die Ungewissheit, ob Nachrichten überhaupt zur Kenntnis genommen wurden und die Notwendigkeit, aufwändig Erinnerungen zu verschicken, besteht somit nicht mehr.

XING-Mitglieder können zukünftig den gesamten Kommunikationsverlauf mit einem Kontakt auf einen Blick nachvollziehen. Die Darstellung des Unterhaltungsbereichs ist nicht mehr nach Nachrichten mit Betreff und dem dazugehörigen Thread unterteilt, sondern ausschließlich nach Kontakten. Auch das Erscheinungsbild ist noch intuitiver und übersichtlicher geworden. Einzelne Mitteilungen heben sich in Zukunft dank farblicher Unterlegung deutlich voneinander ab und sorgen für eine einfachere Nachvollziehbarkeit der Unterhaltungen. All diese Verbesserungen gelten genauso für Gruppenunterhaltungen.

Launch von XING Campus

Seit dem 2. Quartal 2016 bieten wir mit dem Service „XING Campus“ sowie dem XING Campus Magazin eine neuartige Form der Joborientierung. XING Campus zeigt den Nachwuchskräften auf Basis ihrer Studiengänge, welche Berufsfelder für sie besonders in Frage kommen – dazu werden die Werdegänge der mehr als 11 Millionen Mitgliederprofile auf XING ausgewertet. Abgerundet wird das Angebot durch das XING Campus Magazin, das Tipps und Tricks für den Jobeinstieg bietet. Zudem stehen mehr als 100.000 Angebote für Praktika, Werkstudenten-Tätigkeiten oder Abschlussarbeiten bereit. Der gesamte Service ist kostenfrei unter <https://www.xing.com/campus/> in der Beta-Version verfügbar.

Rund 750.000 Studierende aus dem deutschsprachigen Raum sind bereits auf XING registriert. Spätestens vor dem Jobeinstieg – also in den letzten Semestern – ist berufliches Netzwerken wichtig. Generell gilt jedoch, dass Studierende so früh wie möglich anfangen sollten, sich ein berufliches Netzwerk aufzubauen. Hierüber kann der Kontakt zu Kommilitonen, Professoren und vor allem auch Kollegen aus Praktika aufrechterhalten werden. Dieses Netzwerk wird im Laufe der Zeit Gold wert sein und den Einstieg in den Job später enorm erleichtern.

Ein Jahr Klartext

Im vergangenen Geschäftsjahr feierte XING Klartext als neuartiges journalistisches Angebot seinen ersten Jahrestag. Experten und bekannte Persönlichkeiten beziehen exklusiv Position und stellen ihre Meinungen zu aktuellen und kontroversen Themen rund um Wirtschaft und Beruf zur Debatte.

Diese Sichtweisen werden flankiert von konträren oder abweichenden Ansichten. Die XING-Mitglieder haben nicht nur die Möglichkeit, die Meinungsbeiträge zu kommentieren, sondern können auch selbst Klartext-Autoren werden und sich interaktiv an der Debatte beteiligen. Die Auswahl trifft unser Redaktionsteam rund um die Chefredakteurin Jennifer Lachman.

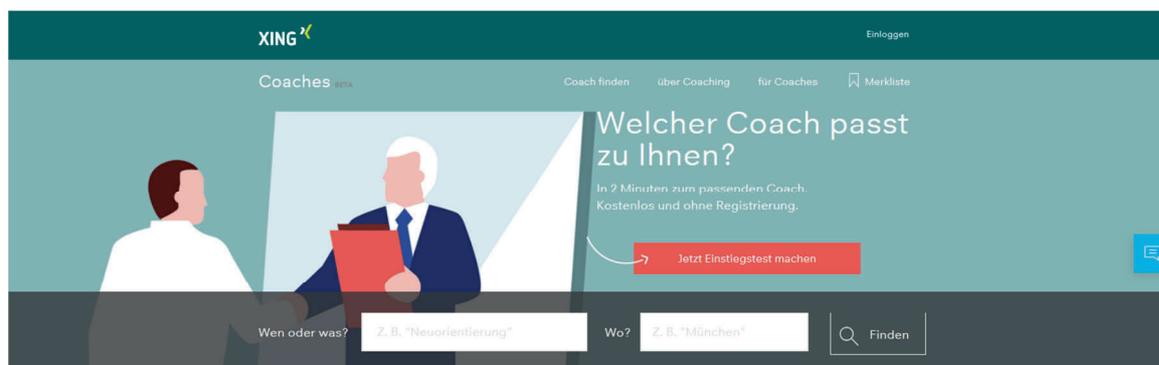
Mit den Angeboten wollen wir unsere Mitglieder dabei unterstützen, beruflich auf dem Laufenden zu bleiben. XING-Mitgliedern bieten wir ein maßgeschneidertes Informationsangebot – lokal, nah und relevant.



Bezahlangebote ausgebaut – Start der größten Coaching-Plattform in D-A-CH

Permanente Weiterbildung und Flexibilität sind laut der Studie „Kompass Neue Arbeitswelt“ die am stärksten erwarteten zukünftigen Veränderungen der Arbeitswelt. Entsprechend nimmt die Nachfrage nach professionellen Coachings zu. Deswegen haben wir eine spezielle Plattform für alle Fragestellungen rund um das Thema Coaching gelauncht. Damit machen wir einen stark fragmentierten Markt transparenter.

Auf XING Coaches können sich Coaches professionell präsentieren und neue Kunden gewinnen, Suchende finden den passenden Coach für ihre Situation. Bereits zum Start bündelt die Plattform mehr als 50.000 Coaches. Somit handelt es sich um die größte Coaching-Plattform im deutschsprachigen Raum.



Für Suchende: Schnell und einfach den passenden Coach aus über 50.000 finden

XING Coaches richtet sich an Coaches und deren potenzielle Kunden wie HR-Abteilungen und Führungskräfte, aber auch an Privatpersonen. Vielfältige Suchmöglichkeiten – u. a. nach Ort, Arbeitsschwerpunkten, Anlässen – sowie Filterfunktionen helfen bei der Auswahl unter mehr als 50.000 Coaches.

Für Coaches: Professionelle Präsentation im XING-Umfeld

Für die Spezialisten selbst bietet XING Coaches wiederum die Möglichkeit, sich professionell zu präsentieren, eine breite

Zielgruppe von Personalabteilungen über Führungskräfte und Privatpersonen zu erreichen und so zusätzliche Kontakte aufzubauen und Kunden zu gewinnen. Das Coach-Profil ist dabei genau auf das Berufsbild des jeweiligen Coaches abgestimmt. So können zum Beispiel Angaben zu Schwerpunkten und Methoden, angebotenen Coaching-Formen, Zielgruppen und Branchen oder auch Informationen zu Kontaktmöglichkeiten und zur Ausbildung eingetragen werden.

SEGMENT B2B E-RECRUITING

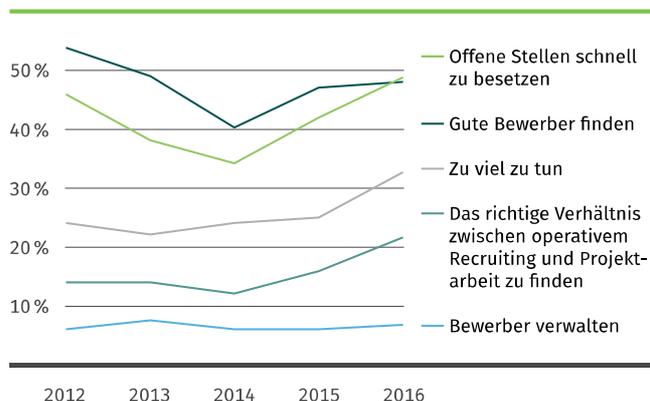
Unsere E-Recruiting-Angebote für Unternehmenskunden (B2B) haben sich auch im vergangenen Geschäftsjahr dynamisch entwickelt.

So konnten wir unseren Segmentumsatz der XING AG auf 52,1 Mio. € um 63 Prozent gegenüber dem Vorjahr (2015: 32,0 Mio. €) steigern.

XING ist in den Bereichen Passive Recruiting (XING Jobs Marketplace), Active Sourcing (XING TalentManager und XING Referral Manager) sowie Employer Branding (Employer-Branding-Profile, kununu) aktiv.

Der anhaltende Erfolg unserer Recruiting-Angebote basiert auf den strukturellen Veränderungen im Arbeitsmarkt. Digitalisierung, demografische Entwicklungen sowie der Wertewandel der jungen Arbeitnehmergeneration stellen Unternehmen vor große Herausforderungen. So gibt laut einer Studie des Institute for Competitive Recruiting (ICR) fast jedes zweite Unternehmen an, Schwierigkeiten zu haben, offene Stellen zu besetzen oder gute Bewerber zu finden.

Was sind für Sie persönlich die größten Herausforderungen aktuell im Recruiting?



Quelle: Institute for Competitive Recruiting

Mit unseren Angeboten möchten wir Unternehmen und Unternehmer in die Lage versetzen, mit Hilfe von digitalen Recruiting- und Employer-Branding-Lösungen ihre offenen Stellen schneller zu besetzen sowie mehr und bessere Kandidaten zu identifizieren.

Dazu haben wir in den vergangenen Jahren die Produkte für B2B-Kunden deutlich ausgebaut und stetig verbessert.

So konnten wir im April des vergangenen Geschäftsjahres unser E-Recruiting-Angebot dank der erfolgreichen Akquisition von eqipia um eine weitere wichtige Recruiting-Lösung im Teilbereich Active Sourcing ergänzen.

XING übernimmt Anbieter für Employee-Referral-Lösungen

Eqipia ist das führende intelligente und automatisierte Mitarbeiterempfehlungsprogramm in der Schweiz. Mitarbeiterempfehlungen sind im Personalwesen ein signifikanter Erfolgsfaktor. So sind in den USA bereits rund 40 Prozent aller Neueinstellungen auf Empfehlungen von eigenen Mitarbeitern zurückzuführen, jedoch nur etwa 7 Prozent aller eingehenden Bewerbungen (Quelle: Jobvite 2012), da Unternehmen oftmals keine professionellen Prozesse oder Tools für die Einbindung dieses wichtigen Recruiting-Kanals in ihre HR-Strategie implementiert haben. Hier besteht großes Potenzial, durch automatisierte bzw. digitale Lösungen den Anteil der Bewerbungen über Empfehlungen bzw. das zielgerichtete Nutzen des sozialen Graphs signifikant zu steigern, die Zahl der Einstellungen deutlich zu erhöhen und Recruiting-Prozesse zu beschleunigen. Mit dem eqipia EmpfehlungsManager wird dieser Prozess digitalisiert und automatisiert.

Unternehmen können so qualifiziertere Kandidaten bei gleichzeitig deutlich geringeren Kosten identifizieren – und das in viel kürzerer Zeit als auf herkömmlichem Wege. Die eigenen Mitarbeiter treten als Botschafter des eigenen Unternehmens auf, die Ansprache von Kandidaten ist persönlich, verlässlich und hoch relevant. Deshalb ist die Quote der tatsächlich erfolgten Einstellungen von empfohlenen Kandidaten auch besonders hoch.

Nach erfolgreichem Abschluss der Transaktion und Übernahme des eqipia-Teams haben wir bereits wenige Monate später im

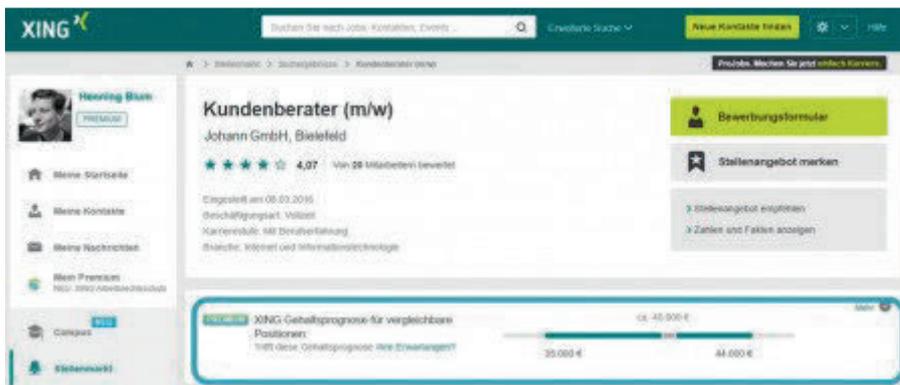
Oktober 2016 die integrierte Lösung unter dem Namen XING EmpfehlungsManager (XRM) auf der „Zukunft Personal“ in Köln vorgestellt. Seitdem ist der XRM unter <https://recruiting.xing.com/de/e-recruiting-loesungen/empfehlungsmanager/> erhältlich.

Ende 2016 betreuten wir über alle vier Recruiting-Angebote ca. 17.000 Unternehmenskunden (B2B) (2015: 17.930) im Segment B2B-E-Recruiting. In den Teilbereichen Active Sourcing und Employer Branding (kununu) verzeichneten wir ein starkes Kundenwachstum. Die Gesamtzahl der B2B-Kunden ist gegenüber dem Vorjahr leicht gesunken, insbesondere da hier der einmalige Sondereffekt bei der Einstellung des alten XING-Unternehmensprofilgeschäfts auftrat.

XING schafft Gehaltstransparenz im Jobmarkt

Auch unsere bestehenden Produkte werden kontinuierlich entlang der Nutzerbedürfnisse weiterentwickelt. So haben wir im März eine Erweiterung unseres XING Stellenmarkts vorgenommen. Wir zeigen unseren Nutzern, wie viel man in welcher Position verdienen kann und widmen uns damit einem der größten Tabuthemen in der Arbeitswelt: dem Thema Gehaltstransparenz. So finden unsere Premium-Mitglieder auf über 350.000 Stellenanzeigen im XING Stellenmarkt geschätzte Gehaltsinformationen, basierend auf unseren Analysen und Umfragen. Unser Ziel: Wir wollen unseren Mitgliedern helfen, sich mit einem Blick ein Bild über die wahrscheinliche Gehaltsspanne der von ihnen aufgerufenen Stellenanzeige zu informieren.

Wie funktioniert das? Sofern der Arbeitgeber ein konkretes Gehalt für die Stelle übermittelt hat, zeigen wir unseren Premium-Mitgliedern dieses in einem neuen Bereich oberhalb der Anzeige an. Hat der Arbeitgeber kein konkretes Gehalt übermittelt, finden sie auf vielen Stellenanzeigen stattdessen einen Balken, der die geschätzte marktübliche Gehaltsspanne für derartige Positionen darstellt. Für die Erstellung dieser Spanne werten wir unterschiedliche Quellen aus. So nutzen wir u. a. konkrete Gehaltsangaben anderer vergleichbarer Stellenanzeigen sowie Ergebnisse vom Gehaltsreport des Manager Magazins, den wir jährlich gemeinsam mit dem Wirtschaftsmagazin erstellen. Um eine möglichst realistische Angabe zu erhalten, werden zudem der Standort des Arbeitgebers, die Unternehmensgröße und Branche sowie das Karrierelevel berücksichtigt. Bei Stellenanzeigen, für die keine ausreichende Datenbasis vorliegt, entfällt dieser Balken.

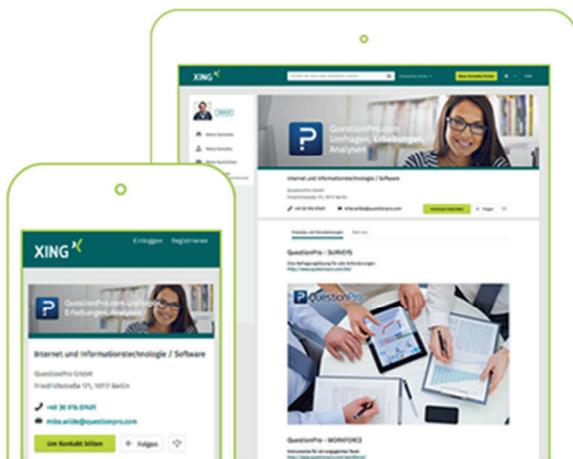


SEGMENT B2B ADVERTISING & EVENTS

Neben dem B2C-Netzwerkgeschäft und dem B2B-E-Recruiting-Angebot haben wir in unserer Berichterstattung die zwei kleineren B2B Business Units Advertising und Events zusammengefasst. Im angelaufenen Geschäftsjahr haben beide Business Units einen etwa gleich großen Umsatzbeitrag geleistet. Das Wachstum im Segment B2B Advertising & Events wurde überwiegend durch das Advertising-Geschäft erzielt. Der Segment-Umsatz der XING AG erhöhte sich insgesamt um 14 Prozent auf 12,9 Mio. € (2015: 11,3 Mio. €). In 2016 konnten wir erstmals auch im Teilbereich Events den Break-Even auf Ebene der Business Unit erreichen.

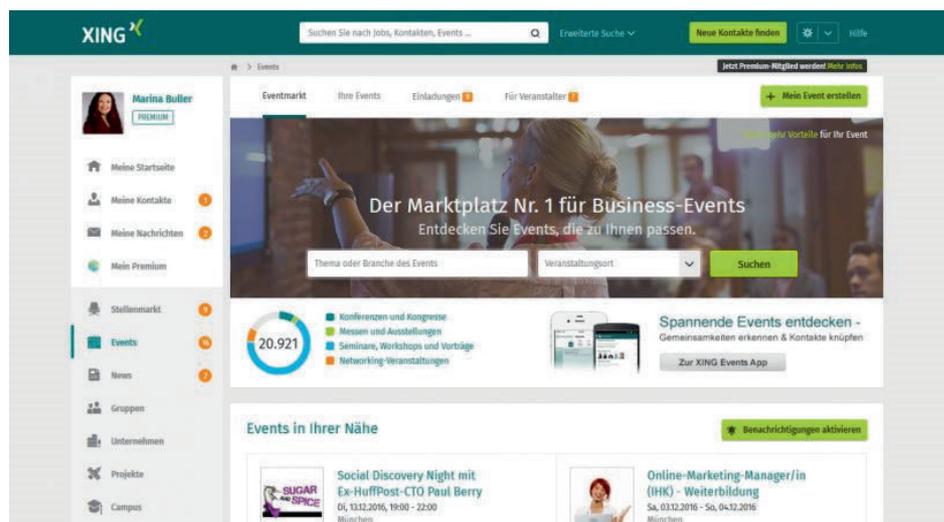
Teilbereich Advertising – Launch der XING-Business-Seiten

Seit dem zweiten Quartal 2016 haben wir unser Advertising-Angebot um die Business-Seiten erweitert. Mit einer Business-Seite auf XING können Unternehmen auf ihre Produkte und Dienstleistungen aufmerksam machen. Mit wenigen Klicks kann mit Hilfe des Editors ein maßgeschneiderter Unternehmensauftritt mit Grafiken, Videos oder Fotos in den jeweiligen Firmenfarben erstellt werden. Über die Business-Seiten können Unternehmen dann in einen qualifizierten Austausch mit potenziellen Kunden treten und immer sehen, welche Mitglieder sich für die Produkte und Dienstleistungen interessieren. Die Sichtbarkeit dieses Auftritts kann mit Hilfe des XING AdManagers (Anzeigentool) dank zahlreicher Targeting-Optionen deutlich erhöht werden und somit eine gut ausgesteuerte Ansprache der Wunsch-Zielgruppe erfolgen.



Teilbereich Events

In der Business Unit Events liegt der Schwerpunkt auf der Unterstützung für Veranstalter, schneller bzw. besser die Teilnehmerzahl für ihre Events zu erhöhen. Darüber hinaus generieren wir über unseren Events-Bereich zusätzliche Mitglieder für die XING-Plattform selbst, um z. B. nach Workshops oder Seminaren weiterhin mit den Teilnehmern in Kontakt bleiben zu können.



Im vergangenen Geschäftsjahr haben wir neue Funktionen sowie ein neues Preismodell für Veranstalter eingeführt.

Basic

Der Basic-Tarif funktioniert nach dem „free for free“-Prinzip, d. h. wenn Veranstalter Events mit ausschließlich kostenlosen Tickets anbieten, zahlen unsere Kunden auch nichts für den XING TicketingManager. Bei diesen Events kann es sich beispielsweise um Networking-Veranstaltungen, Webinare oder Firmenveranstaltungen handeln. Aber auch Veranstaltungen privater Natur wie Get-Together oder Klub-Stammtische profitieren vom Basic-Tarif.

Business

Der Business-Tarif ist ideal für Veranstalter von kostenpflichtigen Business-Events wie Konferenzen und Seminare. Er bietet eine Reihe von zusätzlichen Funktionen und Services.

Dazu gehört beispielsweise ein viersprachiger Support. Zusätzlich haben Veranstalter die Möglichkeit, unterschiedliche Ticket-Kategorien mit unterschiedlichen Preisklassen zu erstellen. Somit können sie ihr Ticket-Angebot direkt in unser System übernehmen.

Darüber hinaus bieten wir Veranstaltern wie gewohnt eine sichere Zahlungsabwicklung mit allen gängigen Zahlungsarten.

Professional

Je größer und komplexer ein Event ist, desto spezifischer werden auch die Anforderungen. Der Professional-Tarif richtet sich deshalb an alle Veranstalter, die große und komplexe Konferenzen und Messen organisieren. Bei dieser Preisvariante bieten wir zusätzliche Funktionen, durch die ein Event noch individueller gestaltet werden kann.

Dazu gehören eine persönliche Beratung und die Einrichtung eines professionellen Ticketshops. Auch White Labeling für den Ticketshop kann hinzugebucht werden. Für Registrierungsmasken, Teilnehmersdokumente und Badges können individuelle Designs erstellt werden. Zusätzlich erhalten Veranstalter eine individuelle Einlasslösung.

SEGMENT KUNUNU INTERNATIONAL

Neben der konsequenten Fortführung der XING-Wachstumsstrategie im Kernmarkt D-A-CH geht unsere österreichische Unternehmenstochter kununu zusätzlich neue Wege. So hat das Unternehmen in den USA ein Joint Venture mit der Jobplattform Monster vereinbart, um das in der D-A-CH-Region bereits erfolgreich etablierte Modell der Schaffung von Transparenz über die Qualität von Arbeitgebern auch außerhalb der Kernmärkte umzusetzen. Das Joint Venture selbst ist mit Sitz in Boston gegründet worden und bereits im US-amerikanischen Markt aktiv. Für das US-Angebot wird die Expertise von kununu in den Bereichen Arbeitgeber-Bewertung und Employer Branding mit dem Markt-Know-how, der Marketing-Expertise und der Reichweite von Monster verbunden. So konnten bereits mehr als 300.000 Unternehmensbewertungen auf der amerikanischen kununu-Plattform in kurzer Zeit für US-Unternehmen generiert werden. Ebenso konnten bereits erste Verträge mit US-amerikanischen Unternehmen geschlossen werden.

VERMÖGENSLAGE

Das Anlagevermögen hat sich um 1,2 Mio. € von 22,3 Mio. € im Vorjahr auf 23,5 Mio. € zum 31. Dezember 2016 erhöht. Dies hängt im Wesentlichen mit Investitionen in Serverkapazitäten (deutlicher Anstieg in 2016 aufgrund des Umzugs des Rechenzentrums) zusammen. Der Anteil des Anlagevermögens an der Bilanzsumme hat sich gegenüber dem Vorjahr (18,8 Prozent) auf 17,3 Prozent leicht verringert. In der Folge ist der Anteil des Umlaufvermögens und des Rechnungsabgrenzungspostens auf 82,7 Prozent (Vorjahr 81,2 Prozent) leicht gestiegen.

Am 31. Dezember 2016 bestand das bilanzielle Vermögen mit 81,3 Mio. € (Vorjahr: 75,8 Mio. €) bei einer Bilanzsumme von 135,5 Mio. € (Vorjahr: 118,4 Mio. €) zu 60,0 Prozent (Vorjahr: 64,0 Prozent) aus liquiden Mitteln. In den liquiden Mitteln zum 31. Dezember 2016 waren Fremdzahlungsmittel des Geschäftsbereichs XING Events von 3,2 Mio. € (Vorjahr: 3,0 Mio. €) enthalten. Die Eigenzahlungsmittel betragen mit 78,1 Mio. € 57,6 Prozent der Bilanzsumme (Vorjahr: 72,8 Mio. € bzw. 61,5 Prozent).

Der Anstieg der Forderungen aus Dienstleistungen von 13,1 Mio. € im Vorjahr auf 16,7 Mio. € zum 31. Dezember 2016 ist überwiegend im weiteren Anstieg der Umsatzerlöse begründet. Die Forderungen aus Dienstleistungen betreffen hauptsächlich Forderungen im B2B-Bereich und Forderungen aus Mitgliedsbeiträgen gegenüber Premium-Mitgliedern.

Die Forderungen gegenüber verbundenen Unternehmen von 10,5 Mio. EUR betreffen insbesondere Forderungen gegenüber der kununu GmbH, Wien, Österreich, aus der Gewinnausschüttung sowie Forderungen gegenüber der XING International Holding GmbH, Hamburg, aus der Finanzierung des Erwerbs der BuddyBroker AG.

Die sonstigen Vermögensgegenstände sind um 0,2 Mio. € von 1,6 Mio. € im Vorjahr auf 1,8 Mio. € zum 31. Dezember 2016 erhöht. Durch das Umsatzwachstum von XING ergeben sich hier höhere Forderungen gegen Kreditkartenunternehmen.

FINANZLAGE

Eigenkapital und Schulden

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

Die Eigenkapitalquote lag am Bilanzstichtag bei 39,9 Prozent gegenüber 43,7 Prozent im Jahr 2015. Diese Verminderung ergibt sich insbesondere durch die in 2016 gezahlten Dividenden (Regeldividende in Höhe von 5,8 Mio. € und Sonderdividende in Höhe von 8,4 Mio. €) und dem Anstieg der Erlösabgrenzung (+12,0 Mio. €) welche durch das positive Jahresergebnis von 16,5 Mio. € nicht vollständig kompensiert werden konnten. XING ist damit auch weiterhin sehr gut für zukünftiges Wachstum positioniert.

Das Anlagevermögen war mit 230,0 Prozent (Vorjahr: 232,0 Prozent) weiterhin deutlich durch Eigenkapital gedeckt. Die Überdeckung des Umlaufvermögens (einschließlich liquider Mittel) über die Schulden (Rückstellungen, Verbindlichkeiten und passiver Rechnungsabgrenzungsposten) betrug 136,2 Prozent (Vorjahr: 142,8 Prozent). Der Rückgang ist durch die starke Zunahme der Erlösabgrenzung in Höhe von 12,0 Mio. € bedingt.

Strategische Finanzierungsmaßnahmen

Die Gesellschaft hatte sich in 2014 aufgrund des günstigen Marktumfeldes zur Erhöhung der kurzfristigen Flexibilität Kreditlinien in Höhe von insgesamt 20 Mio. € gesichert. Eine Inanspruchnahme erfolgte bisher nicht.

AUSGABEN IN FORSCHUNG UND PRODUKTENTWICKLUNG

Wie für ein Internetunternehmen typisch, entfällt ein wesentlicher Teil der Ausgaben auf die Bereiche Forschung und Produktentwicklung (exkl. Marketing). Mit 37,0 Mio. € liegen die Ausgaben für Forschung und Produktentwicklung im Jahr 2016 klar über dem Vorjahreswert (2015: 30,4 Mio. €) und machen deutlich, dass wir weiter stark in Innovationen und Produktneuentwicklung investieren, um die Umsätze und Erträge zukünftig weiter zu steigern. Der größte Einzelposten dieser Ausgaben betrifft die Entwicklung und Programmierung der XING-Plattform. Für diese wurden umfangreiche neue Produkte geschaffen (z. B. ProCoach und der XING EmpfehlungsManager), aber auch bestehende Mobile Apps erweitert.

Gesamtaussage zur wirtschaftlichen Lage durch die Unternehmensleitung

Mit den erreichten operativen und finanziellen Ergebnissen im Geschäftsjahr 2016 sind wir äußerst zufrieden. Wir konnten unsere Umsätze und Ergebnisse im Konzern seit 2012 verdoppeln. Gleichzeitig haben wir zielgerichtet in die Zukunft investiert. Das Geschäftsmodell der XING AG mit nachhaltig hohen Margen, überwiegend im Voraus bezahlten Umsätzen und niedriger Kapitalintensität ermöglicht dies ohne wesentliche Finanzschulden.

Diese sehr komfortable Basis ermöglicht es nicht nur, kontinuierlich in den Ausbau des Geschäfts und die Entwicklung neuer Geschäftsmodelle zu investieren, sondern darüber hinaus auch regelmäßige Dividenden an unsere Aktionäre auszuschütten. Der Dividendenvorschlag wird im Kapitel Prognosebericht erörtert.

Risikobericht

GRUNDSÄTZE DES RISIKOMANAGEMENTS

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

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

Das Unternehmen identifiziert und analysiert potenzielle Risiken kontinuierlich. Dabei bewertet es erkannte Gefahren systematisch nach der Wahrscheinlichkeit ihres Eintritts und dem zu erwartenden potenziellen Schaden. Im Rahmen von quartalsweisen Risikoinventuren bzw. Statusabfragen werden die Risikoverantwortlichen und Führungskräfte zum Status bestehender Risiken und zur Identifizierung neuer Risiken befragt. Die Risiken werden nach der Bruttomethode bewertet. Das bedeutet, dass Eintrittswahrscheinlichkeit und erwarteter Schaden ohne Berücksichtigung von Gegenmaßnahmen geschätzt werden.

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

Das Risikomanagementsystem erfasst lediglich Risiken, nicht Chancen.

Internes Kontrollsystem

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

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

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

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

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

Der Konzernvorstand trägt die Gesamtverantwortung für das interne Kontroll- und Risikomanagementsystem im Hinblick auf die Rechnungslegungsprozesse der einbezogenen Unternehmen und den Konzernrechnungslegungsprozess. Über eine definierte Führungs- bzw. Berichtsorganisation sind grundsätzlich alle in den Konzernabschluss einbezogenen Gesellschaften eingebunden. Im Rahmen dieser Berichtsorganisation werden dem Konzernvorstand (laufend) Informationen über folgende Maßnahmen zur Verfügung gestellt: Festlegung der Risikofelder, die zu bestandsgefährdenden Entwicklungen führen können; Risikoerkennung und Risikoanalyse; Risikokommunikation; Zuordnung von Verantwortlichkeiten und Aufgaben; Einrichtung eines Überwachungssystems; Dokumentation der getroffenen Maßnahmen. Des Weiteren wird in dieser Berichtsorganisation festgelegt, dass wesentliche Risiken bei Eintritt unverzüglich an den Konzernvorstand gemeldet werden.

Die Grundsätze, die Aufbau- und Ablauforganisation sowie die Prozesse des rechnungslegungsbezogenen internen Kontroll- und Risikomanagementsystems sind konzernweit in Richtlinien und Organisationsanweisungen zusammengefasst, die in regelmäßigen Abständen an aktuelle externe und interne Entwicklungen angepasst werden. Im Hinblick auf die Rechnungslegungsprozesse der einbezogenen Unternehmen und den Konzernrechnungslegungsprozess erachten wir solche Merkmale des internen Kontroll- und Risikomanagementsystems als wesentlich, die die Konzernbilanzierung und die Gesamtaussage des Konzernabschlusses einschließlich Konzernlagebericht maßgeblich beeinflussen können. Dies sind insbesondere die folgenden Elemente:

- Identifikation der wesentlichen Risikofelder und Kontrollbereiche mit Relevanz für den konzernweiten Rechnungslegungsprozess
- Kontrollen zur Überwachung des konzernweiten Rechnungslegungsprozesses und deren Ergebnisse auf Ebene des Konzernvorstands und auf Ebene der in den Konzernabschluss einbezogenen Gesellschaften
- Präventive Kontrollmaßnahmen im Finanz- und Rechnungswesen des Konzerns und der in den Konzernabschluss einbezogenen Gesellschaften sowie in operativen, leistungswirtschaftlichen Unternehmensprozessen, die wesentliche Informationen für die Aufstellung des Konzernabschlusses einschließlich Konzernlagebericht generieren, inklusive einer Funktionstrennung und vordefinierter Genehmigungsprozesse in relevanten Bereichen
- Maßnahmen, die die ordnungsmäßige EDV-gestützte Verarbeitung von konzernrechnungslegungsbezogenen Sachverhalten und Daten sicherstellen

Die Aufgaben des internen Revisionsystems zur Überwachung des konzernrechnungslegungsbezogenen internen Kontroll- und Risikomanagementsystems werden nicht durch eine Stabsabteilung „Interne Revision“, sondern durch die Abteilungen Controlling und Rechnungswesen durchgeführt. Hierbei wird auch auf die Expertise externer Spezialisten zurückgegriffen.

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

Risikobewertung

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

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

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

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

Eintrittswahrscheinlichkeit	quantitativ	qualitativ
hoch	51 – 100 %	ein bis mehrere Male pro Jahr
mittel	11 – 50 %	einmal innerhalb von 24 Monaten
gering	0 – 10 %	seltener als einmal innerhalb von 24 Monaten
erwarteter Schaden		

hoch	mehr als 500 Tsd. €	großer Imageschaden, großer Schaden für Kunden
mittel	100 Tsd. bis 500 Tsd. €	Dienstleistung über langen Zeitraum beeinträchtigt
gering	50 Tsd. bis 100 Tsd. €	Dienstleistung in Einzelfällen beeinträchtigt

Wesentliche Einzelrisiken

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

Strategische Risiken

Wettbewerb

Die XING AG steht bereits im Wettbewerb mit Unternehmen, die ähnliche Leistungen anbieten. In Zukunft können neue Wettbewerber in den Markt eintreten. Verliert die XING AG Kunden an diese aktuellen oder zukünftigen Wettbewerber, wären Umsatzeinbußen zu erwarten. Wettbewerber könnten in der Lage sein, der XING AG Marktanteile abzunehmen, indem sie Leistungen anbieten, die den von der XING AG angebotenen Leistungen überlegen sind, oder indem sie besonders aggressives und erfolgreiches Marketing betreiben. Des Weiteren können durch strategische Kooperationen zwischen ausländischen Wettbewerbern und reichweitenstarken Unternehmen in der D-A-CH-Region Wettbewerber noch schneller in den XING-Heimatmarkt drängen und durch deren Preise und Dienstleistungen zusätzlich Druck auf die XING AG ausüben. Im Segment B2C könnten neben den anderen Social Networks als direkten Wettbewerbern auch branchennahe Unternehmen in der Lage sein, der XING AG Marktanteile abzunehmen. Zu denken ist zum Beispiel an Suchmaschinen, die ihr Portfolio durch Community-Strukturen erweitern, oder auch große Portalanbieter, die beispielsweise durch E-Mail-Dienstleistungen bereits über eine große Zahl an Nutzern verfügen. Außerdem kann durch die zunehmende Verbreitung von internetfähigen mobilen Endgeräten Wettbewerb durch mobile Communitys entstehen. Das im Segment B2C bestehende Wettbewerbsrisiko stufen wir als potenziell bestandsgefährdend ein. Wir begegnen diesem Risiko vor allem durch umfangreiche Produktentwicklungs- und Marketingmaßnahmen. Durch bessere Leistungen, eine stetige Vergrößerung der Nutzerbasis und eine starke Kundenbindung reduzieren wir das Wettbewerbsrisiko so, dass wir es unter Berücksichtigung der ergriffenen Gegenmaßnahmen im Ergebnis derzeit als nicht bestandsgefährdend ansehen.

Zusammenarbeit mit Dienstleistern, insbesondere im Bereich Zahlungs- und Forderungsmanagement

Durch die Einbindung externer Dienstleister und Kooperationspartner bestehen in manchen Bereichen gewisse Abhängigkeiten von Dritten. Dies gilt z. B. für die Bereiche News, Marketing Solutions und Stellenanzeigen, insbesondere aber auch für den Bereich Forderungsmanagement. Da Zahlungsausfälle zu Umsatzeinbußen führen würden, sind die effiziente Abrechnung von Entgelten und das gesamte Forderungsmanagement für die Gesellschaft von wesentlicher Bedeutung. Diesem als mittleres Risiko eingestuften Risiko begegnet das Unternehmen unter anderem durch professionelle juristische Gestaltung der jeweiligen Partnerschaften mit den externen Dienstleistern und Kooperationspartnern. Entsprechende Vertragsgestaltungen stellen insbesondere sicher, dass die Abhängigkeit so gering wie möglich ausfällt, die erforderlichen Dienstleistungsstandards eingehalten werden und dass das Risiko technischer Ausfälle minimiert wird.

Werbeblocker

Im Bereich der Vermarktung von Online-Werbung besteht grundsätzlich das Risiko von Einbußen durch sogenannte Werbeblocker. Werbeblocker sind Programme, die von Nutzern eingesetzt werden können, um die Ausspielung von Werbung zu verhindern. Ein verbreiteter Einsatz von Werbeblockern kann theoretisch ein hohes Risiko hinsichtlich der Direktvermarktung von Werbe-Anzeigen auf XING über unsere Selbstbuchungsanwendung bedeuten. Wir sehen uns jedoch auf Grund der uns diesbezüglich zur Verfügung stehenden Gegenmaßnahmen gut gegen Einbußen gewappnet – so lassen sich die Auswirkungen von Werbeblockern zum Beispiel durch technische und gestalterische Gegenmaßnahmen minimieren.

Markt- und Vertriebsrisiken

Allgemein besteht das Risiko einer durch unvorhergesehene externe oder interne Faktoren hervorgerufenen signifikant erhöhten Abwanderung von Kunden. Insbesondere kann ein schwaches Marktumfeld oder das Auftreten von Nachahmerprodukten, die öffentlich verfügbare XING-Daten nutzen, zu einer solchen Abwanderung von Kunden führen. Diese Risiken stufen wir als mittel bis hoch ein. Die XING AG begegnet ihnen insbesondere durch die ständige Verbesserung

und Erweiterung der eigenen Dienstleistungen sowie durch strategische Partnerschaften. Darüber hinaus beobachtet die XING AG permanent die Nutzerentwicklung und kann bei Auftreten plötzlicher Abwanderungstendenzen durch vorbereitete Maßnahmen und Krisenpläne rechtzeitig gegensteuern.

Risiken der Kundenbetreuung

Die XING AG räumt der Zufriedenheit ihrer Kunden – nicht nur im Sinne des wirtschaftlichen Erfolgs – höchste Priorität ein. Schon aufgrund der hohen eigenen Ansprüche der XING AG hinsichtlich der Qualität ihrer Plattformen erwarten die Nutzer, dass das Unternehmen Qualitätseinbußen ausschließt. Hierzu gehören insbesondere das Identifizieren von falschen Profilen und die Verfolgung von Belästigungen, Beleidigungen oder betrügerischen Aktivitäten. Wir stufen die Risiken der Kundenbetreuung als gering bis mittel ein.

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

Finanzrisiken

Die von XING angebotenen Premium-Mitgliedschaften sorgen für regelmäßige Zahlungseingänge und versorgen das Unternehmen mit ausreichender Liquidität. Zusätzlich erstellt XING eine planerische Liquiditätsvorschau. Die XING AG legt Zahlungsmittelbestände ausschließlich bei Banken mit hoher Bonität und kurzfristiger Verfügbarkeit an. Damit ist die Zahlungsfähigkeit der Gesellschaft zu jedem Zeitpunkt gewährleistet. Der Forderungsausfall in den Segmenten B2C und B2B E-Recruiting lag im abgelaufenen Geschäftsjahr unter drei Promille vom Gesamtumsatz und ist somit nicht von wesentlicher Bedeutung. Wir stufen das Forderungsausfallrisiko und das Liquiditätsrisiko daher insgesamt als gering ein.

Im Segment B2B Advertising & Events sehen wir grundsätzlich ein erhöhtes Wechselkurs- und Fremdwährungsrisiko. Begegnet wird diesem Risiko dadurch, dass für alle relevanten Währungen eigene Bankkonten unterhalten werden.

IT-Risiken

Risiken in der Netzwerksicherheit, Hard- und Software

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

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

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

Die XING AG arbeitet durch technische Weiterentwicklungen und den Einsatz eigener Ressourcen permanent an der Sicherheit ihrer Systeme und ihres Netzwerks. Die getroffenen Maßnahmen haben sich bisher als wirkungsvoll erwiesen.

Prozess- und Organisationsrisiken

Risiken der Produktentwicklung

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

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

Datenschutz und Persönlichkeitsrechte

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

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

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

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

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

Neuerungen in Datenschutzbestimmungen werden laufend identifiziert, Maßnahmen zur Überwachung und Einhaltung der Regelungen werden überprüft und gegebenenfalls neu erarbeitet. Zu aktuellen Neuerungen in Datenschutzbestimmungen gehört insbesondere die EU-Datenschutz-Grundverordnung (EU-DSGVO), die ab dem 25. Mai 2018 gilt. Die diesbezüglichen Vorbereitungen laufen bereits. Neue Funktionalitäten der Plattform prüft das Unternehmen vor ihrer Einführung auf mögliche datenschutzrechtliche Implikationen. Eine Freigabe erfolgt nur, wenn die Einhaltung aller anwendbaren Datenschutzbestimmungen gewährleistet ist.

Gesamtaussage zur Risikosituation durch die Unternehmensleitung

In der Gesamtbetrachtung der Konzernrisiken haben die IT-Risiken sowie die Risiken, die im Zusammenhang mit der Zufriedenheit der Bestandskunden und der Neukundengewinnung bestehen, die größte Bedeutung. Insgesamt sind die Risiken im Konzern überschaubar. Aus heutiger Sicht sieht der Vorstand den Bestand des Konzerns nicht gefährdet.

Prognose- und Chancenbericht

KONJUNKTURAUSBLICK

Die Weltwirtschaft soll nach Einschätzung des Internationalen Währungsfonds (IWF) in 2017 um 3,4 Prozent (2016: 3,1 Prozent) wachsen. Der IWF hat damit seine Herbst-Prognose bekräftigt (WEO Update Januar 2017). Wachstumstreiber sind die Schwellen- und Entwicklungsländer sowie ein mittlerweile gefestigter Aufschwung in den USA. Allerdings haben sich die Risiken erhöht, sodass der Aufschwung anfällig für Störungen bleibt. Dazu zählen anhaltende geopolitische Krisenherde, die US-Zinswende und mögliche starke Währungsveränderungen sowie der schwer einschätzbare Kurs der neuen US-Regierung, wachsender Protektionismus in vielen Ländern und vor allem die großen Herausforderungen in Europa. Neben dem bevorstehenden Brexit-Prozess sind dies Wahlen in wichtigen EU-Ländern, die ungelösten Finanzprobleme einiger südeuropäischer Staaten und die Bankenkrise in Italien. In diesem Spannungsfeld wird sich der Euroraum trotz der anhaltend lockeren Geldpolitik der EZB und verbesserter Exportaussichten weiterhin nur moderat entwickeln. Gestützt auf die Binnennachfrage schätzt der IWF das Wachstum im Euroraum für 2017 auf 1,6 Prozent (2016: 1,7 Prozent).

Für Deutschland rechnet das Kieler Institut für Weltwirtschaft (IfW) im Jahr 2017 damit, dass die Wirtschaft ihren Expansionskurs fortsetzt. Nach dem Wachstumsschub 2016 zeichnet sich demnach für 2017 ein Wachstum von rechnerisch 1,7 Prozent ab (arbeitsmäßig bereinigt: 2 Prozent). Die Grunddynamik ist intakt. Zunehmend belebt sich die Investitionstätigkeit, sodass der Aufschwung an Breite gewinnt. Das treibt den Bedarf an qualifiziertem Fachpersonal weiter an. In Österreich wird sich das Wachstum 2017 stabilisieren. Die Österreichische Nationalbank rechnet mit einem Wirtschaftswachstum von 1,5 Prozent, das weiter vom privaten Konsum, aber auch von belebten Exporten getragen wird. Die Steuerreform wird vollständig wirksam und ein Investitionsprogramm für kleine und mittlere Betriebe sollte positiv wirken. In der Schweiz hat die konjunkturelle Zuversicht für 2017 zugenommen. Das Wirtschaftswachstum wird sich gemäß der wichtigsten Prognosen auf 1,6 Prozent (KOF) bis 1,8 Prozent (SECO) beschleunigen. Impulse kommen von der Inlandsnachfrage und dem Außenhandel.

ERWARTETE BRANCHENENTWICKLUNG

Die Vorzeichen für den Arbeitsmarkt in Deutschland sind anhaltend positiv. Das IfW prognostiziert für 2017 einen weiteren Anstieg der Erwerbstätigkeit um 386.000 (+ 0,9 Prozent). Die Arbeitslosenquote wird damit auf 5,9 Prozent (Bundesanstalt für Arbeit) bzw. 3,7 Prozent (ILO) sinken. Vor diesem Hintergrund nimmt die Konkurrenz der Unternehmen um Fachkräfte weiter zu, sodass die Löhne steigen werden. Für Österreich erwartet die Nationalbank ebenfalls eine günstige Grundtendenz am Arbeitsmarkt. 2017 soll die Zahl der unselbstständig Beschäftigten um 1,1 Prozent zunehmen. Allerdings wächst das Arbeitskräfteangebot durch den Zuzug, sodass auch die Arbeitslosenquote steigt (ILO: 6,3 Prozent). Die Schweizer Volkswirte erwarten für 2017 nach erfolgter Trendwende nun eine graduelle Erholung am Arbeitsmarkt. Die Arbeitslosenquote wird geringfügig auf 4,6 Prozent (ILO) zurückgehen.

In diesem insgesamt positiven Konjunktur- und Arbeitsmarktumfeld nimmt der länderübergreifende Wettbewerb um qualifizierte Mitarbeiter in der Region D-A-CH weiter zu. Das erhöht die Chancen für Jobsuchende – auch im jeweiligen Land selbst. Zudem bestehen gute Bedingungen für eine zielgerichtete Karriereentwicklung. Flächendeckender Fachkräftemangel besteht zwar noch nicht, aber in einzelnen Branchen spitzt sich die Situation spürbar zu, z. B. in der IT und Telekommunikation. Laut der aktuellen Konjunkturumfrage des Digitalverbands Bitkom (Januar 2017) fühlen sich etwa zwei Drittel der ITK-Unternehmen in Deutschland durch die Fachkräftesituation beeinträchtigt. Dennoch besteht hier derzeit großer Optimismus. 83 Prozent der ITK-Unternehmen rechnen für 2017 mit steigenden Umsätzen und 65 Prozent der Unternehmen wollen Personal aufbauen.

Die bereits hohe Bedeutung von Online-Recruiting-Portalen dürfte unter diesen Bedingungen am Arbeitsmarkt und angesichts zunehmender Online-Affinität tendenziell weiter wachsen.

VORAUSSICHTLICHE ENTWICKLUNG DER XING

Die XING AG wird nach unserer Einschätzung auch im laufenden Geschäftsjahr auf Wachstumskurs bleiben.

Die Ausgangsbasis für eine nachhaltige positive Entwicklung der XING AG sind die strukturellen Veränderungen der Arbeitswelt und die damit verbundenen Herausforderungen für Arbeitnehmer (B2C) und Unternehmen (B2B).

Arbeitnehmer müssen sich nach unserer Auffassung mit den sie unmittelbar betreffenden Veränderungen frühzeitig auseinandersetzen und Perspektiven für Weiterentwicklung und Veränderung identifizieren. XING wird zukünftig noch stärker als verlässlicher Partner in den sich verändernden Rahmenbedingungen auftreten und seine Mitglieder dabei unterstützen, die für sie optimalen Karriereentscheidungen zu treffen. Mit mehr als 11 Millionen berufstätigen XING-Mitgliedern haben wir eine sehr gute Grundlage, um zukünftig weiter von diesen Makro-Trends zu profitieren.

Zudem stellen die demografische Entwicklung und die annähernde Vollbeschäftigung in Deutschland Unternehmen schon heute und auch in der Zukunft vor große Herausforderungen, ihre offenen Stellen mit geeigneten Kandidaten in angemessener Zeit zu besetzen. Nach einer Studie des Institute for Competitive Recruiting haben 96 Prozent aller Unternehmen Schwierigkeiten bei der Stellenbesetzung.

Auch hier sind wir mit den bereits heute verfügbaren und am Markt etablierten digitalen und innovativen Recruiting-Lösungen hervorragend aufgestellt, um Unternehmen heute und auch in der Zukunft zu helfen, ihre offenen Stellen schneller und besser

zu besetzen.

Von diesen strukturellen Veränderungen können wir als Lösungsanbieter deutlich stärker profitieren und erwarten somit auch weiter steigende Umsätze und Erträge.

Umsatz- und Ergebnisziele

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

Finanzielle Leistungsindikatoren	Prognose 2017
Umsatzerlöse Konzern	Wachstum im zweistelligen Prozentbereich
EBITDA (bereinigt um Sondereffekte) Konzern	Deutliche Steigerung
Umsatzerlöse Segment B2C	Wachstum im zweistelligen Prozentbereich
EBITDA (bereinigt um Sondereffekte) Segment B2C	Leichte Steigerung
Umsatzerlöse Segment B2B E-Recruiting	Wachstum im zweistelligen Prozentbereich
EBITDA (bereinigt um Sondereffekte) Segment B2B E-Recruiting	Deutliche Steigerung
Umsatzerlöse Segment B2B Advertising & Events	Wachstum im zweistelligen Prozentbereich
EBITDA (bereinigt um Sondereffekte) Segment B2B Advertising & Events	Deutliche Steigerung

Dividendenziele

Seit 2012 verfolgen wir eine nachhaltige Dividendenpolitik. Auch im laufenden Geschäftsjahr planen wir, der kommenden Hauptversammlung am 16. Mai 2017 die Zahlung einer ordentlichen Dividende für das abgelaufene Geschäftsjahr vorzuschlagen. Diese soll 1,37 € je dividendenberechtigter Stückaktie betragen. Darüber hinaus hat der Vorstand beschlossen, dem Gremium die Ausschüttung einer zusätzlichen Sonderdividende in Höhe von 1,60 EUR je Aktie vorzuschlagen. Der Bestand an liquiden Eigenmitteln von 83 Mio. € zum Jahresende 2016 sowie das cash-generative Geschäftsmodell von XING ermöglichen der Gesellschaft die Auszahlung von regelmäßigen Dividenden, ohne die weiter auf Wachstum ausgerichtete Geschäftsstrategie des Unternehmens zu verändern. Wir beabsichtigen auch weiterhin regelmäßige Dividendenzahlungen vorzunehmen.

Liquiditäts- und Finanzziele

Unser Liquiditätsbedarf ist aufgrund des sehr profitablen und cash-generativen Geschäftsmodells sehr gering. Wir erwarten im Geschäftsjahr 2017 – ohne Berücksichtigung von Sonderfaktoren wie beispielsweise Akquisitionen – eine deutliche Zunahme der liquiden Mittel.

Geplante Investitionen

Nach einem Anstieg des Investitionsvolumens (CAPEX) um 3,3 Mio. € auf 7,2 Mio. € im Geschäftsjahr 2016 erwarten wir für das Geschäftsjahr 2017 einen leichten Rückgang gegenüber 2016. Schwerpunkt der Investitionen werden wie auch in den Vorjahren Serverkapazitäten und Softwarelizenzen sein.

Prognose der nicht-finanziellen Leistungsindikatoren

Bei den berichteten nicht-finanziellen Leistungsindikatoren handelt es sich um wesentliche Messgrößen für den Erfolg und die Attraktivität unserer Angebote. Entsprechend haben wir für das Segment B2C die Anzahl der Mitglieder in der D-A-CH-Region sowie die der zahlenden Mitglieder in der D-A-CH-Region als zentrale Messgrößen definiert. Dabei ist unser Ziel, im Geschäftsjahr 2017 in der D-A-CH-Region deutlich zu wachsen (2016: + 1,8 Millionen) und die Anzahl der zahlenden Mitglieder leicht zu steigern (2016: + 47.936 neue zahlende Mitglieder).

In den Segmenten B2B E-Recruiting und B2B Advertising & Events ist die Beziehung zu Geschäftskunden die wesentliche Messgröße, denn hiervon hängt die Umsatz- und Ergebnisentwicklung der Segmente maßgeblich ab. Daher soll die Zahl der Unternehmenskunden im Geschäftsjahr 2017 im Segment B2B E-Recruiting leicht gesteigert werden. Im Segment B2B Advertising & Events erwarten wir ebenfalls eine leichte Steigerung der Geschäftskundenzahl.

Nicht-finanzielle Leistungsindikatoren

Prognose 2017

Segment B2C: Mitglieder in der D-A-CH-Region	Deutliches Wachstum
Segment B2C: Zahlende-Mitglieder in der D-A-CH-Region	Leichtes Wachstum
Segment B2B E-Recruiting: Anzahl Unternehmenskunden B2B	Leichtes Wachstum
Segment B2B Advertising & Events: Anzahl Unternehmenskunden (B2B)	Deutliches Wachstum

CHANCENBERICHT

Das Chancenmanagement gehört als fester Bestandteil zu unserem unternehmerischen Handeln, um den Unternehmenswert nachhaltig zu steigern und unsere Ziele zu erreichen. Unser Chancenmanagement orientiert sich stark an den jeweiligen Bereichsstrategien. So werden in regelmäßigen Sitzungen zur Geschäftsentwicklung die Marktentwicklungen bzw. Trends sowie das Wettbewerbsumfeld erörtert und die sich daraus ergebenden Chancen für die jeweiligen Geschäftsbereiche bewertet. Identifizierte Chancen werden über den Planungs- und Controllingprozess mit den jeweiligen Geschäftsbereichen diskutiert, um eine qualitative und quantitative Bewertung vorzunehmen. So gehört es zu den Aufgaben der Geschäftsbereiche, strategische Chancen in ihren jeweiligen Teilmärkten zu identifizieren und daraus Maßnahmen für die Produktentwicklung und deren Ausrichtung abzuleiten.

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

Chancen durch gesamtwirtschaftliche Entwicklung

In unterschiedlicher Ausprägung haben auch die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen einen Einfluss auf unsere Geschäftsentwicklung. Da unsere Aussagen zur zukünftigen Entwicklung der Ertragslage auf den im Lagebericht beschriebenen Annahmen zur Konjunkturerwartung basieren, könnte eine deutlich bessere Entwicklung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen einen sehr positiven Einfluss auf unsere Geschäftstätigkeit haben. Eine weitere Verschärfung des Fachkräftemangels und ein beschleunigter Austritt der Babyboomer aus dem Berufsleben bei weiterhin stabiler Konjunktur können insbesondere die Attraktivität unserer E-Recruiting-Angebote weiter steigern, sodass die bisherige Planung übertroffen wird.

Sollte sich die konjunkturelle und gesamtwirtschaftliche Situation in der D-A-CH-Region deutlich verschlechtern, wird dies vermutlich zwar negative Effekte auf das Segment B2B E-Recruiting haben, andererseits könnte dadurch das Segment B2C eine stärker als geplante Entwicklung erfahren, weil die Positionierung bzw. das aktive Präsentieren des professionellen Lebenslaufs beispielsweise über die ProJobs-Mitgliedschaft wichtiger wird.

Chancen durch Produktentwicklung und Innovation

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

Chancen durch schnellere Durchdringung wichtiger Wachstumsmärkte

Insbesondere mit unseren digitalen E-Recruiting-Lösungen für Unternehmen befinden wir uns in einem strukturellen Wachstumsmarkt, der durch die nachhaltigen Veränderungen der Arbeitswelt (Digitalisierung, Fachkräfte- und Wertewandel) insbesondere in der Zukunft zahlreiche Chancen für XING bedeuten kann, wenn die Marktdurchdringung der von XING eingeführten Angebote (wie XING TalentManager, XING EmpfehlungsManager oder Employer-Branding-Profile) schneller als geplant erreicht wird. Darüber hinaus ergeben sich zusätzliche Chancen durch schnellere als geplante Etablierung (z. B. durch M&A-Transaktionen) neuer bzw. zusätzlicher E-Recruiting-Angebote.

Darüber hinaus entstehen auch zusätzliche Chancen im B2C-Kerngeschäft mit kostenpflichtigen Mitgliedschaften. Hier können die von XING geplanten zusätzlichen Pro-Memberships für spezielle Zielgruppen die Segment-Umsatz- und Ergebnisentwicklung positiv beeinflussen, sofern die Kundenresonanz neuer Angebote stärker als geplant ausfällt.

In der Gesamtbetrachtung hat die XING AG insbesondere aufgrund der bisher noch geringen Penetration in wichtigen

Wachstumsmärkten zahlreiche Chancen durch eine schneller als geplante Durchdringung der entsprechenden Märkte. Weitere Chancen können sich zusätzlich aus der Etablierung neuer Erlösquellen bzw. Geschäftsmodelle ergeben, die aus heutiger Sicht noch nicht budgetiert sind.

Vergütungsbericht

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

VERGÜTUNG DES VORSTANDS

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

Zuständigkeit der Festsetzung der Vorstandsvergütung

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

Vergütungselemente der Vorstandsmitglieder

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

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

Die variablen Vergütungsbestandteile bestehen aus zwei Teilen: Zum einen werden den Mitgliedern des Vorstands erfolgsabhängige Bezüge gewährt, welche sich an der Erreichung (i) bestimmter qualitativer persönlicher Ziele der einzelnen Vorstandsmitglieder und (ii) quantitativer Unternehmensziele, jeweils betreffend das aktuelle Geschäftsjahr, bemessen und anhand von Kennzahlen des Konzernabschlusses, anderer operativer Kennzahlen bzw. im Hinblick auf die persönlichen Ziele anhand sonstiger Zielerreichungsparameter ermittelt werden. Zum anderen bilden virtuelle Aktien, sog. „Shadow Shares“, die den bezugsberechtigten Vorstandsmitgliedern im Rahmen eines langfristigen Anreizprogramms, des sogenannten Long-Term-Incentive-Programms („LTI“), gewährt werden, ein weiteres Element der variablen Vorstandsvergütung.

Für die erfolgsabhängigen Bezüge des Vorstands gilt: Die qualitativen persönlichen Ziele werden zu Beginn jedes Geschäftsjahres für jedes Vorstandsmitglied individuell durch den Aufsichtsrat festgelegt. Der Grad der Zielerreichung der qualitativen persönlichen Ziele reicht von 0 bis 100 Prozent und wird vom Aufsichtsrat zu Beginn eines Geschäftsjahres für das vorangegangene Geschäftsjahr im pflichtgemäßen Ermessen festgestellt. Die quantitativen Unternehmensziele für die erfolgsabhängigen Bezüge des Vorstands basieren einerseits auf zwei für das jeweilige Geschäftsjahr budgetierten Finanzziele der Gesellschaft, derzeit Konzern-EBITDA und Konzernumsatz (inkl. sonstiger betrieblicher Erträge), andererseits auf einer bestimmten anderen operativen Unternehmenskennzahl, die nicht finanzieller Natur ist (z. B. Mitgliederwachstum oder Aktivität auf der XING-Plattform). Der Grad der Zielerreichung der quantitativen Unternehmensziele reicht von 0 bis 200 Prozent. Die Festlegung der Zielerreichung der quantitativen Unternehmensziele erfolgt nach Billigung des Konzernabschlusses der Gesellschaft durch den Aufsichtsrat anhand der Parameter des gebilligten Konzernabschlusses bzw. anhand von Analysen der operativen Unternehmenskennzahlen auf Basis der in den jeweiligen Vorstandsverträgen bzw. den jeweiligen Zielfestlegungen vorgegebenen Berechnungsparameter.

Darüber hinaus hat der Aufsichtsrat die Möglichkeit, den Vorstandsmitgliedern für während ihrer Bestellung zu Mitgliedern des Vorstands erbrachte besondere Verdienste oder Leistungen, die nicht mit der ihnen im Übrigen gewährten Vergütung abgegolten sind und die sich für die Gesellschaft wirtschaftlich signifikant vorteilhaft auswirken, nach billigem Ermessen eine begrenzte Sondervergütung festzusetzen.

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

Vorstandsvergütung im Geschäftsjahr 2016 nach DRS 17

Die Gesamtvergütung und die individuelle Vergütung des Vorstands für das Geschäftsjahr 2016 sind den unten aufgeführten Tabellen zu entnehmen.

Tabelle 1: Vergütung des Vorstands 2016 (Zuwendungsbetrachtung nach DRS 17)

	Dr. Thomas Vollmoeller		Ingo Chu		Jens Pape		Timm Richter		Summe 2015	Summe 2016	
	CEO		CFO		CTO		CPO				
	seit 16.10.2012	seit 01.07.2009	seit 01.07.2009	seit 01.07.2009	seit 01.03.2011	seit 01.03.2011	seit 01.03.2013	seit 01.03.2013			
alle Werte in Tsd €	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016			
Festvergütung	386	320	252	257	243	240	230	230	1.111	1.047	
Nebenleistungen	0	2	4	4	3	3	3	3	10	12	
Summe	386	322	256	261	246	243	233	233	1.121	1.059	
Einjährige variable Vergütung	Bonus (bar)	151	214	104	235	88	165	95	164	438	778
Mehrfährige variable Vergütung	Long-Term-Incentive*	221	208	100	102	100	102	100	102	521	514
Summe		758	744	460	598	434	510	428	499	2.080	2.351

* Der in der Tabelle angegebene Wert der virtuellen Aktien errechnet sich aus dem vertraglich vereinbarten Zuteilungsbetrag, multipliziert mit der Zielerreichung für das Jahr 2016. Die Zuteilung der virtuellen Aktien für das Geschäftsjahr 2016 erfolgt nach der Hauptversammlung, der der festgestellte Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2016 vorgelegt wird.

Vorstandsvergütung im Geschäftsjahr 2016 nach dem Deutschen Corporate Governance Kodex

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

In der nachfolgenden Tabelle werden die für die Geschäftsjahre 2015 und 2016 gewährten Zuwendungen einschließlich Nebenleistungen sowie die im Geschäftsjahr 2016 erreichbaren Minimal- und Maximalvergütungen dargestellt. Abweichend vom DRS 17 sind die einjährigen erfolgsabhängigen Vergütungen den Anforderungen des DCGK entsprechend mit dem Zielwert, das heißt dem Wert, der bei einer Zielerreichung von 100 Prozent an den Vorstand gewährt wird, anzugeben.

Tabelle 2: Vergütung des Vorstands 2016 (Zuwendungs-betrachtung nach DCGK)

	Dr. Thomas Vollmoeller				Ingo Chu				Jens Pape				Timm Richter				Summe	Summe
	CEO				CFO				CTO				CPO					
	seit 16.10.2012				seit 01.07.2009				seit 01.03.2011				seit 01.03.2013					
alle Werte in Tsd €	2015 Aus- gangs- wert	2016 Aus- gangs- wert	2016 Mini- mum	2016 Maxi- mum	2015 Aus- gangs- wert	2016 Aus- gangs- wert												
Festvergütung	386	320	320	320	252	257	257	257	243	240	240	240	230	230	230	230	1.111	1.047
Nebenleistungen	0	2	2	2	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	9	12
Summe	386	322	322	322	255	261	261	261	246	243	243	243	233	233	233	233	1.120	1.059
Einjährige variable Vergütung Bonus (bar)	190	164	0	364	125	125	0	315	100	105	0	280	115	115	0	290	530	509
Mehrfährige variable Vergütung Long-Term-Incentive	220	204	0	612	100	100	0	300	100	100	0	300	100	100	0	300	520	504
Summe	796	690	322	1.298	480	486	261	876	446	448	243	823	448	448	233	823	2.170	2.072

Herr Dr. Vollmoeller hat im Jahr 2016 ein Sabbatical wahrgenommen. Aus diesem Grund gab es einen vorübergehenden Gehaltsverzicht von Herrn Dr. Vollmoeller.

Da die den Mitgliedern des Vorstands für das Geschäftsjahr gewährte Vergütung teilweise nicht mit einer Zahlung in dem jeweiligen Geschäftsjahr einhergeht, wird – in Übereinstimmung mit der entsprechenden Empfehlung des DCGK – in einer gesonderten Tabelle dargestellt, in welcher Höhe ihnen für das Geschäftsjahr 2016 Mittel zufließen. Entsprechend den Empfehlungen des DCGK sind die fixe Vergütung sowie die einjährigen erfolgsabhängigen Bezüge als Zufluss für das jeweilige Geschäftsjahr anzugeben. Die den einzelnen Mitgliedern des Vorstands für das Geschäftsjahr 2016 nach dem DCGK zugeflossene Gesamtvergütung ist – aufgliedert in ihre jeweiligen Bestandteile – der nachfolgenden Tabelle zu entnehmen:

Tabelle 3: Vergütung des Vorstands 2016 (Zuflussbetrachtung nach DCGK)

	Dr. Thomas Vollmoeller		Ingo Chu		Jens Pape		Timm Richter		Summe	Summe
	CEO		CFO		CTO		CPO			
	seit 16.10.2012		seit 01.07.2009		seit 01.03.2011		seit 01.03.2013			
alle Werte in Tsd €	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016
Festvergütung	386	320	252	257	243	240	230	230	1.111	1.047
Nebenleistungen	0	2	4	4	3	3	3	3	10	12
Summe	386	322	256	261	246	243	233	233	1.121	1.059
Einjährige variable Vergütung Bonus (bar)	151	214	104	235	88	165	95	164	438	778
Mehrfährige variable Vergütung LTI	0	248	0	0	0	0	0	0	0	248
AOP 2010	0	0	0	0	1.400	0	0	0	1.400	0
Summe	537	784	360	496	1.734	408	328	397	2.959	2.085

Optionsausübungen unter den AOP

Die historischen Aktienoptionsprogramme der Gesellschaft sind ausgelaufen. Entsprechend hat im abgelaufenen Geschäftsjahr kein Berechtigter Aktienoptionen ausgeübt. Die letzte Ausübung erfolgte im Geschäftsjahr 2015 durch Herrn Pape (s. Tabelle 3).

Sämtliche Geschäfte im Sinne des Artikel 19 Marktmissbrauchsverordnung (VO MAR), die Personen mit Führungsaufgaben vornehmen, werden über DGAP im Bereich Directors' Dealings veröffentlicht, befinden sich darüber hinaus im Konzernanhang und können auch auf der Internetseite der XING AG im Bereich Investor Relations abgerufen werden.

Vorzeitige Beendigung der Tätigkeit als Vorstand

Im Falle des Todes eines Mitglieds des Vorstands während der Laufzeit des jeweiligen Vorstandsvertrags ist die Gesellschaft verpflichtet, das zeitanteilige Jahresgrundgehalt für den Sterbemonat und die drei nächstfolgenden Monate, längstens aber bis zur Beendigung des Vorstandsvertrages, an die Hinterbliebenen zu zahlen. Im Übrigen enthalten zum 31. Dezember 2016 alle Vorstandsverträge Abfindungs-Cap-Klauseln für den Fall der vorzeitigen Beendigung des Anstellungsverhältnisses ohne wichtigen Grund gemäß den Empfehlungen in Ziffer 4.2.3 des Deutschen Corporate Governance Kodex.

Der Vertrag von einem amtierenden Mitglied des Vorstands, Herrn Ingo Chu, enthält zudem für Finanzvorstände übliche Regelungen, die an einen Kontrollwechsel bei der Gesellschaft gekoppelt sind. Im Falle eines Kontrollwechsels hat Herr Chu bei Hinzutreten weiterer Voraussetzungen ein Lösungsrecht vom Vorstandsvertrag. Im Falle der berechtigten Ausübung des Lösungsrechts stehen ihm im Hinblick auf sämtliche Vergütungsbestandteile (fixe Grundvergütung, variable Vergütung, Vergütung aus dem SSP bzw. LTI) Abfindungsansprüche zu, die in ihrer Höhe insgesamt dem Abfindungs-Cap gemäß den Empfehlungen in Ziffer 4.2.3 des Deutschen Corporate Governance Kodex gerecht werden.

Sonstiges

Für die Mitglieder des Vorstands bestehen keine Pensionsverpflichtungen. Keiner der amtierenden Vorstände hielt zum 31. Dezember 2016 Aktien der Gesellschaft. Ebenso wenig wurden Mitgliedern des Vorstands Kredite, Zinsen oder Vorschüsse gewährt. Weiterhin hat auch kein Mitglied des Vorstands Leistungen oder entsprechende Zusagen von einem Dritten im Hinblick auf seine Vorstandstätigkeit erhalten. Es wurden auch keine solchen Leistungen zugesagt.

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

VERGÜTUNG DES AUFSICHTSRATS

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

Die Mitglieder des Aufsichtsrats erhalten für jedes volle Geschäftsjahr ihrer Zugehörigkeit zum Aufsichtsrat eine feste Vergütung von 40.000 €. Der Vorsitzende des Aufsichtsrats erhält das Zweifache der festen Vergütung. Mitglieder von tatsächlich gebildeten Ausschüssen erhalten zusätzlich zur festen Vergütung für jedes volle Geschäftsjahr ihrer Zugehörigkeit zum jeweiligen Ausschuss eine weitere feste Vergütung von 5.000 €; Vorsitzende von tatsächlich gebildeten Ausschüssen erhalten für jeden Ausschussvorsitz das Zweifache dessen. Mitglieder des Aufsichtsrats, die während des Geschäftsjahres in den Aufsichtsrat eintreten oder austreten, erhalten die feste Vergütung zeitanteilig.

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

Eine Übersicht der satzungsgemäßen Aufsichtsratsvergütung für das Geschäftsjahr 2016 ist der folgenden Tabelle zu entnehmen.

Satzungsgemäße Aufsichtsratsvergütung für das Geschäftsjahr 2016

Amtierende Aufsichtsratsmitglieder zum 31. Dezember 2016	Gesamtvergütung 2016 in Tsd. €	Gesamtvergütung 2015 in Tsd. €
Stefan Winners, Vorsitzender	80	80
Dr. Johannes Meier, stellv. Aufsichtsratsvorsitzender	46	40
Anette Weber, Vorsitzende des Prüfungsausschusses	48	45
Jean-Paul Schmetz, Vorsitzender des Tech-Ausschusses	48	40
Dr. Jörg Lübcke	43	40
Dr. Andreas Rittstiegl (seit 15. Dezember 2016)	2	0
In 2016 ausgeschiedene Aufsichtsratsmitglieder		
Sabine Bendiek (bis 6. Dezember 2016)	39	40
Gesamt	306	285

Den Mitgliedern des Aufsichtsrats wurden im Rahmen ihrer Tätigkeit zudem Aufwandsentschädigungen für Reisekosten im angemessenen Umfang erstattet. Weitere Zusagen wurden seitens der Gesellschaft nicht getätigt. Keinem Mitglied des Aufsichtsrats wurden Kredite, Zinsen oder Vorschüsse von der Gesellschaft gewährt. Zum Bilanzstichtag am 31. Dezember 2016 hielten die Aufsichtsratsmitglieder weniger als 1 Prozent der Aktien an der Gesellschaft. Weitere Informationen zu Meldungen des vergangenen Geschäftsjahres über Geschäfte von Personen mit Führungsaufgaben gemäß Artikel 19 Marktmissbrauchsverordnung (VO MAR) werden über DGAP im Bereich Directors' Dealings veröffentlicht und können auch auf der Internetseite der XING AG im Bereich Investor Relations abgerufen werden.

Sonstiges

Die XING AG hat für die Mitglieder des Aufsichtsrats eine Vermögensschadenhaftpflichtversicherung (sog. D&O-Versicherung) ohne Selbstbehalt abgeschlossen. Sie deckt das persönliche Haftungsrisiko der Aufsichtsratsmitglieder für den Fall ab, dass sie im Rahmen oder aufgrund ihrer Tätigkeit als Aufsichtsräte der Gesellschaft für Vermögensschäden in Anspruch genommen werden. Der Abschluss der D&O-Versicherung ohne Selbstbehalt stellt eine Abweichung vom Deutschen Corporate Governance Kodex dar und wurde in der Entsprechenserklärung, zuletzt im März 2017, von Vorstand und Aufsichtsrat erklärt und auf der Internetseite <https://corporate.xing.com/de/investor-relations/corporate-governance/> veröffentlicht.

Rechtliche Angaben

Der nachfolgende Abschnitt enthält im Wesentlichen Angaben und Erläuterungen nach § 289 Abs. 4 HGB. Diese Angaben betreffen gesellschaftsrechtliche Strukturen und sonstige Rechtsverhältnisse.

ERKLÄRUNG ZUR UNTERNEHMENSFÜHRUNG

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

VERGÜTUNGSBERICHT

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

ÜBERNAHMERECHTLICHE ANGABEN

Im Folgenden sind die nach § 315 Abs. 4 HGB geforderten übernahmerechtlichen Angaben zum 31. Dezember 2016 dargestellt. Mit der folgenden Erläuterung dieser Angaben wird gleichzeitig den Anforderungen eines erläuternden Berichts gemäß § 176 Abs. 1 Satz 1 AktG entsprochen.

Grundkapital

Das Grundkapital der Gesellschaft beträgt per 31. Dezember 2016 5.620.435 € (Vorjahr: 5.620.435 €) und ist eingeteilt in 5.620.435 nennwertlose, auf den Namen lautende Stückaktien mit einem Nennbetrag von je 1,00 €. Das gesamte Grundkapital ist voll erbracht. Alle Aktien sind mit gleichen Rechten ausgestattet.

Eigene Aktien

Die Gesellschaft hält zum 31. Dezember 2016 selbst keine (Vorjahr: keine) Stückaktien der XING AG. Dies entspricht 0 Prozent (Vorjahr: 0 Prozent) des Grundkapitals der Gesellschaft.

Beschränkungen hinsichtlich der Stimmrechte oder Übertragung von Aktien

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

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

Der Gesellschaft ist zum 31. Dezember 2016 bekannt, dass die Burda Digital GmbH, München, mit gerundet 50,26 Prozent (Vorjahr: 50,26 Prozent) der Stimmrechte an der XING AG beteiligt ist. Weitere Informationen oder Mitteilungen nach §§ 21 f. WpHG von mittelbar und/oder unmittelbar mit mehr als 10 Prozent des Kapitals und der Stimmrechte beteiligten Aktionären liegen der Gesellschaft nicht vor.

Ernennung und Abberufung von Mitgliedern des Vorstands/Satzungsänderungen

Die Bestellung und Abberufung der Mitglieder des Vorstands richtet sich nach den §§ 84, 85 AktG sowie Ziffer 7 der Satzung in der Fassung vom 2. Juni 2016. Gemäß Ziffer 7 Abs. 1 der Satzung besteht der Vorstand aus einer oder mehreren Personen. Der Aufsichtsrat bestimmt die Anzahl der Mitglieder des Vorstands. Für die Bestellung und Abberufung einzelner oder sämtlicher Mitglieder des Vorstands sieht die Satzung keine Sonderregelungen vor. Die Bestellung und Abberufung liegt in der Zuständigkeit des Aufsichtsrats.

Satzungsänderungen erfolgen gemäß den Bestimmungen der §§ 179, 133 AktG. Die Satzung der Gesellschaft hat nicht von der Möglichkeit Gebrauch gemacht, darüber hinaus weitere Erfordernisse für Satzungsänderungen aufzustellen. Die Beschlüsse der Hauptversammlung werden, soweit nicht zwingend gesetzliche Vorschriften entgegenstehen, mit einfacher Mehrheit der abgegebenen Stimmen und, sofern das Gesetz außer der Stimmenmehrheit eine Kapitalmehrheit vorschreibt, mit der einfachen Mehrheit des bei der Beschlussfassung vertretenen Grundkapitals gefasst. Der Aufsichtsrat ist gemäß Ziffern 5.3, 5.5 und 18 der Satzung zu Satzungsänderungen ermächtigt, soweit sie nur die Fassung der Satzung betreffen.

Befugnisse des Vorstands zur Ausgabe und zum Rückkauf von Aktien

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

Genehmigte und bedingte Kapitalia

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

Ermächtigung zum Erwerb eigener Aktien

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

a. Ermächtigung zum Erwerb eigener Aktien

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

b. Arten des Erwerbs

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

- (1) Erfolgt der Erwerb der Aktien über die Börse, darf der von der Gesellschaft gezahlte Gegenwert je Aktie (ohne Erwerbsnebenkosten) den am Börsenhandelstag durch die Eröffnungsauktion ermittelten Börsenkurs der Aktien der Gesellschaft im Xetra-Handel (oder einem vergleichbaren Nachfolgesystem) an der Frankfurter Wertpapierbörse um nicht mehr als 10 Prozent über- oder unterschreiten.
- (2) Erfolgt der Erwerb der Aktien über ein an alle Aktionäre gerichtetes öffentliches Kaufangebot bzw. eine an alle Aktionäre gerichtete öffentliche Aufforderung zur Abgabe von Verkaufsangeboten, dürfen der gebotene Kaufpreis oder die Grenzwerte der Kaufpreisspanne je Aktie (jeweils ohne Erwerbsnebenkosten) den Durchschnitt der in der Schlussauktion ermittelten Börsenkurse der Aktien der Gesellschaft im Xetra-Handel (oder einem vergleichbaren Nachfolgesystem) an der Frankfurter Wertpapierbörse während der letzten fünf Börsenhandelstage vor dem Tag der öffentlichen Ankündigung des Angebots bzw. der öffentlichen Aufforderung zur Abgabe von Verkaufsangeboten um nicht mehr als 10 Prozent über- oder unterschreiten. Ergeben sich nach der Veröffentlichung eines öffentlichen Angebots bzw. einer öffentlichen Aufforderung zur Abgabe von Verkaufsangeboten erhebliche Abweichungen des maßgeblichen Kurses, so kann das Angebot bzw. die Aufforderung zur Abgabe von Verkaufsangeboten angepasst werden. In diesem Fall wird auf den Durchschnitt der in der Schlussauktion ermittelten Börsenkurse der Aktien der Gesellschaft im Xetra-Handel (oder einem vergleichbaren Nachfolgesystem) an der Frankfurter Wertpapierbörse der fünf Börsenhandelstage vor der öffentlichen Ankündigung einer etwaigen Anpassung abgestellt. Das Volumen des Angebots bzw. der Aufforderung zur Abgabe von Verkaufsangeboten kann begrenzt werden. Sofern bei einem öffentlichen Kaufangebot oder einer öffentlichen Aufforderung zur Abgabe von Verkaufsangeboten das Volumen der angedienten Aktien das vorgesehene Rückkaufvolumen überschreitet, kann der Erwerb im Verhältnis der jeweils gezeichneten bzw. angedienten Aktien erfolgen; das Recht der Aktionäre, ihre Aktien im Verhältnis ihrer Beteiligungsquoten anzudienen, ist insoweit ausgeschlossen. Eine bevorrechtigte Annahme geringer Stückzahlen bis zu 100 Stück angedienter Aktien je Aktionär sowie eine kaufmännische Rundung zur Vermeidung rechnerischer Bruchteile von Aktien können vorgesehen werden. Ein etwaiges weitergehendes Andienungsrecht der Aktionäre ist insoweit ausgeschlossen. Das öffentliche Angebot bzw. die öffentliche Aufforderung zur Abgabe von Verkaufsangeboten kann weitere Bedingungen vorsehen.

c. Verwendung der eigenen Aktien

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

- (1) Die eigenen Aktien können gegen Barleistung auch in anderer Weise als über die Börse oder aufgrund eines Angebots an alle Aktionäre veräußert werden, wenn der bar zu zahlende Kaufpreis den Börsenpreis der im Wesentlichen gleich ausgestatteten, bereits börsennotierten Aktien nicht wesentlich unterschreitet. Die Anzahl der in dieser Weise veräußerten Aktien darf 10 Prozent des Grundkapitals nicht überschreiten, und zwar weder im Zeitpunkt des Wirksamwerdens noch im Zeitpunkt der Ausübung dieser Ermächtigung. Auf diese Höchstgrenze sind andere Aktien anzurechnen, die während der Laufzeit dieser Ermächtigung unter Bezugsrechtsausschluss in direkter oder entsprechender Anwendung des § 186 Abs. 3 Satz 4 AktG ausgegeben oder veräußert werden. Ebenfalls anzurechnen sind Aktien, die zur Bedienung von Options- und/oder Wandlungsrechten bzw. Wandlungspflichten aus Wandel- und/oder Optionsschuldverschreibungen oder Aktienoptionen auszugeben sind,

sofern diese Schuldverschreibungen oder Aktienoptionen während der Laufzeit dieser Ermächtigung unter Bezugsrechtsausschluss in entsprechender Anwendung des § 186 Abs. 3 Satz 4 AktG ausgegeben wurden.

- (2) Die eigenen Aktien können gegen Sachleistung zum Zwecke des Erwerbs von Unternehmen, Unternehmensteilen, Unternehmensbeteiligungen oder sonstigen mit einem Akquisitionsvorhaben in Zusammenhang stehenden Vermögensgegenständen oder im Rahmen von Unternehmenszusammenschlüssen veräußert werden.
- (3) Die eigenen Aktien können zur Bedienung von Bezugsrechten auf Aktien der Gesellschaft verwendet werden, die Mitgliedern des Vorstands der Gesellschaft, ausgewählten Führungskräften, sonstigen Leistungsträgern und Mitarbeitern der Gesellschaft sowie Geschäftsführungsmitgliedern, ausgewählten Führungskräften, sonstigen Leistungsträgern und Mitarbeitern mit ihr verbundener Unternehmen im Sinne des § 15 AktG zugeteilt bzw. eingeräumt wurden:
 - im Rahmen des Aktienoptionsplans 2008, zu dessen Auflage die Hauptversammlung vom 21. Mai 2008 durch Beschluss zu Punkt 7 der Tagesordnung, geändert durch Beschluss der Hauptversammlung vom 28. Mai 2009 zu Punkt 10 der Tagesordnung, ermächtigt hat, oder
 - im Rahmen des Aktienoptionsplans 2010, zu dessen Auflage die Hauptversammlung vom 27. Mai 2010 durch Beschluss zu Punkt 8 der Tagesordnung ermächtigt hat, oder
 - im Rahmen des aktienkursbasierten Shadow-Share-Programms der XING AG vom 29. November 2012 und des Long-Term-Incentive-Programms für Vorstandsmitglieder der XING AG vom 27. Januar 2014, soweit die Gesellschaft den Bezugsberechtigten nach diesem Programm Shadow Shares durch Aktien zuteilen will.

Soweit hiernach Mitglieder des Vorstands der Gesellschaft begünstigt sind, entscheidet der Aufsichtsrat über die Verwendung eigener Aktien zur Bedienung von Bezugsrechten.

- (4) Die eigenen Aktien können zur Bedienung von Wandlungs- oder Optionsrechten auf Aktien der Gesellschaft verwendet werden. Soweit eigene Aktien Mitgliedern des Vorstands der Gesellschaft übertragen werden sollen, gilt diese Ermächtigung für den Aufsichtsrat.
- (5) Die eigenen Aktien können Personen, die in einem Arbeitsverhältnis zur Gesellschaft oder einem mit ihr verbundenen Unternehmen im Sinne von § 15 AktG stehen, zum Erwerb angeboten oder auf sie übertragen werden. Sie können auch Mitgliedern des Vorstands der Gesellschaft oder Mitgliedern der Geschäftsführung eines mit der Gesellschaft verbundenen Unternehmens im Sinne von § 15 AktG zum Erwerb angeboten oder auf sie übertragen werden. Soweit Mitglieder des Vorstands der Gesellschaft begünstigt sind, obliegt die Auswahl der Begünstigten und die Bestimmung des Umfangs der ihnen jeweils zu gewährenden Aktien dem Aufsichtsrat.
- (6) Die eigenen Aktien können eingezogen werden, ohne dass die Einziehung oder ihre Durchführung eines weiteren Hauptversammlungsbeschlusses bedarf. Sie können auch im vereinfachten Verfahren ohne Kapitalherabsetzung durch Anpassung des anteiligen rechnerischen Betrags der übrigen Stückaktien am Grundkapital der Gesellschaft eingezogen werden. Erfolgt die Einziehung im vereinfachten Verfahren, ist der Vorstand zur Anpassung der Zahl der Stückaktien in der Satzung ermächtigt.

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

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

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

Die XING AG gewährt dem Vorstandsmitglied Ingo Chu für den Fall eines Kontrollwechsels bei Hinzutreten weiterer Voraussetzungen ein Lösungsrecht vom Vorstandsvertrag. Im Falle der berechtigten Ausübung des Lösungsrechts stehen dem betroffenen Vorstandsmitglied im Hinblick auf sämtliche Vergütungsbestandteile (fixe Grundvergütung, variable Vergütung, Vergütung aus dem SSP bzw. LTI) Abfindungsansprüche zu, die in ihrer Höhe insgesamt dem Abfindungs-Cap gemäß den Empfehlungen in Ziffer 4.2.3 des Deutschen Corporate Governance Kodex gerecht werden.

Weitere Angaben

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

RECHTLICHE EINFLUSSFAKTOREN

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

ABSCHLUSSPRÜFER

Die XING AG wird seit der Konzern- und Jahresabschlussprüfung 2013 durch die PricewaterhouseCoopers GmbH (vormals PricewaterhouseCoopers AG), Niederlassung Hamburg, geprüft. Verantwortlicher Engagement Leader (seit 2015) der Konzern- und Jahresabschlussprüfung 2016 ist Niklas Wilke.

Bericht des Vorstands über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen

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

Nachtragsbericht

Es haben sich keine für die XING AG wesentlichen berichtspflichtigen Ereignisse nach dem Bilanzstichtag ereignet.

Hamburg, 21. März 2017

Der Vorstand

Dr. Thomas Vollmoeller

Alastair Bruce

Ingo Chu

Jens Pape

Timm Richter

**Jahresabschluss für das Geschäftsjahr
vom 1. Januar bis 31. Dezember 2016**

XING AG
Hamburg

Bilanz zum 31. Dezember 2016

A K T I V A	31.12.2016	31.12.2015	31.12.2016	31.12.2015
	Euro	Euro	Euro	Euro
A. ANLAGEVERMÖGEN				
I. Immaterielle Vermögensgegenstände				
1. Entgeltlich erworbene gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	3.816.483,96	4.745.150,55		
2. Geschäfts- oder Firmenwert	3.724.834,50	4.962.923,67		
II. Sachanlagen				
1. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	4.404.175,62	3.883.386,97		
2. Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	2.708.776,14	0,00		
III. Finanzanlagen				
1. Anteile an verbundenen Unternehmen	8.809.198,54	8.659.198,54		
2. Beteiligungen	1,00	50.000,96		
	<u>23.463.469,76</u>	<u>22.300.660,69</u>		
B. UMLAUFVERMÖGEN				
I. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände				
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	16.717.891,89	13.070.760,98		
2. Forderungen gegen verbundene Unternehmen	10.510.910,76	4.444.546,49		
3. Sonstige Vermögensgegenstände	1.795.012,53	1.556.578,60		
	<u>29.023.815,18</u>	<u>19.071.886,07</u>		
II. Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten	81.300.536,63	75.797.581,21		
	<u>110.324.351,81</u>	<u>94.869.467,28</u>		
C. RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN	1.355.807,21	1.237.692,64		
	<u>135.143.628,78</u>	<u>118.407.820,61</u>		
P A S S I V A				
A. EIGENKAPITAL				
I. Gezeichnetes Kapital				
- Bedingtes Kapital EUR 1.118.427,00 (Vorjahr: EUR 1.213.857,00				
- Nennbetrag eigene Aktien				
	5.620.435,00	5.620.435,00		
II. Kapitalrücklage	31.415.426,42	31.415.426,42		
III. Bilanzgewinn	16.941.928,17	14.691.176,27		
	<u>53.977.789,59</u>	<u>51.727.037,69</u>		
B. RÜCKSTELLUNGEN				
1. Steuerrückstellungen	789.667,50	141.120,52		
2. Sonstige Rückstellungen	12.506.407,86	10.378.214,96		
	<u>13.296.075,36</u>	<u>10.519.335,48</u>		
C. VERBINDLICHKEITEN				
1. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2.716.886,33	3.671.187,83		
2. Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	1.100.403,85	438.622,20		
3. Sonstige Verbindlichkeiten				
davon aus Steuern EUR 2.588.866,64 (Vorjahr: EUR 2.696.360,15;	7.495.193,30	7.397.943,95		
	<u>11.312.483,48</u>	<u>11.507.753,98</u>		
D. RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN	56.419.487,87	44.394.581,78		
E. PASSIVE LATENTE STEUERN	137.792,48	259.111,68		
	<u>135.143.628,78</u>	<u>118.407.820,61</u>		

Gewinn- und Verlustrechnung
für das Geschäftsjahr 2016

	01.01.2016 - 31.12.2016	01.01.2015 - 31.12.2015
	Euro	Euro
1. Umsatzerlöse	144.685.288,27	111.486.157,61
2. Sonstige betriebliche Erträge		
- davon aus Währungsumrechnung: EUR 21.827,89 (Vorjahr: EUR 938.793,85)	1.790.323,59	2.819.851,82
3. Gesamtleistung	146.475.611,86	114.306.009,43
4. Personalaufwand		
a) Gehälter	-33.069.328,94	-33.301.966,91
b) Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung	-5.313.195,77	-5.418.312,74
- davon für Altersversorgung: EUR 429.951,65 (Vorjahr: EUR 443.362,40)	-38.382.524,71	-38.720.279,65
5. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	-6.081.121,31	-7.146.623,35
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen	-85.013.044,03	-54.109.918,71
- davon aus Währungsumrechnung: EUR 66.884,32 (Vorjahr: EUR 148.265,67)		
7. Erträge aus Beteiligungen	6.397.232,39	3.630.000,00
- davon aus verbundenen Unternehmen: EUR 6.269.537,15 (Vorjahr: EUR 3.630.000,00)		
8. Erträge aus Gewinnabführungsverträgen	98.426,80	0,00
9. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	89.443,16	105.117,93
- davon aus verbundenen Unternehmen: EUR 80.000,00 (Vorjahr: EUR 80.000,00)		
10. Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-168.158,11	-181.916,79
- davon aus Abzinsung: EUR 95.465,13 (Vorjahr: EUR 68.658,41)		
11. Aufwendungen aus Verlustübernahme	-848.306,08	-691.045,76
12. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-6.097.107,52	-5.284.808,31
- davon Ertrag aus latenten Steuern: EUR 121.319,20 (Vorjahr: EUR 60.388,32)		
13. Ergebnis nach Steuern	16.470.452,45	11.906.534,79
14. Jahresüberschuss	16.470.452,45	11.906.534,79
15. Gewinnvortrag aus dem Vorjahr	471.475,72	2.367.233,96
16. Entnahme aus anderen Gewinnrücklagen	0,00	417.407,52
17. Bilanzgewinn	16.941.928,17	14.691.176,27

Firma	XING AG
Sitz	Dammtorstraße 30, 20354 Hamburg
Registergericht	Hamburg
Handelsregisternummer	HRB 98807

Anhang

für das Geschäftsjahr 2016

Allgemeine Angaben

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

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

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

Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

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

Die immateriellen Vermögensgegenstände enthalten Anschaffungskosten für entgeltlich erworbene Software und Softwarelizenzen sowie für Softwareentwicklungs-Know-how und für Marken- und Domainrechte. Die Abschreibung auf die Software und Softwarelizenzen erfolgt linear über eine betriebsgewöhnliche Nutzungsdauer von drei Jahren. Das Entwicklungs-Know-how wird linear über vier Jahre abgeschrieben. Außerplanmäßige Abschreibungen werden, soweit erforderlich, vorgenommen. Erworbene derivative Geschäfts- oder Firmenwerte werden aktiviert und über die planmäßige Nutzungsdauer von 5 Jahren abgeschrieben.

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

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

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

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

Die flüssigen Mittel sind mit dem Nennwert bilanziert.

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

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

Die Verbindlichkeiten sind mit ihrem Erfüllungsbetrag am Bilanzstichtag angesetzt.

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

Sofern aufgrund von Differenzen zwischen handelsrechtlichen und steuerlichen Wertansätzen in der Bilanz insgesamt eine künftige Steuerentlastung erwartet wird, erfolgt der Ansatz von aktiven latenten Steuern. Umgekehrt erfolgt bei erwarteten künftigen Steuerbelastungen der Ansatz von passiven latenten Steuern. Soweit die aktiven latenten Steuern den vorhandenen passiven latenten Steuern entsprechen, werden diese verrechnet dargestellt.

Erläuterungen zur Bilanz

Anlagevermögen

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

Die Zugänge im Sachanlagevermögen resultieren überwiegend aus den Investitionen in die EDV-Ausstattung. Die Abschreibungen auf Sachanlagevermögen enthalten wie im Vorjahr keine außerplanmäßigen Abschreibungen.

Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände

Die Forderungen gegen verbundene Unternehmen bestehen im Wesentlichen gegen die XING International Holding GmbH, Hamburg, die kununu GmbH, Wien, Österreich und die ForwardAdGroup GmbH, München (vormals: TOMORROW FOCUS Media GmbH), und betreffen von der XING AG vereinnahmte Gewinne, verauslagte Kosten sowie Lieferungen und Leistungen in Höhe von 10.511 Tsd. € (Vorjahr: 4.445 Tsd. €).

Die sonstigen Vermögensgegenstände in Höhe von 1.795 Tsd. € (Vorjahr: 1.557 Tsd. €) enthalten im Wesentlichen Forderungen gegen Kreditkartengesellschaften (1.258 Tsd. €; Vorjahr 1.071 Tsd. €), debitorische Kreditoren (185 Tsd. €; Vorjahr: 256 Tsd. €), geleistete Anzahlungen (144 Tsd. €; Vorjahr 0 Tsd. €).

Sämtliche Forderungen haben eine Restlaufzeit von unter einem Jahr.

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

Gezeichnetes Kapital

Per 31. Dezember 2016 beträgt das Grundkapital 5.620.435 € (Vorjahr: 5.620.435 €) und ist eingeteilt in 5.620.435 nennwertlose auf den Namen lautende Stückaktien zu einem kalkulatorischen Wert von je 1,00 € am Gezeichneten Kapital. Das gesamte Gezeichnete Kapital ist voll erbracht. Alle Aktien sind mit gleichen Rechten ausgestattet.

Eigene Aktien

Die Gesellschaft hält zum Bilanzstichtag keine Aktien der XING AG (Vorjahr: 0 Aktien).

Genehmigtes Kapital 2011

Das von der Hauptversammlung 26. Mai 2011 beschlossene Genehmigte Kapital 2011 ist durch die Hauptversammlung am 3. Juni 2015 aufgehoben worden.

Genehmigtes Kapital 2015

Der Vorstand ist durch Beschluss der Hauptversammlung vom 3. Juni 2015 ermächtigt worden, bis zum 2. Juni 2020 das Grundkapital der Gesellschaft mit Zustimmung des Aufsichtsrats durch einmalige oder mehrmalige Ausgabe von neuen, auf den Namen lautenden Stückaktien gegen Bar- und/oder Sacheinlagen um bis zu 2.796.068,00 € zu erhöhen (Genehmigtes Kapital 2015). Dabei muss sich die Zahl der Aktien in demselben Verhältnis erhöhen wie das Grundkapital. Den Aktionären ist dabei ein Bezugsrecht einzuräumen. Die neuen Aktien können auch von einem oder mehreren durch den Vorstand bestimmten Kreditinstituten mit der Verpflichtung übernommen werden, sie den Aktionären anzubieten (mittelbares Bezugsrecht). Der Vorstand ist jedoch ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Bezugsrecht der Aktionäre auszuschließen:

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

Der anteilige Betrag am Grundkapital, der auf Aktien entfällt, die auf der Grundlage dieser Ermächtigung unter Ausschluss des Bezugsrechts der Aktionäre gegen Bar- oder Sacheinlagen ausgegeben werden, darf insgesamt 20 % des im Zeitpunkt des Wirksamwerdens der Ermächtigung bestehenden Grundkapitals der Gesellschaft nicht übersteigen.

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

Der Aufsichtsrat ist ermächtigt, die Fassung der Satzung entsprechend der Ausnutzung des genehmigten Kapitals oder nach Ablauf der Ermächtigungsfrist anzupassen.

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

Bedingtes Kapital I 2006, Bedingtes Kapital 2008, Bedingtes Kapital 2009, Bedingtes Kapital 2010 und Bedingtes Kapital 2012

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

Das von der Hauptversammlung am 21. Mai 2008 beschlossene Bedingte Kapital 2008, das am 27. Mai 2010 beschlossene Bedingte Kapital 2010 sind durch die Hauptversammlung am 2. Juni 2016 aufgehoben worden.

Bedingtes Kapital 2014

Das Grundkapital ist um bis zu 1.118.427,00 € durch Ausgabe von bis zu 1.118.427 Stück auf den Namen lautenden Stückaktien bedingt erhöht (Bedingtes Kapital 2014). Die bedingte Kapitalerhöhung dient der Gewährung von Aktien an die Inhaber von Wandelschuld- und/oder Optionsschuldverschreibungen, die aufgrund des Ermächtigungsbeschlusses der Hauptversammlung vom 23. Mai 2014 begeben werden. Die neuen Aktien nehmen – sofern sie bis zum Beginn der ordentlichen Hauptversammlung der Gesellschaft entstehen – vom Beginn des vorhergehenden Geschäftsjahres, ansonsten vom Beginn des Geschäftsjahres an, in dem sie entstehen, am Gewinn teil. Die Ausgabe der neuen Aktien erfolgt zu dem nach Maßgabe vorstehender Ermächtigung festzulegenden Wandlungs- und Optionspreis. Die bedingte Kapitalerhöhung ist nur insoweit durchzuführen, wie von Wandlungs- oder Optionsrechten aus Schuldverschreibungen Gebrauch gemacht wird oder Wandlungs- oder Optionspflichten aus Schuldverschreibungen erfüllt werden und soweit nicht andere Erfüllungsformen zur Bedienung eingesetzt werden. Der Vorstand ist ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats die weiteren Einzelheiten der Durchführung der bedingten Kapitalerhöhung festzusetzen. Zum 31. Dezember 2015 sind aus dem Bedingten Kapital 2015 keine Aktien ausgegeben.

Zum 31. Dezember 2016 waren keine gültigen (Vorjahr 0 Stück) Aktienoptionen an Mitarbeiter, Führungskräfte und den Vorstand selbst ausgegeben.

Kapitalrücklage

Die Kapitalrücklage beinhaltet im Wesentlichen das Agio aus Barkapitalerhöhungen.

In Summe ergibt sich somit zum 31. Dezember 2016 eine Kapitalrücklage von 31.415 Tsd. € (Vorjahr: 31.415 Tsd. €), davon sind 48 Tsd. € gemäß § 272 Abs. 2 Nr. 4 HGB frei verfügbar und resultieren aus der in 2011 beschlossenen Kapitalherabsetzung.

Bilanzgewinn

Zum Bilanzstichtag weist die Gesellschaft einen Bilanzgewinn von 16.942 Tsd. € (Vorjahr 14.691 Tsd. €) aus, der mit 16.470 Tsd. € (Vorjahr 11.907 Tsd. €) den Jahresüberschuss des Geschäftsjahrs beinhaltet.

Sonstige Rückstellungen

Die sonstigen Rückstellungen setzen sich wie folgt zusammen:

	31.12.2016	31.12.2015
	in Tsd.€	in Tsd.€
Rückstellung für Personalaufwendungen	5.418	4.717
Rückstellung für Marketingaufwendungen	1.585	1.290
Rückstellung für bedingte Kaufpreisverpflichtungen	1.304	1.304
Rückstellung für Aufsichtsratsvergütungen	324	285
Rückstellung für Abschluss- und Prüfungskosten	278	243
Rückstellung für Rückbauverpflichtung	223	194
Rückstellung für Rechts- und Beratungskosten	92	134
Übrige	3.282	2.211
	12.506	10.378

Die Rückstellung für Personalaufwendungen beinhalten vor allem Rückstellungen für Boni, Urlaubsgelder und Abfindungen. Die Rückstellung für bedingte Kaufpreisverpflichtungen betrifft den Erwerb der ICC AG im Vorjahr. Die übrigen Rückstellungen enthalten Rückstellungen für sonstige Fremdleistungen.

Verbindlichkeiten

Die Aufteilung der einzelnen Posten der Verbindlichkeiten ergibt sich aus der Bilanz. Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie die sonstigen Verbindlichkeiten haben eine Restlaufzeit von unter einem Jahr.

Die Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen beinhalten Weiterbelastungen der Tochtergesellschaften für Lieferungen und Leistungen in Höhe von 1.100 Tsd. € (Vorjahr: 439 Tsd. €) und haben eine Restlaufzeit von unter einem Jahr.

Eine Besicherung der Verbindlichkeiten durch Pfandrechte oder ähnliche Rechte besteht nicht.

Rechnungsabgrenzungsposten

Der wesentliche Teil der passiven Rechnungsabgrenzung betrifft in Höhe von 56.302 Tsd. € (Vorjahr: 44.285 Tsd. €) vor dem Stichtag des Jahresabschlusses entstandene Leistungsverpflichtungen, die der Gesellschaft aus vorausbezahlten Mitgliedsbeiträgen ihrer Kunden erwachsen sind und dem Teil der Leistung entspricht, der nach dem Bilanzstichtag auszuführen ist.

Passive latente Steuern

Zum Bilanzstichtag ergibt sich nach Saldierung der aktiven latenten Steuern von 101 Tsd. € (Vorjahr 36 Tsd. €) und passiven latenten Steuern von 239 Tsd. € (Vorjahr 295 Tsd. €) ein Passivüberhang der latenten Steuern von 138 Tsd. € (Vorjahr: 259 Tsd. €). Die passiven latenten Steuern resultieren mit 160 Tsd. € (Vorjahr: 240 Tsd. €) aus temporären Differenzen aus den bei der Verschmelzung der ICC AG auf die XING AG aufgedeckten stillen Reserven im Bereich der immateriellen Vermögenswerte und mit 79 Tsd. € (Vorjahr: 55 Tsd. €) aus der phasengleichen Gewinnvereinnahmung der Tochterunternehmen. Bei der Bewertung der latenten Steuern wurde ein Steuersatz von 32,28% zugrunde gelegt. Die aktiven latenten Steuern betreffen im Wesentlichen abzugsfähige Differenzen im Zusammenhang mit sonstigen Rückstellungen.

Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung

Umsatzerlöse

Die erzielten Umsatzerlöse werden nach geographischen Regionen wie folgt unterschieden:

	31.12.2016	31.12.2015
	in Tsd.€	in Tsd.€
D-A-CH	139.064	106.016
International	5.621	5.470
	<u>144.685</u>	<u>111.486</u>

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

Die erzielten Umsatzerlöse nach Tätigkeitsbereichen lassen sich wie folgt aufgliedern:

	2016	2015
	in Tsd. €	in Tsd. €
B2C	77.919	68.222
B2B E-Recruiting	52.074	31.994
B2B Advertising & Events	12.906	11.270
Zentralbereiche	1.786	0
	<u>144.685</u>	<u>111.486</u>

Mit dem Bilanzrichtlinie-Umsetzungsgesetz (BilRUG) wurde der Begriff der Umsatzerlöse in § 277 HGB neu definiert. Bei Anwendung der Neudefinition bereits im Geschäftsjahr 2015 hätten sich Umsatzerlöse von 112.425 Tsd. € bzw. sonstige betriebliche Erträge von 1.881 Tsd. € ergeben.

Periodenfremde Erträge und Aufwendungen

Die sonstigen betrieblichen Erträge enthalten periodenfremde Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen (820 Tsd. €; Vorjahr: 349 Tsd. €) sowie Erträge aus Zahlungseingängen auf abgeschriebene Forderungen (402 Tsd. €; Vorjahr: 44 Tsd. €).

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen beinhalten periodenfremde Aufwendungen von 247 Tsd. € (Vorjahr: 111 Tsd. €).

Steuern vom Einkommen und vom Ertrag

	2016	2015
	in Tsd. €	in Tsd. €
Ertragsteueraufwendungen	6.218	5.345
Latente Ertragsteuern	-121	-60
Ertragsteuern	<u>6.097</u>	<u>5.285</u>

Als Ertragsteueraufwendungen werden wie im Vorjahr die Körperschaftsteuer zuzüglich Solidaritätszuschlag, die Gewerbebeertragsteuer und die gezahlte ausländische Quellensteuer ausgewiesen. Die Ertragsteueraufwendungen betreffen fast ausschließlich das Berichtsjahr. Außerdem waren in diesem Posten latente Steueraufwendungen beziehungsweise –erträge erfasst, die aus der Entstehung und Umkehrung von temporären Differenzen zwischen handelsrechtlichen und steuerlichen Wertansätzen resultierten.

Sonstige Angaben

Haftungsverhältnisse

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

Sonstige finanzielle Verpflichtungen

Es bestehen aus Mietverträgen für Wohn- und Geschäftsräume sowie aus Leasingverträgen Zahlungsverpflichtungen innerhalb der nächsten fünf Jahre von insgesamt 12.262 Tsd. € (Vorjahr: innerhalb der nächsten sechs Jahre von insgesamt 8.018 Tsd. €).

Anteilsbesitz

Nr	Gesellschaft	Sitz	Kapitalanteil	Gehalten von	Eigenkapital	Ergebnis
			31.12.2016		Stand	2016
			%		in Tsd. €	in Tsd. €
1	XING AG (Muttergesellschaft)	Hamburg				
2	XING International Holding GmbH	Hamburg	100	1	38	0
3	XING Networking Spain, S.L.	Barcelona, Spanien	100	2	696	352
4	XING Switzerland GmbH	Zürich, Schweiz	100	2	167	39
5	XING E-Recruiting Switzerland AG (vormals: BuddyBroker AG)	Zürich, Schweiz	100	2	259	139
6	Eqipia GmbH	Zug, Schweiz	100	5	23	0
7	XING E-Recruiting GmbH & Co. KG	Hamburg 2)	100	1	1.470	1.370
8	XING E-Recruiting GmbH	Wien, Österreich	100	7	301	266
9	kununu GmbH	Wien, Österreich	100	1	5.627	4.954
10	XING S.á r.l	Luxemburg, Luxemburg	100	1	108	32
11	Grupo Galenicom Tecnologias de la Informacion, S.L.	Barcelona, Spanien	100	1	-14	0
12	XING Marketing Solutions GmbH (vormals: XING Purple GmbH)	Hamburg 1)	100	1	25	0
13	XING News GmbH	Hamburg	100	1	72	47
14	XING Events GmbH	Hamburg 1)	100	1	-377	0
15	amiando UK Ltd.	Birmingham, Großbritannien	100	14	24	3
16	XING Students Consulting GmbH	Hamburg	100	14	57	32
17	Kununu US LLC	Boston, USA	50	19	-675	-6.049

1) Es besteht Ergebnisabführungsvertrag mit der jeweiligen Muttergesellschaft

2) Kommanditistin der Gesellschaft ist die XING AG, die XING International Holding GmbH, Hamburg, Deutschland, ist persönlich haftende Gesellschafterin. Einlagen wurden bis zum 31. Dezember 2016 noch nicht geleistet.

Mit der XING Marketing Solutions GmbH, Hamburg (vormals: XING Purple GmbH) besteht mit Wirkung zum 16. Juni 2016 ein Gewinnabführungsvertrag. Wie im Vorjahr bestehen Ergebnisabführungsverträge mit der XING Events GmbH, Hamburg, sowie mit der XING E-Recruiting GmbH & Co. KG, Hamburg.

Anzahl der Arbeitnehmer

Während des Geschäftsjahres 2016 waren bei der XING AG durchschnittlich 505 Mitarbeiter (Vorjahr: 526) und 4 Vorstandsmitglieder (Vorjahr: 4) beschäftigt. Zum 31. Dezember 2016 waren in der Gesellschaft 450 Mitarbeiter (Vorjahr: 580) und 4 Vorstandsmitglieder (Vorjahr: 4) tätig.

Die Mitarbeiter waren in folgenden Funktionen tätig:

- Produkt / Engineering: 233
- Administration: 177
- Marketing / Customer Care: 75
- Sales / Customer Relations: 20
- Gesamt: 505

Mitglieder des Aufsichtsrats

Folgende Personen gehörten im Berichtsjahr dem Aufsichtsrat der Gesellschaft an:

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

weitere Aufsichtsratsmandate/Mitgliedschaften in Kontrollgremien:

- Vorsitzender des Aufsichtsrats der HolidayCheck Group AG (ehemals Tomorrow Focus AG), München, Deutschland
- Vorsitzender des Beirats der BurdaForward GmbH, München, Deutschland
- Mitglied des Aufsichtsrats der zooplus AG, München, Deutschland (bis 31.05.2016)
- Mitglied des Beirats der Cyberport GmbH, Dresden, Deutschland
- Mitglied des Aufsichtsrats und des Beirats der Giesecke & Devrient GmbH, München, Deutschland

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

Weitere Aufsichtsratsmandate/Mitgliedschaften in Kontrollgremien: keine

Dr. Jörg Lübcke, Geschäftsführer, Barcare GmbH, München, Deutschland

Weitere Aufsichtsratsmandate/Mitgliedschaften in Kontrollgremien:

- Mitglied des Beirats der Cyberport GmbH, Dresden, Deutschland

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

Weitere Aufsichtsratsmandate/Mitgliedschaften in Kontrollgremien:

- Mitglied des Aufsichtsrats der OPMS Limited, Seoul, Südkorea
- Mitglied des Aufsichtsrats der Coc Coc Pte. Limited, Singapur

Anette Weber, Global Lead Development Transformation, Novartis Pharma AG, Basel, Schweiz

Weitere Aufsichtsratsmandate/Mitgliedschaften in Kontrollgremien: keine

Sabine Bendiek (bis 06.12.2016), Vorsitzende der Geschäftsführung der Microsoft Deutschland GmbH, Frankfurt am Main, Deutschland

Weitere Aufsichtsratsmandate/Mitgliedschaften in Kontrollgremien: keine

Dr. Andreas Rittstieg (seit 15.12.2016), Vorstand Recht und Compliance der Hubert Burda Media Gruppe, München, Deutschland

Weitere Aufsichtsratsmandate/Mitgliedschaften in Kontrollgremien:

- Mitglied des Aufsichtsrats der Brenntag AG, Mülheim a.d.R., Deutschland
- Mitglied des Aufsichtsrats der HolidayCheck Group AG (ehemals Tomorrow Focus AG), München, Deutschland (bis 31.12.2016)
- Mitglied des Verwaltungsrats der Kühne Holding AG, Schindellegi, Deutschland
- Mitglied des Beirats der Huesker Holding GmbH, Gescher, Deutschland

Die Mitglieder des Aufsichtsrats haben für jedes volle Geschäftsjahr ihrer Zugehörigkeit zum Aufsichtsrat eine feste Vergütung von 40 Tsd. € erhalten. Der Vorsitzende des Aufsichtsrats erhielt das Zweifache der festen Vergütung. Mitglieder von tatsächlich gebildeten Ausschüssen erhielten zusätzlich zur festen Vergütung für jede Ausschussmitgliedschaft und jedes volle Geschäftsjahr ihrer Zugehörigkeit zum jeweiligen Ausschuss weitere 5 Tsd. €; Vorsitzende von tatsächlich gebildeten Ausschüssen erhielten für jeden Ausschussvorsitz das Zweifache dessen.

Im Geschäftsjahr 2016 betrug die Aufsichtsratsvergütung insgesamt 306 Tsd. € (Vorjahr: 285 Tsd. €).

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

Mitglieder des Vorstands

Zu Mitgliedern des Vorstandes waren bestellt:

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

Aufsichtsratsmandate/Mitgliedschaften in Kontrollgremien:

- Mitglied des Aufsichtsrats der Ravensburger AG, Ravensburg, Deutschland
- Mitglied des Verwaltungsrats der Conrad Electronic SE, Hirschau, Deutschland

Ingo Chu, CFO, Hamburg, Deutschland

Aufsichtsratsmandate/Mitgliedschaften in Kontrollgremien: keine

Jens Pape, CTO, Hamburg, Deutschland

Aufsichtsratsmandate/Mitgliedschaften in Kontrollgremien: keine

Timm Richter, CPO, Hamburg, Deutschland

Aufsichtsratsmandate/Mitgliedschaften in Kontrollgremien: keine

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

Honorare und Dienstleistungen des Abschlussprüfers

Das von den Abschlussprüfern PricewaterhouseCoopers AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft für das Geschäftsjahr 2016 Gesamthonorar ist in der entsprechenden Anhangsangabe im XING-Konzernabschluss enthalten.

Angabe zu Geschäften mit nahestehenden Unternehmen und Personen

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

Die Hubert Burda Media Holding Kommanditgesellschaft, Offenburg, hält seit dem 18. Dezember 2012 mehr als 50% des Grundkapitals der XING AG. Die XING AG ist demnach eine abhängige Gesellschaft i.S.v. § 312 Abs. 1 Satz 1 i.V.m. § 17 Abs. 2 AktG. Da kein Beherrschungsvertrag zwischen der XING AG und der Hubert Burda Media Holding Kommanditgesellschaft, Offenburg, besteht, stellt der Vorstand der XING AG einen Bericht über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen gemäß § 312 Abs. 1 Satz 1 AktG auf. Im Geschäftsjahr 2015 haben die XING AG bzw. ihre verbundenen Unternehmen und die Hubert Burda Media Holding Kommanditgesellschaft, Offenburg, bzw. deren verbundenen Unternehmen wie im Vorjahr gegenseitig Produkte zu marktüblichen Bedingungen bezogen.

Angaben gemäß § 160 Abs. 1 Nr. 8 AktG

Die Gesellschaft erhielt im Geschäftsjahr von den Aktionären keine Mitteilungen über meldepflichtige Beteiligungen nach § 20 Abs. 1 oder 4 AktG sowie nach § 21 Abs. 1 oder 1a WpHG.

Directors' Dealings

Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats sind nach Artikel 19 Marktmissbrauchsverordnung (VO MAR) verpflichtet, den Erwerb oder die Veräußerung von Aktien der XING AG oder sich darauf beziehender Finanzinstrumente offenzulegen, soweit der Wert der von dem Mitglied und ihm nahestehenden Personen innerhalb eines Kalenderjahrs getätigten Geschäfte die Summe von 5.000 € erreicht oder übersteigt. Die der XING AG im abgelaufenen Geschäftsjahr gemeldeten Geschäfte wurden ordnungsgemäß veröffentlicht und sind auf der Website des Unternehmens (<http://corporate.xing.com/deutsch/investor-relations/aktie>) abrufbar.

Erklärung zum Corporate Governance Kodex

Vorstand und Aufsichtsrat der XING AG haben im März 2017 die nach § 161 AktG vorgeschriebene Erklärung abgegeben und durch Veröffentlichung auf der Website des Unternehmens (<http://corporate.xing.com/deutsch/investor-relations/corporate-governance>) öffentlich zugänglich gemacht.

Vorschlag für die Verwendung des Bilanzgewinns der XING AG

	2016
	in €
Jahresüberschuss der XING AG	16.470.452,45
Gewinnvortrag aus dem Vorjahr	471.475,72
Entnahme aus anderen Gewinnrücklagen	0,00
Bilanzgewinn	<u><u>16.941.928,17</u></u>

Der Vorstand und der Aufsichtsrat schlagen die Ausschüttung einer Dividende von 1,37 € je Aktie aus dem Bilanzgewinn der XING AG des Geschäftsjahres 2016 vor. Dies entspricht einer erwarteten Gesamtzahlung von 7.699.995,95 €. Zusätzlich soll eine Sonderdividende von 1,60 € je Aktie gewährt werden. Hierfür sind weitere 8.992.696,00 € zu zahlen, sodass sich eine voraussichtliche Gesamtdividende von 16.692.691,95 € (2,97 € je Aktie) ergibt. Der Bestand an liquiden Eigenmitteln von 81,3 Mio. € zum Jahresende 2016 sowie das cash-generative Geschäftsmodell von XING ermöglichen der Gesellschaft die Auszahlung von regelmäßigen Dividenden, ohne die weiter auf Wachstum ausgerichtete Geschäftsstrategie des Unternehmens zu verändern. Die Zahlung dieser Dividende ist abhängig von der Zustimmung der Hauptversammlung am 16. Mai 2017. Der verbleibende Bilanzgewinn in Höhe von 249.236,22 € soll auf neue Rechnung vorgetragen werden.

Wesentliche Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Es haben sich keine für die XING AG wesentlichen berichtspflichtigen Ereignisse nach dem Bilanzstichtag ereignet..

Hamburg, 21. März 2017

Der Vorstand

Dr. Thomas Vollmoeller

Alastair Bruce

Ingo Chu

Jens Pape

Timm Richter

Anlagenspiegel

Anlage zum Anhang:
XING AG, Hamburg
Anlagenpiegel für das Geschäftsjahr 2016

	01.01.2016		31.12.2016		01.01.2016		31.12.2016		31.12.2016		31.12.2015	
	Euro	Euro	Zugänge	Abgänge	Euro	Euro	Zugänge	Abgänge	Euro	Euro	Euro	Euro
I. Immaterielle Vermögensgegenstände												
1. Entgeltlich erworbene gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	22.772.959,79	1.456.561,57	540,00	24.228.981,36	18.027.809,24	2.385.228,16	540,00	20.412.497,40	4.745.150,55	3.816.483,96		
2. Geschäfts- oder Firmenwert	6.203.654,59	0,00	0,00	6.203.654,59	1.240.730,92	1.238.089,17	0,00	2.478.820,09	4.962.923,67	3.724.834,50		
3. Geleistete Anzahlungen	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00		
	28.976.614,38	1.456.561,57	540,00	30.432.635,95	19.268.540,16	3.623.317,33	540,00	22.891.317,49	9.708.074,22	7.541.318,46		
II. Sachanlagen												
1. Grundstücke und ähnliche Rechte	17.159.787,61	2.996.722,91	150.506,73	20.006.003,79	13.276.400,64	2.457.803,98	132.376,45	15.601.828,17	3.883.386,97	4.404.175,62		
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	0,00	2.708.776,14	0,00	2.708.776,14	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	2.708.776,14		
2. Geleistete Anzahlungen	17.159.787,61	5.705.499,05	150.506,73	22.714.779,93	13.276.400,64	2.457.803,98	132.376,45	15.601.828,17	3.883.386,97	7.112.951,76		
III. Finanzanlagen												
1. Anteile an verbundenen Unternehmen	37.505.226,92	150.000,00	0,00	37.655.226,92	28.846.028,38	0,00	0,00	28.846.028,38	8.659.198,54	8.809.198,54		
2. Ausleihungen an verbundene Unternehmen	478.192,57	0,00	0,00	478.192,57	478.192,57	0,00	0,00	478.192,57	0,00	0,00		
3. Beteiligungen	249.999,96	0,00	49.999,96	200.000,00	199.999,00	0,00	0,00	199.999,00	50.000,96	1,00		
	38.233.419,45	150.000,00	49.999,96	38.333.419,49	29.524.219,95	0,00	0,00	29.524.219,95	8.709.199,50	8.809.199,54		
	84.369.821,44	7.312.060,62	201.046,69	91.480.835,37	62.069.160,75	6.081.121,31	132.916,45	68.017.365,61	22.300.660,69	23.463.469,76		

Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers

Wir haben den Jahresabschluss - bestehend aus Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung sowie Anhang - unter Einbeziehung der Buchführung und den Lagebericht der XING AG, Hamburg, für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember 2016 geprüft. Die Buchführung und die Aufstellung von Jahresabschluss und Lagebericht nach den deutschen handelsrechtlichen Vorschriften liegen in der Verantwortung des Vorstands der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über den Jahresabschluss unter Einbeziehung der Buchführung und über den Lagebericht abzugeben.

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

Unsere Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt.

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

Hamburg, den 21. März 2017

PricewaterhouseCoopers GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Niklas Wilke
Wirtschaftsprüfer

ppa. Jana Zemmrich
Wirtschaftsprüferin

