

# Q1/2010

1. Januar bis 31. März 2010



# XING

Zwischenbericht  
zum ersten Quartal 2010



<b>Kennzahlen</b>		<b>Q1/2010</b>	<b>Q4/2009</b>	<b>Q1/2009</b>
Umsatz	in Mio. €	12,60	11,88	10,75
EBITDA	in Mio. €	3,30	3,02	3,40
EBITDA-Marge	in %	26	25	32
Periodenergebnis	in Mio. €	1,26	-4,20	1,68
Operativer Cashflow	in Mio. €	9,20	4,40	5,41
Operativer Cashflow je Aktie	in €	1,74	0,84	1,06
Ergebnis je Aktie (unverwässert)	in €	0,24	-0,82	0,33
Eigenkapital	in Mio. €	54,31	52,69	54,31
Liquide Mittel	in Mio. €	49,96	42,86	37,23
Mitglieder	in Mio.	9,17	8,75	7,48
davon zahlende Mitglieder	in Tsd.	708	687	606
Anzahl Kontaktverbindungen	in Mio.	183	172	136
Mitarbeiter		293	265	239

# Mission Statement

Wer Kontakte hat, kommt weiter. Wer gute Kontakte hat, kommt noch weiter. Was früher vor allem elitären Kreisen vorbehalten war, ist über das Internet heute jedem zugänglich – durch XING, das onlinebasierte Netzwerk für berufliche Kontakte. Auf der Plattform kann jedes Mitglied mit den mehr als neun Millionen Geschäftsleuten und Berufstätigen in Kontakt treten, die das globale Business-Netzwerk für Geschäfte, Beruf und Karriere nutzen. Mit maßgeschneiderten Networking-Funktionen und Services fördert XING die Vernetzung und die professionelle Kontaktpflege unter den Mitgliedern der Plattform. Darüber hinaus bietet das Business Network gut 38 Tausend Expertengruppen und jährlich mehr als 150 Tausend von Mitgliedern organisierte Networking-Events auf der ganzen Welt. Eine weitere Möglichkeit, aus beruflichen Kontakten echten Mehrwert zu generieren, sind die Stellenangebote, die den Mitgliedern über XING Jobs zur Verfügung stehen.

**XING. Powering Relationships.**

## Inhalt

### An unsere Aktionäre

- 4 Brief des Vorstands
- 6 XING Aktie

### Finanzinformationen

- 9 Konzern-Zwischenlagebericht
- 18 Konzern-Zwischenabschluss
- 18 Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung
- 19 Konzern-Gesamtergebnisrechnung
- 20 Konzern-Bilanz
- 22 Konzern-Kapitalflussrechnung
- 24 Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung
- 26 Erläuterungen  
zum Konzern-Zwischenabschluss

### Service

- 30 Finanztermine
- 30 Impressum und Kontakt

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

nach einem bewegten, von Veränderungen und wichtigen strategischen Weichenstellungen geprägten Jahr 2009 sind wir mit dem ersten Quartal 2010 erfolgreich in ein neues Geschäftsjahr gestartet. Es ist uns gelungen, den Umsatz von 10,8 Mio. € im Vorjahresquartal um 17 Prozent auf 12,6 Mio. € zu steigern. Wie geplant konnten wir dabei das operative Ergebnis (EBITDA) sukzessive verbessern. Seit dem zweiten Quartal 2009 haben wir unsere Profitabilität Schritt für Schritt von 2,5 Mio. € (Q2 2009) auf nunmehr 3,3 Mio. € im ersten Quartal 2010 gesteigert.

Und nicht nur damit haben wir 2010 als Jahr des profitablen Wachstums eingeläutet: In den vergangenen zwölf Monaten ist auch die Mitgliederzahl um 23 Prozent von 7,5 auf 9,2 Millionen gewachsen. Allein im ersten Quartal 2010 konnten wir 420 Tausend neue Mitglieder für die XING-Plattform gewinnen. Die Zahl der Premium-Mitglieder ist innerhalb der letzten zwölf Monate um 17 Prozent auf 708 Tausend gestiegen. Im ersten Quartal sind 21 Tausend zahlende Mitglieder neu hinzugekommen. Damit verfügen wir allein im deutschsprachigen Raum über mehr als 3,9 Millionen Mitglieder und konnten unsere Dominanz gegenüber Wettbewerbern in unserem Heimatmarkt deutlich unterstreichen.

Dass XING insbesondere in Deutschland das mit weitem Abstand bekannteste und beliebteste Online-Business-Netzwerk ist, belegt eine repräsentative Forsa-Umfrage unter deutschen Fach- und Führungskräften aus dem ersten Quartal dieses Jahres. Danach nutzen 75 Prozent der in einem beruflichen Online-Netzwerk aktiven Manager XING. Insgesamt 15 Prozent aller deutschen Fach- und Führungskräfte sind aktuell bei XING aktiv. XING wird somit im deutschsprachigen Raum sieben Mal häufiger genutzt als vergleichbare Internet-Plattformen.

Ein wichtiger Meilenstein zur stärkeren Positionierung der Plattform bei Werbetreibenden und zur Beschleunigung des Umsatzwachstums im Segment „Advertising“ war die erstmalige Präsentation von XING in den AGOF Internet Facts im März 2010. Sowohl nach Visits als auch nach Page Impressions positioniert sich XING deutlich vor anderen IVW-geprüften Business-Sites. So erzielt XING eine höhere Reichweite als capital.de, FTD.de, Handelsblatt.com, impulse.de, manager-magazin.de oder wiwo.de. Darüber hinaus weisen die AGOF Internet Facts auch die Zielgruppe von XING als besonders hochkarätig aus: XING erreichte 2,1 Millionen Unique User. Von diesen zählen 1,06 Millionen Nutzer zu der für viele Werbetreibende besonders attraktiven Kategorie der berufstätigen Akademiker bzw. der Haushalte mit einem monatlichen Haushaltsnettoeinkommen von mindestens 3.500 €. Diese Ergebnisse unterstreichen, dass XING für Werbetreibende eine unverzichtbare Plattform zur Ansprache von Business-Professionals ist.

Die hohe Markenbekanntheit und die hervorragende Positionierung von XING konnten wir im März nutzen, um gemeinsam mit Microsoft Deutschland auf der CeBIT 2010 in Hannover eine wichtige Partnerschaft für den Outlook Social Connector anzukündigen. Damit wird der Outlook-Posteingang künftig auch für deutsche Nutzer zur Nachrichtenzentrale, die sie über die Aktivitäten ihrer Business-Kontakte auf dem Laufenden hält. Das XING-Plugin wird voraussichtlich zeitgleich mit dem für Juni geplanten Start von Microsoft Outlook 2010 unter [www.xing.com/outlook](http://www.xing.com/outlook) zur Verfügung stehen.

Deutliche Fortschritte haben wir auch im wichtigen Segment „E-Recruiting“ gemacht. Trotz der immer noch belastenden wirtschaftlichen Rahmenbedingungen haben wir mit neuen Angeboten wie den Fix-Preis-Stellenanzeigen oder der Recruiter-Mitgliedschaft sowie dem im ersten Quartal 2010 komplettierten Sales Team den Umsatz in diesem Segment in den ersten drei Monaten des Jahres im Vergleich zum Vorquartal sogar um 26 Prozent auf 1,44 Mio. € gesteigert.

Im Dezember 2009 hat sich die Hubert Burda Digital GmbH mit 25,1 Prozent an XING beteiligt. Vor diesem Hintergrund hat sich die Zusammensetzung des Aufsichtsrats der XING AG im Verlauf des ersten Quartals verändert. Seit dem 22. Januar 2010 ersetzt Fritz Oidtmann das ausgeschiedene Aufsichtsratsmitglied Lars Hinrichs. Der 49-jährige ist Geschäftsführer der Burda Digital Commerce GmbH und der CHIP Holding GmbH. Zudem ist er Sprecher der Geschäftsführung der Cyberport GmbH und der computeruniverse.net GmbH. Fritz Oidtmann war Gründungsgesellschafter und Mitglied des Vorstandes von OnVista, nachdem er zuvor zwölf Jahre bei der internationalen Unternehmensberatung McKinsey & Company tätig war. Fritz Oidtmann hat Volkswirtschaftslehre an den Universitäten Bonn und Berkeley, USA, studiert.

Wir haben in den letzten Monaten wichtige strategische Weichenstellungen vorgenommen und die XING AG auf eine breitere Ertragsbasis gestellt. Dabei bildet der Bereich „Subscriptions“ ein hervorragendes und stabiles Fundament von dem aus wir den Aufbau der Segmente „E-Recruiting“ und „Advertising“ in den nächsten Quartalen weiter vorantreiben wollen. Wir erwarten, dass unsere neuen Erlösquellen mit einer Belebung der allgemeinen konjunkturellen Lage vor allem im deutschsprachigen Raum ein beschleunigtes Wachstum erfahren werden. Vor diesem Hintergrund freuen wir uns gemeinsam mit unseren Mitarbeitern auf ein weiteres erfolgreiches zweites Quartal 2010.

Vielen Dank für Ihr Vertrauen!

Hamburg, im Mai 2010



Dr. Stefan Groß-Selbeck  
CEO



Ingo Chu  
CFO



Michael Otto  
CTO



Dr. Helmut Becker  
CCO

# XING-Aktie

## Stammdaten zur XING-Aktie

<b>Anzahl Aktien</b>	5.272.447
<b>Aktienart</b>	Namensaktien
<b>Börsengang</b>	07.12.2006
<b>Trading Symbol</b>	O1BC
<b>Wertpapierkennnummer (WKN)</b>	XNG888
<b>ISIN</b>	DE000XNG8888
<b>Bloomberg</b>	O1BC
<b>Reuters</b>	OBCGn.DE
<b>Marktsegment</b>	Prime Standard
<b>Börsen</b>	Berlin, Bremen, Düsseldorf, Frankfurt, München, Stuttgart

Kennzahlen zur XING-Aktie auf einen Blick	Q1/2010	Q1/2009
XETRA-Schlusskurs am Ende der Periode	28,80 €	28,90 €
Höchstkurs	31,79 €	30,50 €
Tiefstkurs	27,40 €	24,25 €
Marktkapitalisierung am Ende der Periode	151,8 Mio. €	150,33 Mio. €
Durchschnittliches Handelsvolumen je Handelstag (Stück)	12.722	6.170
Rang im TecDAX		
nach Handelsumsatz	36	27
nach Börsenkapitalisierung	37	24
Ergebnis je Aktie (unverwässert)	0,24 €	0,33 €
Operativer Cashflow je Aktie	1,74 €	1,06 €
Eigenkapital pro Aktie	10,30 €	10,67 €

Entwicklung der XING-Aktie im Indexvergleich in %	Q1/2010
XING	-6
TecDAX	0
DAX	3
SDAX	10

# Finanzinformationen

für das erste Quartal vom 1. Januar bis 31. März 2010

## Konzern-Zwischenlagebericht

9

Geschäftsverlauf

15

Produktentwicklung und Engineering

17

Risikobericht

## Konzern-Zwischenabschluss

18

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

19

Konzern-Gesamtergebnisrechnung

20

Konzern-Bilanz

22

Konzern-Kapitalflussrechnung

24

Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung

26

Erläuterungen zum Konzern-Zwischenabschluss

# KONZERN-ZWISCHENLAGEBERICHT

für das erste Quartal vom 1. Januar bis 31. März 2010

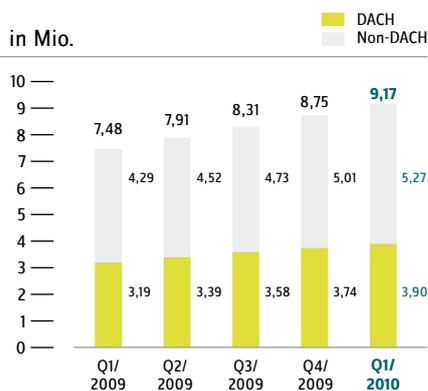
## Geschäftsverlauf

### Mitgliederwachstum

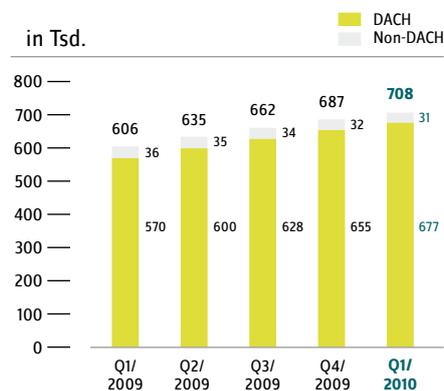
In den ersten drei Monaten des neuen Geschäftsjahres ist es XING gelungen, 420 Tausend neue Mitglieder zu gewinnen. Insgesamt haben sich in den vergangenen zwölf Monaten 1,7 Millionen Business Professionals für eine Mitgliedschaft bei XING entschieden. Damit ist die Mitgliederbasis bis Ende März 2010 auf 9,2 Millionen angestiegen. Die Zahl der Premium-Mitglieder erhöhte sich bis Ende März 2010 auf insgesamt 708 Tausend. Die XING AG konnte durch dieses anhaltend starke Mitgliederwachstum ihre marktführende Position im deutschsprachigen Raum weiter deutlich ausbauen.

43 Prozent aller Mitglieder stammten zum Ende des ersten Quartals aus Deutschland, Österreich und der Schweiz. Insgesamt sind bereits 3,9 Millionen Geschäftsleute aus dem deutschsprachigen Raum auf der Plattform aktiv. Damit bleibt XING das in seinen Heimatmärkten mit deutlichem Abstand meistgenutzte und am schnellsten wachsende „Professional Network“. Gleichzeitig belegt eine aktuelle TNS Umfrage unter 6.000 Menschen (davon 3.000 XING-Mitglieder), dass sich XING unter den sozialen Netzwerken in Deutschland einer hohen Beliebtheit erfreut. Als einziges der genannten Netzwerke erhielt XING einen positiven Net Promoter Score. Dieser Index beschreibt die Wahrscheinlichkeit, mit der Kunden ein Produkt, ein Unternehmen oder eine Dienstleistung weiterempfehlen.

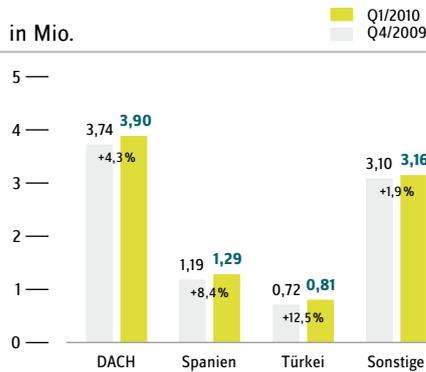
#### Mitgliederverteilung



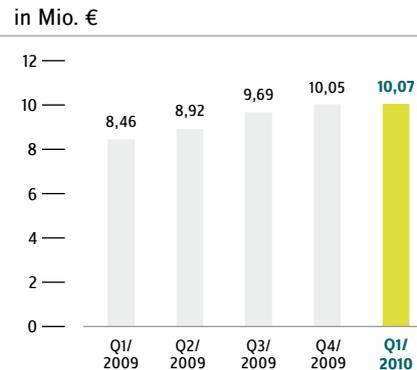
#### Premium-Mitglieder



### Mitglieder nach Regionen



### Umsatz Subscriptions

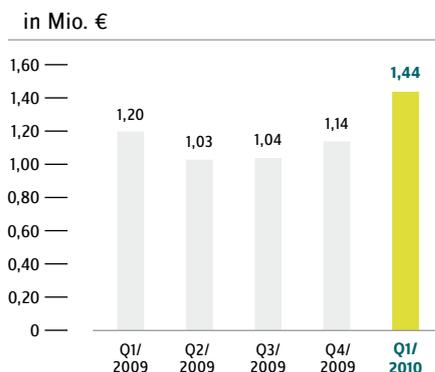


Neben dem starken Wachstum im deutschsprachigen Raum, der sogenannten DACH-Region, konnte XING auch die internationale Präsenz kontinuierlich ausbauen. So ist es dem Unternehmen gelungen, im ersten Quartal des neuen Geschäftsjahres insgesamt 257 Tausend neue Mitglieder außerhalb der DACH-Region zu gewinnen. Wie geplant generierte XING das Wachstum überwiegend in der Türkei und Spanien. Dabei haben die Niederlassungen in Barcelona und Istanbul den Ausbau des internationalen Business-Netzwerks in Europa deutlich vorangetrieben. Ende März lebten 5,3 Millionen Mitglieder in Ländern außerhalb des deutschsprachigen Raums. Insbesondere in der Region rund um das Mittelmeer existiert bereits eine äußerst aktive Community.

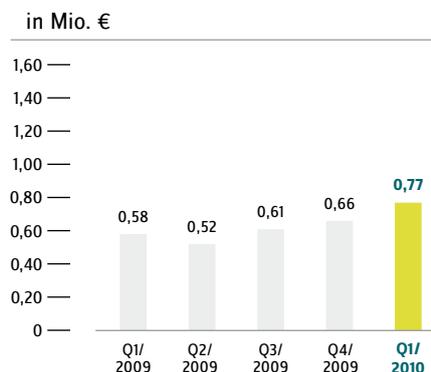
### Umsatzentwicklung

Die XING AG konnte ihren Gesamtumsatz inklusive sonstiger betrieblicher Erträge im ersten Quartal 2010 weiter ausbauen. Mit 12,6 Mio. € liegt der Quartalsumsatz 17 Prozent über dem Umsatz des Vergleichs quartals im Vorjahr. Gegenüber dem vierten Quartal 2009 beträgt das Umsatzwachstum 6 Prozent. Anders als in den Vorquartalen lag die Ursache für den Umsatzanstieg in den ersten drei Monaten des Jahres 2010 nicht im Wachstum der zahlenden Mitglieder, sondern vor allem in der guten Entwicklung der neuen strategischen Segmente „E-Recruiting“ und „Advertising“. Der Umsatz im Geschäftsbereich „Subscriptions“ lag im ersten Quartal bei 10,07 Mio. €. Ursächlich für das geringere Wachstum gegenüber dem vierten Quartal 2009 ist unter anderem der mit nur 28 Tagen verkürzte Februar. Mit 21 Tausend neuen zahlenden Mitgliedern konnte die XING AG die Basis der Premium-Nutzer im ersten Quartal auf 708 Tausend zum 31. März 2010 verbreitern.

## Umsatz E-Recruiting



## Umsatz Advertising



Sehr positiv hat sich seit Jahresbeginn das Segment „E-Recruiting“ entwickelt. Mit neuen Angeboten wie den Fix-Preis-Stellenanzeigen oder der Recruiter-Mitgliedschaft sowie dem Aufbau eines Sales Teams hat die XING AG die Basis dafür geschaffen, um im E-Recruiting-Markt weiter zu wachsen und neue Kunden von den Vorteilen der Rekrutierung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern über das Business-Netzwerk zu überzeugen. Dabei wird die Gesellschaft ihre Präsenz auf Fachmessen im Personalbereich ausbauen und solche Aktivitäten stärker mit Marketing- und PR-Maßnahmen begleiten. Darüber hinaus wird XING eigene Recruiter-Seminare veranstalten, um der Zielgruppe professioneller Recruiter neue Wege aufzuzeigen, mit denen sie die Personalsuche über das Medium des sozialen Netzwerks erheblich effizienter und qualitativ hochwertiger gestalten können. Diese Möglichkeiten belegen auch die Angaben verschiedener Personalagenturkunden, die bestätigen, dass die Bewerber und Anfragen, die sie über das XING Job-Portal erreichen, qualitativ hochwertiger sind als Anfragen, die beispielsweise über die klassischen Online-Job-Plattformen kommen.

Dieses Bild spiegelt sich in der Umsatzentwicklung des Segments wider. So konnte die Gesellschaft ihren Umsatz von 1,20 Millionen im ersten Quartal 2009 um 20 Prozent auf 1,44 Mio. € im ersten Quartal 2010 steigern. Gegenüber dem Vorquartal liegt der Umsatzanstieg sogar bei 26 Prozent.

Auch im Segment „Advertising“ konnte die Gesellschaft ihre Umsätze im ersten Quartal weiter ausbauen. Dabei generiert die XING AG in diesem Segment Erträge aus der Vermarktung von Werbeflächen auf der XING-Plattform, dem Verkauf von „Enterprise Groups“ sowie den „Unternehmensprofilen“ und den Angeboten im Bereich „Best Offers“. Gegenüber dem Umsatz von 0,58 Mio. € im Vergleichsquartal des Vorjahres verzeichnet das Segment Advertising einen Anstieg von 34 Prozent auf 0,77 Mio. €. Das Wachstum gegenüber dem Vorquartal liegt bei 18 Prozent. Die positive Entwicklung im ersten Quartal gründet insbesondere auf dem erstmaligen Ausweis der Erlöse aus dem Verkauf von „Unternehmensprofilen“ sowie der Vermarktung von „Enterprise Groups“. Im Bereich „Display Advertising“ liegt der Quartalsumsatz für die ersten drei Monate des Jahres 2010 saisonal bedingt auf dem Niveau des Vorquartals.

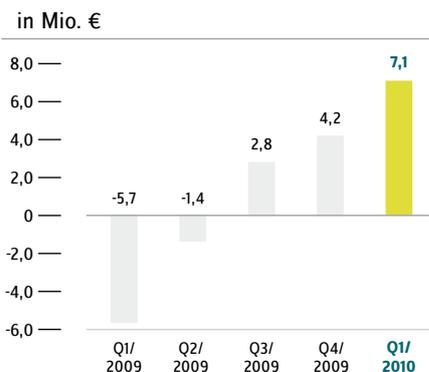
## Ergebnisentwicklung

Bereits mit Veröffentlichung des Zwischenberichts zum Halbjahr 2009 hat der Vorstand der XING AG das klare Ziel kommuniziert, die Profitabilität der Gesellschaft auf Basis der Ergebnisse des zweiten Quartals sukzessive zu steigern. Nachdem die Gesellschaft im ersten Halbjahr 2009 sehr bewusst in den Aufbau qualifizierter Mitarbeiter investiert und somit das Ergebnis kurzfristig negativ beeinflusst hat, steigerte sie seither Schritt für Schritt ihre Profitabilität. So hat sich das EBITDA nach dem Tiefstand im zweiten Quartal 2009 mit 2,5 Mio. € und 23 Prozent Marge in den vergangenen neun Monaten kontinuierlich auf 3,3 Mio. € und 26 Prozent Marge verbessert. Die Abschreibungen haben sich im ersten Quartal auf 1,23 Mio. € und damit 10 Prozent vom Umsatz verringert. Für diese Entwicklung sind unter anderem Sonderabschreibungen im vierten Quartal in Höhe von 5,4 Mio. € sowie die Verlängerung der Nutzungsdauer der XING-Plattform verantwortlich. Insgesamt hat sich das Netto-Konzernergebnis mit 1,26 Mio. € gegenüber den -4,20 Mio. € im Vorquartal wieder deutlich erholt.

## Starke Cashflow Entwicklung im ersten Quartal

Im ersten Quartal konnte die XING AG die kontinuierliche Steigerung ihrer Profitabilität und ihrer Erträge fortsetzen. Es ist der Gesellschaft darüber hinaus auch gelungen, ihren operativen Cashflow signifikant zu steigern. So erzielte die XING AG nach 5,44 Mio. € im 1. Quartal 2009 und 4,40 Mio. € im 4. Quartal 2009 im ersten Quartal 2010 einen Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit von 9,20 Mio. €. Diese Steigerung ist im Wesentlichen durch das strukturell weiter verbesserte Net-Working-Capital bedingt. Denn bereits mit Vorlage der Ergebnisse des zweiten Quartals 2009 im August 2009 hat der Vorstand darauf hingewiesen, dass das Management insbesondere an der Optimierung der Vertragskonditionen des für XING agierenden Kreditkarten-Acquirers arbeite, um zukünftig die Mitgliedsbeiträge der Premium-Mitglieder schneller vereinnahmen zu können. Mit Wirkung zum ersten Quartal 2010 sind die neuen Bedingungen in Kraft getreten und die Gesellschaft konnte einen einmaligen Zufluss in Höhe von 3,5 Mio. € verbuchen. Entsprechend positiv entwickelte sich der Free Cashflow. Er stieg auf 7,1 Mio. € im ersten Quartal.

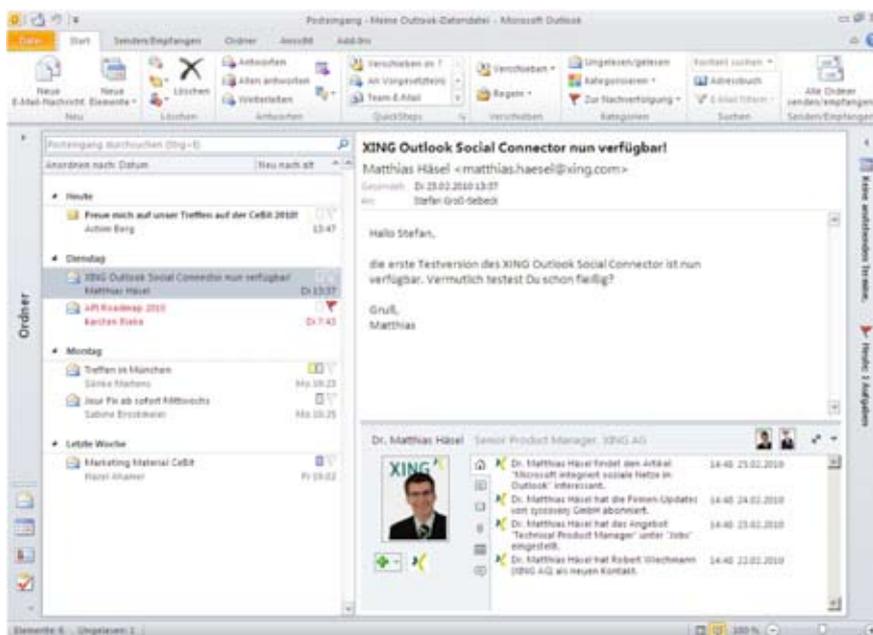
### Free Cashflow



## XING und Microsoft – eine starke Verbindung

Auf der CEBIT 2010 in Hannover konnte XING mit der Verkündung der exklusiven Kooperation mit Microsoft Deutschland punkten. XING hat sich mit seinen über 9,2 Millionen Geschäftsleuten und Berufstätigen seit Jahren als wertvoller Bestandteil des Arbeitslebens etabliert. Sowohl für Microsoft als auch für XING ist die Zusammenarbeit sowie das Vereinen des Business-Netzwerks mit der Business-Korrespondenz Outlook ein erfolgreicher Schritt zur professionelleren Geschäftskorrespondenz für ihre Kunden. Die Nutzervorteile lassen sich auf fünf Features konkretisieren:

- Digitale Visitenkarte
  - In der E-Mail werden das XING-Profilbild, die Position sowie die Angabe des Unternehmens direkt und professionell angezeigt
- Persönliches Briefing
  - Über Outlook können die Netzwerk-Updates und Statusnachrichten (des jeweiligen Kontakts) verfolgt/abgefragt werden
- Aktuelles Adressbuch
  - Ändern Mitglieder im persönlichen Netzwerk zum Beispiel ihre geschäftliche Adresse oder Telefonnummer, werden diese neuen Informationen automatisch mit Outlook synchronisiert
- Geschäftspotenziale nutzen
  - Kollegen, Geschäftspartner und -kontakte können aus dem Adressbuch heraus mit einem Klick zu XING eingeladen werden
- Individuelle Privatsphäre
  - Die auf XING definierten Einstellungen und Informationsfreigaben für jeden einzelnen Kontakt werden von Outlook übernommen, die Datenhoheit liegt weiter beim Nutzer



Die Verbindung des persönlichen Netzwerks mit dem eigenen Postfach erleichtert XING-Mitgliedern die geschäftliche Kommunikation und gibt ihnen die Möglichkeit, ihre Arbeitszeit sowie ihre Ressourcen effektiver zu nutzen.

Microsoft Deutschland wird den Outlook Social Connector in der finalen Version von Outlook 2010 noch in der ersten Jahreshälfte anbieten. Zeitgleich steht das XING-Plugin unter [www.xing.com/outlook](http://www.xing.com/outlook) den Mitgliedern in Deutschland zum Download zur Verfügung.

### Neue Marketingkampagne: Der persönliche XING-Moment

Im Februar startete das Unternehmen mit dem Claim „Und es hat XING gemacht...“ seine neue Testimonial-Kampagne und knüpft somit an die überaus erfolgreiche und international viel beachtete Dachkampagne „MyNetworkValue“ an. Wesentlich an der Kampagne ist, dass neben der gelaunchten Microsite und der Bannerwerbung auf reichweitenstarken Portalen sowie Medienseiten im zweiten Schritt die XING-Community mit einbezogen wurde.

Der langjährige Erfolg von XING basiert von Anfang an auf den positiven Erfahrungen seiner hochkarätigen Business-Zielgruppe. Unzählige Chancen und Möglichkeiten werden seitdem von den mehr als 9 Millionen Mitgliedern rund um die Uhr und weltweit auf XING genutzt. Ob es gilt den beruflichen Werdegang aktiv zu planen, die geschäftliche Entwicklung weiter voranzutreiben, neue Mitarbeiter einzustellen oder ehemalige Kollegen wieder zu finden: XING ist Dreh- und Angelpunkt geworden, um Kontakt und Schritt zu halten – mit Menschen, dem Wandel der technischen Möglichkeiten und ihren Einfluss auf unsere zukünftige Arbeitsgesellschaft.

Die Kampagne rückt deshalb die Mitglieder in den Mittelpunkt des Geschehens und lässt an ihren persönlichen XING-Momenten teilhaben. Emotional visualisiert werden Mitglieder vor ihrem Bildschirm gezeigt, wie sie beispielsweise ihren Traumjob finden, einen langersehnten Vertrag zum Abschluss bringen, Experten zur Lösung ihres Problems oder Bestätigung für ihre Expertise finden. Allein in den ersten fünf Wochen haben über 2.500 begeisterte Kunden auf der Microsite (oder auf Bannermotiven) Einblicke in ihre XING-Welt gegeben. Betrachter und Mitglied werden Teil der Kampagne, die noch bis zum 13. Juni 2010 läuft und mit ihrer hohen Viralität überzeugt.

## Persönlich und geschäftlich zum Erfolg

Im vergangenen Geschäftsjahr, wie auch im ersten Quartal 2010, zeigen die beeindruckenden Zahlen, wie erfolgreich und beliebt die offiziellen XING-Events bei Mitgliedern weltweit sind. Allein in den ersten drei Monaten haben 4.279 Mitglieder über 109 Events besucht, die von 227 regionalen XING-Ambassadoren international veranstaltet wurden.

Wie kein anderes Netzwerk spiegeln XING-Mitglieder die überdurchschnittliche Aktivität auf der Plattform im realen Leben wider: Die Kombination aus Online-Networking und Offline-Treffen überzeugt jedes Jahr mehr als 500.000 Mitglieder in 46 Ländern, sich regelmäßig auf Events zu treffen und sich zu speziellen Anlässen auszutauschen.

Mit dem Launch der Event-Microsite Anfang März, bietet XING in vier Sprachen (Spanisch, Türkisch, Englisch und Deutsch) einen komprimierten Überblick zu geplanten regionalen, fachlichen, branchen- oder themenübergreifenden Veranstaltungen. Über die Verknüpfung des Ambassador-Programms mit Google Maps, können die Profile der Moderatoren sowie ihre Gruppen aufgerufen und kontaktiert werden. Nicht nur die Suche nach einer Gruppe in einem bestimmten Land wird erleichtert. Die Microsite koordiniert sämtliche Informationen aus den drei Säulen des Offline-Networking: regionale Ambassador-Programme, Xpert Ambassador-Aktivitäten sowie den XING-Seminaren.

## Produktentwicklung und Engineering

Auch im ersten Quartal 2010 hat die XING AG an ihrer bewährten Entwicklungsagilität festgehalten. Dabei hat die Gesellschaft Projektumsetzungen mit Hilfe der SCRUM-Methode in der gesamten Produktentwicklung vorangetrieben. Um auch die kontinuierliche Pflege und Weiterentwicklung der eingesetzten Software im Sinne des Agilitätsprinzips flexibler und schlanker zu gestalten, hat XING das Vorgehen um die KANBAN-Methode erweitert. Dieser Ansatz sichert die hohe Qualität und Zuverlässigkeit der Plattform für die Zukunft.

Aus Produktsicht war das erste Quartal vom Ausbau der Unternehmensprofile, des Stellenmarktes und des Partner Ecosystems geprägt. Gleichzeitig lag der Fokus auf einer verstärkten Interaktion und dem Wachstum der Plattform. Die Tätigkeitsschwerpunkte der Produktentwicklung waren im ersten Quartal:

- Eine Aufwertung der Unternehmensprofile insbesondere für zahlende Firmen mit
  - der neuen Darstellungsmöglichkeit „Über diese Firma“ mit freier Gestaltung
  - einer „Like“-Funktion für Unternehmensupdates und der Einbindung eines Twitter-Accounts für Firmen
  - der Anzeige eines „Mitarbeiternetzwerks“, in dem die Nutzer sehen, mit welchen anderen Firmen die Angestellten eines Unternehmen vernetzt sind
  - einer Exportmöglichkeit für elektronische Visitenkarten der Firma
- Die starke Aufwertung des Stellenmarktes durch
  - die nahtlose Integration von Stellenanzeigen eines Drittanbieters in den XING-Stellenmarkt
  - eine Funktionalität zum Kontingentmanagement für Firmenkunden
  - neue Seiten und Optimierungen für Suchmaschinen

- Das XING Partner Ecosystem (OpenSocial) mit
  - der neuen Applikation „My Management Models“, die Zugang zu Management-Theorien und Prinzipien bietet
  - den Applikationen „XING Mitglieder fragen“, „XING News“ und „Twitter Buzz“. Diese sind nun vollwertig und der Beta-Status konnte entfernt werden
  - der um längere Referenzen und eine bessere Verwaltung ergänzten Referenzen-Applikation
  - dem OpenSocial-Versionssprung zu v0.9, der neue Sprachelemente und Standardisierungen zur einfacheren Applikationserstellung ermöglicht
- Arbeiten an der Registrierung und anderen Teilen des Produkts zur Optimierung des Mitgliederwachstums
- Eine Beta-Version des Social Connectors für MS Outlook zur Adressbuchsynchronisation
- Die Weiterentwicklung der Recruiter-Mitgliedschaft um eine Anzeige der Nachrichtenanzahl sowie neue Und/Oder-Verknüpfungen in der Suche
- Eine neue, innovative Applikationslösung für Blackberry Mobiltelefone mit neuem Kontakt- und Nachrichtenmanagement
- Eine neue Microsite für offizielle XING-Events zur Unterstützung des (regionalen) Ambassador Programms
- Die gezielte Nutzwerterhöhungen für die Mitglieder (unter anderem in den Bereichen Suche und Empfehlungswesen, dem direkten Nachrichtenversand aus Listen und einer Druckfunktion für das Profil)

Um den Betrieb und die Weiterentwicklung der Plattform sicherzustellen, setzt XING neben der bewährten Perl-Technologie auf das innovative Web-Entwicklungsframework Ruby on Rails. Dabei tritt XING als führender Arbeitgeber in diesem Bereich auf und verleiht der Rails-Community durch Sponsorings und Beiträge weiteren Auftrieb. Außerdem hat die Gesellschaft ihr Produkt- und Entwicklungsteam im ersten Quartal mit einem Fokus auf User-Interaction-Spezialisten verstärkt und sich so für die wachsenden Aufgaben der Zukunft optimal aufgestellt.

## Risikobericht

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

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

Das Unternehmen identifiziert und analysiert potenzielle Risiken kontinuierlich. Dabei bewertet es erkannte Gefahren systematisch nach der Wahrscheinlichkeit ihres Eintritts und dem zu erwartenden potenziellen Schaden. Im Jahr 2009 hat die XING AG zwei umfassende Risikoinventuren durchgeführt, bei denen bestehende Risiken betrachtet und zum Teil neu bewertet sowie neue potenzielle Risiken identifiziert wurden. Darüber hinaus werden die Risikoverantwortlichen und Führungskräfte regelmäßig zum Status bestehender Risiken und zur Identifizierung neuer Risiken befragt.

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

# KONZERN-ZWISCHENABSCHLUSS

für das erste Quartal vom 1. Januar bis 31. März 2010

## Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

für das erste Quartal vom 1. Januar bis 31. März 2010

in Tsd. €	01.01.2010 - 31.03.2010	01.01.2009 - 31.03.2009
Umsatzerlöse aus Dienstleistungen	12.317	10.374
Sonstige betriebliche Erträge	281	381
<b>Gesamte Betriebserträge</b>	<b>12.598</b>	<b>10.755</b>
Materialaufwand	0	-4
Personalaufwand	-4.744	-3.300
Marketingaufwand	-1.628	-787
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-2.923	-3.264
<b>EBITDA</b>	<b>3.303</b>	<b>3.400</b>
Abschreibungen	-1.234	-1.095
<b>EBIT</b>	<b>2.069</b>	<b>2.305</b>
Finanzerträge	19	221
Finanzaufwendungen	0	-30
<b>EBT</b>	<b>2.088</b>	<b>2.496</b>
Ertragsteuern	-831	-812
<b>Gesamt-Konzernergebnis</b>	<b>1.257</b>	<b>1.684</b>
Ergebnis je Aktie (unverwässert)	0,24	0,33
Ergebnis je Aktie (verwässert)	0,24	0,33

## Konzern-Gesamtergebnisrechnung

für das erste Quartal vom 1. Januar bis 31. März 2010

in Tsd. €	01.01.2010 - 31.03.2010	01.01.2009 - 31.03.2009
Jahresüberschuss	1.257	1.684
Unterschiede aus der Währungsumrechnung	7	-72
Sonstiges Ergebnis	7	-72
<b>Gesamtergebnis</b>	<b>1.264</b>	<b>1.612</b>

## Konzern-Bilanz

zum 31. März 2010

Aktiva in Tsd. €	31.03.2010	31.12.2009
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>		
Immaterielle Vermögenswerte		
Erworbene Software	2.888	2.952
Selbstentwickelte Software	6.652	6.354
Geschäfts- oder Firmenwert	13.440	13.440
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	4.276	4.592
Sachanlagen		
EDV-Hardware und sonstige Geschäftsausstattung	2.567	2.317
Finanzanlagen		
Beteiligungen	50	50
Andere finanzielle Vermögenswerte	24	24
Latente Steueransprüche	346	346
	<b>30.243</b>	<b>30.075</b>
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>		
Forderungen und sonstige Vermögenswerte		
Forderungen aus Dienstleistungen	3.498	6.478
Ertragsteuerforderungen	131	92
Sonstige Vermögenswerte	1.100	1.241
Zahlungsmittel und kurzfristige Einlagen	49.964	42.862
	<b>54.693</b>	<b>50.673</b>
	<b>84.936</b>	<b>80.748</b>

Passiva in Tsd. €	31.03.2010	31.12.2009
<b>Eigenkapital</b>		
Gezeichnetes Kapital	5.272	5.272
Eigene Aktien	-3.041	-3.041
Kapitalrücklagen	40.586	40.586
Sonstige Rücklagen	2.976	2.607
Bilanzgewinn	8.521	7.264
	<b>54.314</b>	<b>52.688</b>
<b>Langfristige Verbindlichkeiten</b>		
Latente Steuerverbindlichkeiten	2.801	2.646
Erlösabgrenzung	1.345	1.275
	<b>4.146</b>	<b>3.921</b>
<b>Kurzfristige Verbindlichkeiten</b>		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	1.022	802
Erlösabgrenzung	17.316	14.958
Ertragsteuerverbindlichkeiten	3.395	2.750
Sonstige Verbindlichkeiten	4.743	5.629
	<b>26.476</b>	<b>24.139</b>
	<b>84.936</b>	<b>80.748</b>

## Konzern-Kapitalflussrechnung

für das erste Quartal vom 1. Januar bis 31. März 2010

in Tsd. €	01.01.2010 - 31.03.2010	01.01.2009 - 31.03.2009
Ergebnis vor Steuern	2.088	2.496
Abschreibungen auf aktivierte Entwicklungskosten	427	294
Abschreibungen	807	801
Personalkosten Aktienoptionsprogramm	362	230
Zinserträge	-19	-221
Erhaltene Zinsen	19	221
Zinsaufwendungen	0	30
Gezahlte Steuern	-70	-104
Veränderung der Forderungen und sonstiger Aktiva	3.121	-2.986
Veränderung der Verbindlichkeiten und sonstiger Passiva	34	2.206
Veränderung der Erlösabgrenzung	2.428	2.473
<b>Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit</b>	<b>9.197</b>	<b>5.440</b>
Auszahlung für aktivierte selbstentwickelte Software	-726	-825
Auszahlung für den Erwerb von sonstiger Software	-175	-923
Auszahlungen für den Erwerb von sonstigen immateriellen Vermögenswerten	-700	-3.363
Einzahlungen aus Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens	0	0
Auszahlungen für den Erwerb von Sachanlagen	-502	-370
Auszahlung für Akquisition konsolidierter Unternehmen (abzüglich erworbener Finanzmittel)	0	-4.619
Auszahlungen für Investitionen in andere finanzielle Vermögenswerte	0	-8
<b>Cashflow aus Investitionstätigkeit</b>	<b>-2.102</b>	<b>-10.108</b>

in Tsd. €	01.01.2010 - 31.03.2010	01.01.2009 - 31.03.2009
Aktienrückkauf	0	-949
Tilgung von Schulden aus Finanzierungsleasing	0	-44
Gezahlte Zinsen	0	-30
<b>Cashflow aus Finanzierungstätigkeit</b>	<b>0</b>	<b>-1.023</b>
Differenzen aus der Währungsumrechnung	7	0
<b>Veränderung des Finanzmittelbestands</b>	<b>7.102</b>	<b>-5.691</b>
Finanzmittelbestand zu Beginn der Periode	42.862	42.922
<b>Finanzmittelbestand am Ende der Periode<sup>1)</sup></b>	<b>49.964</b>	<b>37.231</b>

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

## Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung

für das erste Quartal vom 1. Januar bis 31. März 2010

in Tsd. €	Gezeichnetes Kapital	Kapital- rücklagen	Eigene Anteile
<b>Stand 01.01.2009</b>	<b>5.202</b>	<b>38.517</b>	<b>-2.092</b>
Währungsumrechnung	0	0	0
Summe des direkt im Eigenkapital erfassten Ergebnisses	0	0	0
Periodenergebnis	0	0	0
<b>Gesamtes Periodenergebnis</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Erwerb eigener Aktien	0	0	-949
Erwerb von Minderheitenanteilen	0	0	0
Geplante Gewährung von Eigenkapitalinstrumenten zum Erwerb von Unternehmensanteilen	0	0	0
Personalkosten Aktienoptionsprogramm	0	0	0
<b>Stand 31.03.2009</b>	<b>5.202</b>	<b>38.517</b>	<b>-3.041</b>
<b>Stand 01.01.2010</b>	<b>5.272</b>	<b>40.586</b>	<b>-3.041</b>
Währungsumrechnung	0	0	0
Summe des direkt im Eigenkapital erfassten Ergebnisses	0	0	0
Periodenergebnis	0	0	0
<b>Gesamtes Periodenergebnis</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Personalkosten Aktienoptionsprogramm	0	0	0
<b>Stand 31.03.2010</b>	<b>5.272</b>	<b>40.586</b>	<b>-3.041</b>

Sonstige Rücklagen	Bilanz-gewinn	Summe	Minderheiten-anteile	Eigenkapital gesamt
<b>1.756</b>	<b>9.068</b>	<b>52.451</b>	<b>-123</b>	<b>52.328</b>
-72	0	-72	0	-72
-72	0	-72	0	-72
0	1.684	1.684	0	1.684
<b>-72</b>	<b>1.684</b>	<b>1.612</b>	<b>0</b>	<b>1.612</b>
0	0	-949	0	-949
0	-123	-123	123	0
1.093	0	1.093	0	1.093
230	0	230	0	230
<b>3.007</b>	<b>10.629</b>	<b>54.314</b>	<b>0</b>	<b>54.314</b>
<b>2.607</b>	<b>7.264</b>	<b>52.688</b>	<b>0</b>	<b>52.688</b>
7	0	7	0	7
7	0	7	0	7
0	1.257	1.257	0	1.257
<b>7</b>	<b>1.257</b>	<b>1.264</b>	<b>0</b>	<b>1.264</b>
362	0	362	0	362
<b>2.976</b>	<b>8.521</b>	<b>54.314</b>	<b>0</b>	<b>54.314</b>

## Erläuterungen zum Konzern-Zwischenabschluss

für das erste Quartal zum 31. März 2010

### Grundlagen der Abschlusserstellung sowie Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Der Konzern-Zwischenabschluss für das am 31. März 2010 endende Quartal wurde in Übereinstimmung mit dem von der EU verabschiedeten International Financial Reporting Standard für Zwischenabschlüsse (IAS 34) erstellt.

Der Betrachtungszeitraum umfasst den Zeitraum vom 1. Januar 2010 bis zum 31. März 2010. Als Vorperiode wird der Zeitraum vom 1. Januar 2009 bis zum 31. März 2009 dargestellt.

Die angewandten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden des Konzern-Zwischenabschlusses entsprechen den angewandten Methoden im Konzernabschluss zum 31. Dezember 2009.

Die zum 1. Januar 2008 geschätzte Nutzungsdauer der selbsterstellten User-Plattform der XING AG von fünf Jahren wurde zum 1. Januar 2010 neu eingeschätzt. Diese Neueinschätzung führte zu einer Verlängerung der voraussichtlichen Nutzungsdauer um zwei Jahre bis zum 31. Dezember 2014. Der Abschreibungsaufwand für die Plattform fiel dadurch im ersten Quartal 2010 um 213 Tsd. € geringer aus. Gleichzeitig wurden in diesem Zusammenhang die passiven latenten Steuern ergebniswirksam um 69 Tsd. € erhöht. Der positive Ergebniseffekt beträgt somit im ersten Quartal 2010 144 Tsd. €.

### Konsolidierungskreis

Der Konsolidierungskreis im Konzern-Zwischenabschluss umfasst folgende Unternehmen:

	Anteils- besitz 31.03.2010 in %	Anteils- besitz 31.12.2009 in %	Jahr der Erst- konsoli- dierung	Eigen- kapital 31.03.2010 in Tsd. €	Ergebnis Q1/2010 in Tsd. €
XING Hong Kong Ltd., Hong Kong, China	100	100	2006	-166	-1
openBC Network Technology (Beijing) Co. Ltd., Beijing, China	100	100	2006	56	-9
Grupo Galenicom Tecnologías de la Información (eConozco), S.L., Barcelona, Spanien	100	100	2007	1	-1
XING International Holding GmbH, Hamburg, Deutschland	100	100	2007	9.608	56
XING Networking, S.L., Barcelona, Spanien <sup>1)</sup>	100	100	2007	-20	-42
EUDA Uluslararası Danışmanlık ve Bilisim Hizmetleri Limited Sirketi (XING Turkey), Istanbul, Türkei <sup>2)</sup>	100	100	2008	101	6
XING Switzerland GmbH, Sarnen, Schweiz <sup>1)</sup>	100	100	2008	24	1
XING Italy S.R.L., Mailand, Italien <sup>1)</sup>	100	100	2009	41	471
Socialmedian Inc., Wilmington, Delaware, USA	100	100	2009	320	0

<sup>1)</sup> 100 Prozent werden mittelbar über Anteile in Höhe von 100 Prozent an der XING International Holding GmbH, Hamburg, Deutschland, gehalten.

<sup>2)</sup> Anteile in Höhe von 99,5 Prozent werden mittelbar durch die XING International Holding GmbH, Hamburg, Deutschland, und 0,5 Prozent der Anteile werden direkt von der XING AG gehalten.

## Aktionsoptionsplan

Es wurden im Rahmen der bestehenden Aktienoptionsprogramme weitere Aktienoptionen ausgegeben. Im ersten Quartal 2010 wurde ein Betrag in Höhe von 362 Tsd. € für die Gesamtaufwendungen der insgesamt vier Tranchen sowie einiger Einzelzusagen gebucht.

Die Bewertung des Aktienoptionsplans wurde von Mercer Deutschland GmbH vorgenommen und beruht auf denselben Bewertungsmethoden und aktualisierten Kriterien, die für den Aktienoptionsplan 2006 gelten.

## Eigene Aktien

Im ersten Quartal 2010 wurden keine eigenen Aktien erworben (Vorperiode: 949 Tsd. €).

## Unternehmenserwerbe

Im ersten Quartal 2010 fanden keine Unternehmenserwerbe statt.

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

Am 13. Januar 2009 wurde in Mailand XING Italy Srl. mit einem Eigenkapital in Höhe von 25 Tsd. € gegründet.

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

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

## Zu- und Abgänge von Vermögenswerten

Der Vermögenswert für selbst entwickelte Software ist im 3-Monatszeitraum zum 31. März 2010 um 726 Tsd. € (Vergleichsperiode: 825 Tsd. €) angewachsen. Die aktivierte selbst entwickelte Software beinhaltet Aufwendungen für Weiterentwicklungen und weitere Funktionen der Website von XING.

Der Konzern tätigte Investitionen für den Erwerb von EDV-Software und -Hardware sowie sonstige Geschäftsausstattung im ersten Quartal zum 31. März 2010 in Höhe von 502 Tsd. € (Vergleichsperiode: 370 Tsd. €).

### Zusammensetzung der sonstigen betrieblichen Aufwendungen

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

in Tsd. €	01.01.2010 - 31.03.2010	01.01.2009 - 31.03.2009
IT-Dienstleistungen, betriebswirtschaftliche Dienstleistungen und Dienstleistungen für neue Märkte	882	1.363
Rechtsberatung-, Prüfungs- und Buchführungskosten	422	607
Server-Hosting, Verwaltung und Traffic	388	310
Raumkosten	336	178
Kosten für Zahlungsabwicklung	324	335
Reise-, Bewirtungs- und sonstige Geschäftskosten	171	157
Forderungsverluste	104	130
Übrige	296	184
<b>Gesamt</b>	<b>2.923</b>	<b>3.264</b>

Übrige Aufwendungen umfassen im Wesentlichen Ausgaben für Bürobedarf und Kommunikationsaufwendungen.

### Segmentinformationen

Die XING AG verfügt über ein berichtspflichtiges Segment mit den Bereichen Subscriptions (unter anderem Umsätze aus Abonnement-Mitgliedschaften und **Enterprise Groups**), Advertising, Jobs, Best Offers und Sonstige.

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

in Tsd. €	01.01.2010 - 31.03.2010	01.01.2009 - 31.03.2009
Subscriptions	10.074	8.459
E-Recruiting	1.437	1.198
Advertising	774	578
Sonstige	32	10
<b>Gesamt</b>	<b>12.317</b>	<b>10.246</b>

Der Bereich „Jobs“ wurde in „E-Recruiting“ umbenannt. Erträge aus Rücklastschriften in Höhe von 80 Tsd. € (Vergleichsperiode: 128 Tsd. €) wurden im Gegensatz zum Vorjahr nicht unter den Umsatzerlösen, sondern den sonstigen betrieblichen Erträgen ausgewiesen. Die Vorjahreszahlen wurden entsprechend angepasst. Darüber hinaus erfolgte eine Umgliederung der Erlöse „Groups“ in Höhe von 158 Tsd. € (Vergleichsperiode: 93 Tsd. €) aus den Erlösen „Subscriptions“ und der Erlöse „Best Offers“ in Höhe von 128 Tsd. € (Vergleichsperiode: 112 Tsd. €) in Advertising.

in Tsd. €	01.01.2010 - 31.03.2010	01.01.2009 - 31.03.2009
DACH	11.867	9.749
International	450	497
<b>Gesamt</b>	<b>12.317</b>	<b>10.246</b>

Auf die Darstellung des langfristigen Vermögens wird auf Grund unwesentlicher Veränderungen verzichtet.

### Eventualverbindlichkeiten

Der Konzern hatte im 1. Quartal 2010 keine Vermögensgegenstände geleast. In der Vergleichsperiode wurden Leasingzahlungen in Höhe von 220 Tsd. € aufwandswirksam erfasst.

Weitere Eventualverbindlichkeiten bestehen und bestanden auch in der Vergleichsperiode nicht.

### Nahe stehende Unternehmen und Personen

Im ersten Quartal 2010 wurden Leistungen der epublica GmbH in Höhe von 24 Tsd. € (Vorperiode: 213 Tsd. €) in Anspruch genommen.

Desweiteren wurden Leistungen der zum Burda-Konzern gehörenden DLD Media GmbH in Höhe von 90 Tsd. € in Anspruch genommen.

### Wesentliche Ereignisse nach der Zwischenberichtsperiode

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

Hamburg, 30. April 2010

Dr. Stefan Groß-Selbeck

Ingo Chu

Dr. Helmut Becker

Michael Otto

## FINANZTERMINE

Datum	Veranstaltung
12. Mai 2010	Zwischenbericht zum ersten Quartal 2010, Hamburg
27. Mai 2010	Ordentliche Hauptversammlung, Hamburg
11. August 2010*	Halbjahresbericht 2010, Hamburg
11. November 2010*	Zwischenbericht zum dritten Quartal 2010, Hamburg

\* Termine voraussichtlich

## IMPRESSUM UND KONTAKT

Dieser Zwischenbericht liegt in deutscher und englischer Sprache vor. Beide Fassungen sowie weitere Presseinformationen stehen auch im Internet unter [www.xing.com](http://www.xing.com) zum Download bereit.

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

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

### **Chefredakteur**

Patrick Möller

### **Weitere Redakteure**

Daniela Hinrichs

POWERING RELATIONSHIPS

[WWW.XING.COM](http://WWW.XING.COM)

Presseinformationen und aktuelle Informationen zur XING AG erhalten Sie über:

### **Corporate Communications**

Telefon +49 40 41 91 31 - 763  
Telefax +49 40 41 91 31 - 11  
[presse@xing.com](mailto:presse@xing.com)

### **Konzept und Gestaltung**

HGB Hamburger Geschäftsberichte GmbH & Co. KG