

XING 

Zwischenbericht Q1 2011
vom 1. Januar bis 31. März 2011

bringt

MEHR 

* MEHR VERBINDUNGEN MEHR VERTRAUEN MEHR NUTZEN.

Wer Kontakte hat, kommt weit. Wer gute Kontakte hat, kommt weiter. Waren exklusive Geschäftskontakte früher nur einem kleinen Kreis von Personen vorbehalten, so sind sie über das Internet heute jedem zugänglich – durch XING, das onlinebasierte Netzwerk für berufliche Kontakte. Auf der Plattform kann jedes Mitglied mit den mehr als zehn Millionen Geschäftsleuten und Berufstätigen in Kontakt treten, die das globale Business-Netzwerk für Business, Beruf und Karriere nutzen. Mit maßgeschneiderten Networking-Funktionen und Services fördert XING die Vernetzung und die professionelle Kontaktpflege unter den Mitgliedern. Darüber hinaus bietet das Business Network rund 50 Tausend Expertengruppen und jährlich weltweit gut 180 Tausend von Mitgliedern organisierte Networking-Events. 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.](#)

Kennzahlen		Q1 2011	Q1 2010	Veränderung in %
Umsatz	in Mio. €	15,65	12,60	24
EBITDA	in Mio. €	5,62	3,30	70
EBITDA-Marge	in %	36	26	10 P.
Periodenergebnis	in Mio. €	2,69	1,26	114
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	in Mio. €	8,76	9,20	-5
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit je Aktie	in €	1,66	1,74	-5
Ergebnis je Aktie (verwässert)	in €	0,51	0,24	109
Eigenkapital	in Mio. €	64,11	54,31	18
Liquide Mittel	in Mio. €	62,91	49,96	26
Mitglieder	in Mio.	10,81	9,17	18
davon zahlende Mitglieder	in Tsd.	759	708	7
Anzahl Kontaktverbindungen	in Mio.	225	183	23
Mitarbeiter	Anzahl	362	293	24

Mission Statement

Seit über acht Jahren hat XING es sich zum Ziel gemacht, seine Mitglieder dabei zu unterstützen, ihr Geschäfts- oder Berufsleben aktiver und attraktiver zu gestalten, wirtschaftliche Herausforderungen gewinnbringend zu meistern, Chancen zu ergreifen und Menschen über geographische Grenzen hinweg miteinander ins Gespräch zu bringen. XING bietet seinen Mitgliedern Tag für Tag unzählige Anknüpfungspunkte in der Kommunikation mit Unternehmen, potenziellen Kunden, Auftraggebern, zukünftigen Mitarbeitern und Kollegen. Mit jeder Verbindung, mit jedem neuen Kontakt erschließen sich neue Vertriebswege, entstehen neue Karrieremöglichkeiten, werden neue Ideen realisiert, gewinnt und profitiert das persönliche Netzwerk. Der Erfolg von XING basiert auf dem Erfolg und den positiven Erfahrungen seiner Kunden. Mit Freude an der Innovation, dem Finger am Puls der Mitglieder und dem Ziel, ihren individuellen Erfolg langfristig sicherzustellen, schreibt XING die im Jahr 2003 begonnene Erfolgsgeschichte fort.

Inhalt

An unsere Aktionäre

- 2 Brief des Vorstands
- 4 XING-Aktie

Finanzinformationen

- 6 Konzern-Zwischenlagebericht
- 14 Konzern-Zwischenabschluss
- 14 Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung
- 15 Konzern-Gesamtergebnisrechnung
- 16 Konzern-Bilanz
- 18 Konzern-Kapitalflussrechnung
- 20 Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung
- 22 Erläuterungen zum Konzern-Zwischenabschluss

Service

- 26 Finanztermine 2011
- 26 Impressum und Kontakt

BRIEF DES VORSTANDS

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

die ersten drei Monate des neuen Geschäftsjahres verliefen sehr erfolgreich für XING. Wir haben die im Herbst vergangenen Jahres eingeführte Produktoffensive mit zahlreichen Neuerungen im ersten Quartal konsequent fortgesetzt und mit der Integration von amiamo eine weitere wichtige Erlösquelle erschlossen. Auch die finanzielle Entwicklung bereitet uns große Freude. XING ist ein Wachstumsunternehmen mit gleichzeitig hoher Profitabilität. So stieg der Umsatz inklusive sonstiger betrieblicher Erträge in den ersten drei Monaten um 24 Prozent auf 15,65 Mio. € nach 12,60 Mio. € im Vorjahresquartal. Rund zwei Drittel des Wachstums wurden mit den vertikalen Erlösquellen „E-Recruiting“, „Advertising“ und „New Verticals“ (Events) generiert. Der Bereich „E-Recruiting“ konnte in den vergangenen zwölf Monaten ein Wachstum von knapp 90 Prozent verzeichnen und hat so maßgeblich zur starken Umsatzentwicklung beigetragen. Das operative Ergebnis (EBITDA) liegt mit 5,62 Mio. € und einer Marge von rund 36 Prozent deutlich über dem Vorjahreswert von 3,30 Mio. € (+70 Prozent). Damit verdeutlichen wir einmal mehr, dass nachhaltiges Umsatzwachstum und eine hohe Profitabilität gleichermaßen möglich sind.

Die hohe Profitabilität unseres Geschäftsmodells ermöglicht kontinuierliche Investitionen in neue Produkte und Funktionalitäten. So haben wir im März eine Reihe von Online-Kommunikationsmöglichkeiten, die sich im privaten Umfeld bereits bewährt haben, auch für berufliche Nutzer erschlossen: So können unsere Mitglieder seit Anfang März sich selbst oder andere noch schneller und einfacher über Aktivitäten, Tipps und Neuigkeiten auf dem Laufenden halten sowie Plattform-Inhalte mit ihrem Netzwerk teilen. Die Kommunikation im Business-Netzwerk wird dadurch interaktiv. Diese positive Dynamik wirkte sich auch auf das Mitgliederwachstum in der DACH-Region aus. Wir konnten den starken Wachstumstrend des Vorquartals fortsetzen und in den ersten drei Monaten 215 Tausend neue Mitglieder gewinnen. Das sind mehr als 30 Prozent Zuwachs gegenüber dem Wachstum im Vorjahresquartal.

Ein weiterer wichtiger Meilenstein zur Forcierung des Umsatzwachstums war die Integration der amiamo AG im Februar. Seitdem bieten wir unseren Mitgliedern einen Ticketing-Service direkt auf der Plattform, denn Events sind ein fester und wichtiger Bestandteil der XING-Community. Eventveranstalter können nun über eine komfortable Oberfläche das gesamte Eventmanagement von der Registrierung über die Abrechnung bis hin zur Einlasskontrolle erledigen.

Ein besonderes Highlight für unsere Aktionärinnen und Aktionäre haben wir am 30. März bekannt gegeben. Vorstand und Aufsichtsrat haben an diesem Tag beschlossen, der nächsten ordentlichen Hauptversammlung am 26. Mai 2011 eine Sonderausschüttung aus Kapitalrücklagen in Höhe von insgesamt 20 Mio. € vorzuschlagen. Der Ausschüttungsbetrag je Aktie wird voraussichtlich ca. 3,70 € betragen. Diese Sonderausschüttung unterstreicht die finanzielle Stärke von XING. Mit unserem erfolgreichen Geschäftsmodell und den liquiden Mitteln von rund 40 Mio. € sind wir hervorragend aufgestellt für die künftige Fortsetzung unserer Wachstumsstrategie. Gemäß den aktienrechtlichen Bestimmungen darf die Sonderausschüttung frühestens nach Ablauf von sechs Monaten ab Bekanntmachung der Eintragung der Beschlussfassungen im Handelsregister vorgenommen werden.

Wir danken Ihnen für das uns entgegengebrachte Vertrauen und freuen uns, wenn Sie unserer Einladung zur Teilnahme an der ordentlichen Hauptversammlung am 26. Mai 2011 in Hamburg folgen.

Hamburg, im Mai 2011



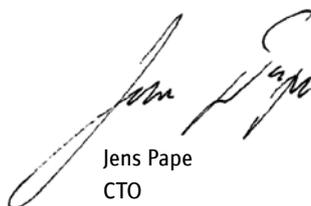
Dr. Stefan Groß-Selbeck
CEO



Ingo Chu
CFO



Dr. Helmut Becker
CCO



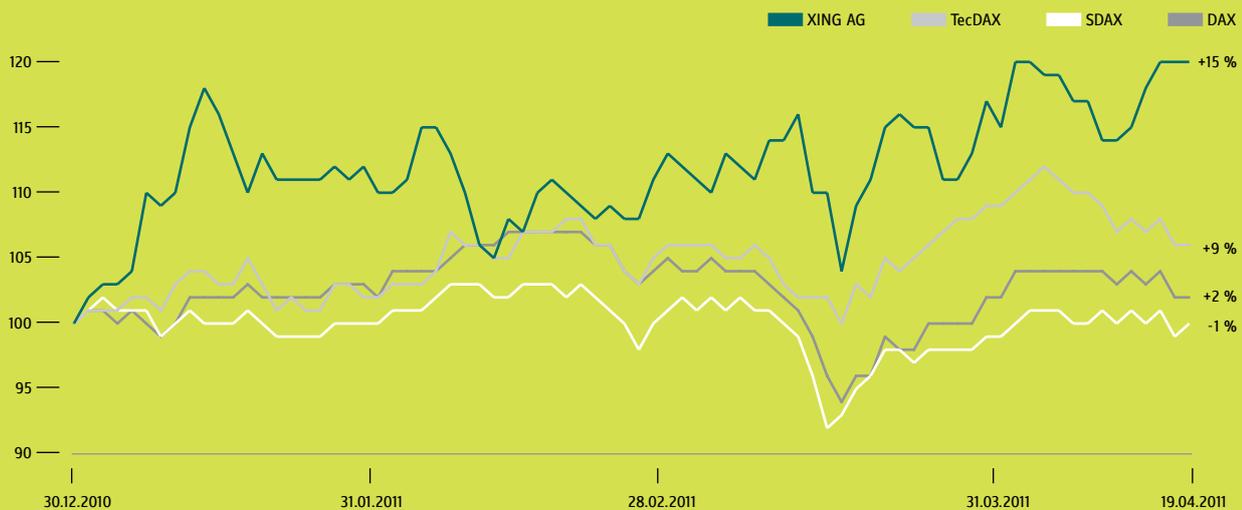
Jens Pape
CTO

XING-AKTIE

Stammdaten zur XING-Aktie

Anzahl der Aktien	5.291.996
Aktienart	Namensaktien
Börsengang	07.12.2006
Trading-Symbol	O1BC
Wertpapierkennnummer (WKN)	XNG888
ISIN	DE000XNG8888
Bloomberg	O1BC
Reuters	OBCGn.DE
Marktsegment	Prime Standard
Börsen	Berlin, Hamburg, Düsseldorf, Frankfurt, München, Stuttgart

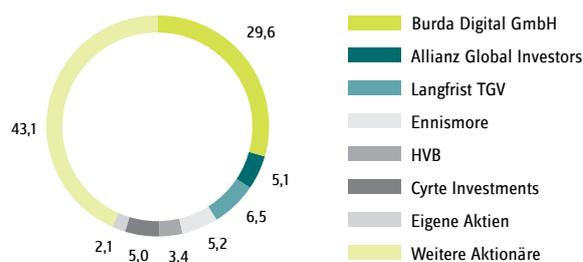
Entwicklung der XING-Aktie im Vergleich in %



Wichtige Kennzahlen zur XING-Aktie

	Q1 2011	Q1 2010
XETRA-Schlusskurs am 31.03.	41,68 €	28,80 €
Höchstkurs	42,50 €	31,79 €
Tiefstkurs	37,87 €	27,40 €
Marktkapitalisierung	220,6 Mio. €	151,8 Mio. €
Durchschnittliches Handelsvolumen je Handelstag (XETRA)	16.367	12.722
Rang im TecDAX		
nach Handelsumsatz	36	36
nach Börsenkapitalisierung	40	37
Ergebnis je Aktie (unverwässert)	0,51 €	0,24 €
Operativer Cashflow je Aktie	1,66 €	1,74 €
Eigenkapital je Aktie	12,11 €	10,30 €

Aktionärsstruktur zum 31.03.2011 in %



Finanzinformationen

für das erste Quartal vom 1. Januar bis 31. März 2011

Konzern-Zwischenlagebericht

7

Geschäftsverlauf

12

Innovation, Forschung und Entwicklung

13

Risikobericht

Konzern-Zwischenabschluss

14

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

15

Konzern-Gesamtergebnisrechnung

16

Konzern-Bilanz

18

Konzern-Kapitalflussrechnung

20

Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung

22

Erläuterungen zum Konzern-Zwischenabschluss

KONZERN-ZWISCHENLAGEBERICHT

Geschäftsverlauf

Entwicklung der Mitgliederzahlen

In den ersten drei Monaten des neuen Geschäftsjahres setzte sich das dynamische Mitgliederwachstum in den deutschsprachigen Kernmärkten (DACH) weiter fort. Seit der breit angelegten Produktoffensive im September 2011 hat sich das Wachstum wieder beschleunigt. Mit 215 Tausend neuen XING-Nutzern haben sich im ersten Quartal 2011 33 Prozent mehr Menschen registriert als im Vorjahresquartal. Damit ist die Zahl der XING-Nutzer in Deutschland, Österreich und der Schweiz Ende März auf 4,69 Millionen angestiegen und die Gesellschaft hat ihre Marktführerschaft weiter ausgebaut. Das internationale Mitgliederwachstum hat sich wie erwartet aufgrund der geplanten Reduzierung der Marketingaufwendungen mit gleichzeitiger Fokussierung auf die Produktentwicklung verlangsamt. So konnte die XING AG außerhalb der von einem starken Zuwachs gekennzeichneten DACH-Region 115 Tausend neue Mitglieder gewinnen und somit die Gesamtzahl der XING-Nutzer von 9,17 Millionen auf 10,81 Millionen Ende des ersten Quartals 2011 steigern.

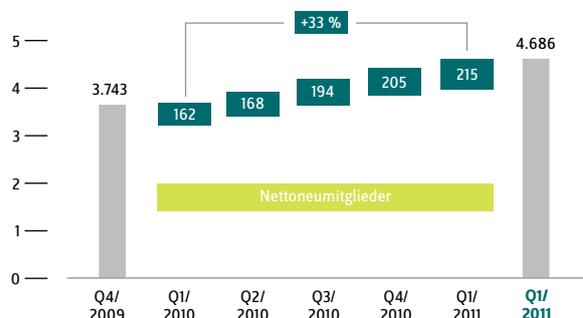
Mitgliederentwicklung

in Mio.



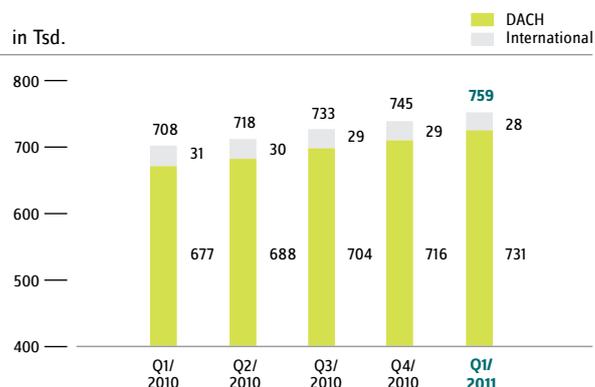
Mitgliederentwicklung DACH

in Tsd.



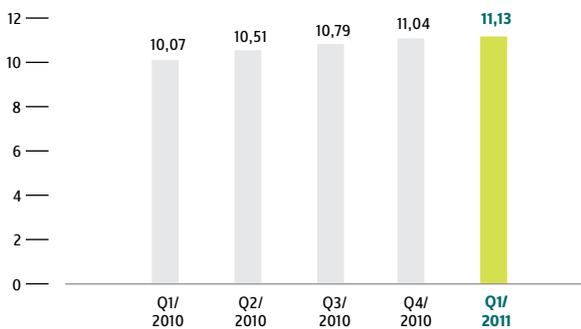
Zahlende Mitglieder

in Tsd.



Umsatz „Subscriptions“

in Mio. €



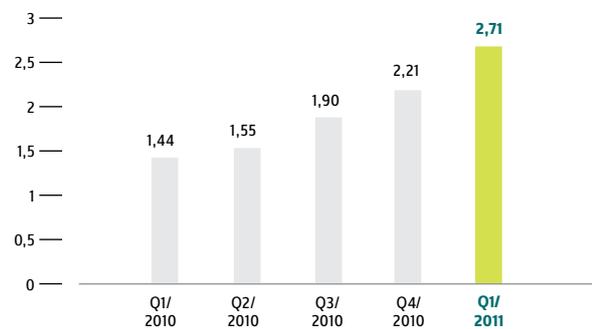
Umsatzentwicklung

Mit einem Umsatzzuwachs von 24 Prozent gegenüber dem Vergleichsquartal des Vorjahres hat die XING AG im ersten Quartal des neuen Geschäftsjahres ihr Umsatzwachstum beschleunigt. Mit 15,65 Mio. € liegt die Gesamtleistung inkl. sonstiger betrieblicher Erträge mehr als 3 Mio. € über dem Vorjahresquartal. Dazu hat das Kerngeschäft „Subscriptions“ mit einem Zuwachs von 1,06 Mio. € bzw. 11 Prozent beigetragen. In diesem Bereich erzielte die Gesellschaft einen Umsatz in Höhe von 11,13 Mio. €. Im Vergleichsquartal des Vorjahres waren es 10,07 Mio. €. Die Zahl der Premium-Mitglieder stieg im ersten Quartal um 14 Tausend auf 759 Tausend an.

In Relation zum Gesamtumsatz des dritten Quartals konnten die „Verticals“ ihren Umsatzanteil weiter ausbauen. Nach rund 20 Prozent im ersten Quartal 2010 generierte die XING AG im ersten Quartal 2011 bereits rund 30 Prozent ihrer Umsätze mit den „Verticals“.

Umsatz „E-Recruiting“

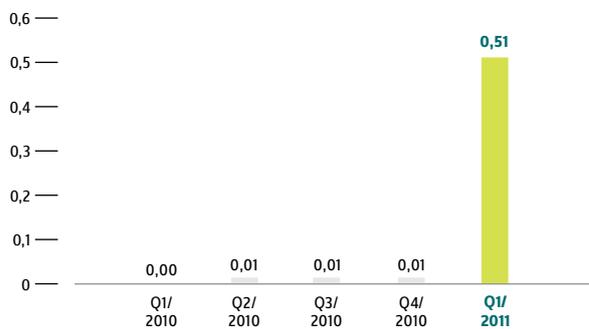
in Mio. €



Besonders erfreulich ist die dynamische Entwicklung im wachstumsstarken Segment „E-Recruiting“. Hier konnte ein Umsatzanstieg gegenüber dem Vorjahr von rund 90 Prozent auf 2,71 Mio. € erzielt werden. So hat die XING AG auch im ersten Quartal weitere Geschäftskunden gewonnen, die ihre Personalrekrutierung professionalisieren. Bereits die Hälfte der Personalentscheider in Deutschland informiert sich heute auch im Internet über Bewerber, so das Ergebnis einer Umfrage des Branchenverbands BITKOM. Auf XING nehmen mehr als 75 Tausend Personaler direkt Verbindung mit potenziellen Kandidaten auf. Sie erreichen in der Business Community auch diejenigen, die sich nicht aktiv bewerben. So ist es nicht überraschend, dass die Zahl der Unternehmen, die offene Stellen in sozialen Netzwerken ausschreiben, deutlich steigt. Eine BITKOM-Umfrage ermittelte ein Plus von 17 Prozentpunkten auf 29 Prozent. Kein anderer Bereich wächst so stark.

Umsatz „New Verticals“ (Events)

in Mio. €



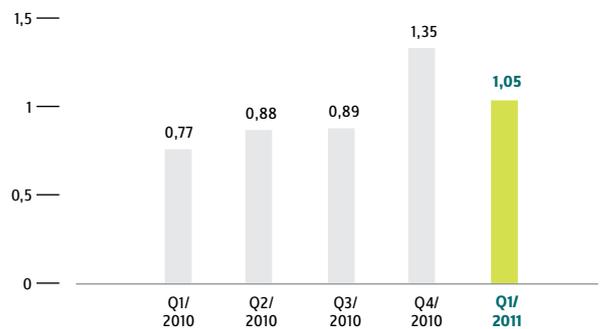
Erstmals generierte die XING AG auch Erlöse mit der Vermarktung von Events über www.xing.com sowie über die im ersten Quartal akquirierte amando GmbH in München. Derzeit werden die Erlöse noch im Bereich „New Verticals“ geführt. Dieser Bereich generierte im ersten Quartal rund 510 Tsd. € Umsätze gegenüber 2 Tsd. € im Vorjahresquartal.

Der Bereich „Advertising“ mit den Geschäftsmodellen Advertising, Partnerships, Unternehmensprofile, und Enterprise-Gruppen konnte im traditionell schwachen ersten Quartal starke Umsätze generieren: Mit insgesamt 1,05 Mio. € konnte der Bereich um 36 Prozent gegenüber dem Vorjahresquartal zulegen.

Der Bereich Display Advertising (Bannerwerbung) wuchs um 35 Prozent gegenüber dem Vorjahresquartal. Hier wirkte sich u.a. auch der Erfolg eines neu eingeführten Produkts aus, den Specials, die bereits zum Start erfolgreich an erste Partner verkauft worden sind. Zudem entwickelt sich das Preisniveau der verkauften Anzeigenplätze weiterhin erfreulich: Gegenüber dem vierten Quartal mit hohen Auslastungsraten konnten die TKPs auf dem gleichen Niveau fortgeschrieben und die Strategie der Premium-Vermarktung mit Erfolg fortgeführt werden. Zum Erfolg

Umsatz „Advertising“

in Mio. €



trug ebenfalls die Reichweiten-Entwicklung des Portals bei: Mit einem Wert von 4,02 Millionen Unique Users erreichte diese einen neuen Höchststand und damit hohe Attraktivität für Werbekunden, die Business Professionals erreichen wollen.

Der Bereich Unternehmensprofile konnte auch im ersten Quartal 2011 wieder starkes Wachstum verzeichnen. Über 46 Tausend Unternehmen pflegen ihr Profil („BASIS“, „STANDARD“ oder „PLUS“) heute auf XING, rund 30 Prozent mehr als im letzten Quartal. Außerdem profitieren Unternehmen und Mitglieder seit Februar von einer spannenden Partnerschaft in diesem Bereich. Um Unternehmen jetzt eine noch bessere Möglichkeit zur Stärkung ihrer Arbeitgebermarke zu ermöglichen, arbeiten XING und kununu nun zusammen. Die kostenpflichtigen XING-Unternehmensprofile „STANDARD“ und „PLUS“ werden mit Arbeitgeber-Bewertungen von kununu verknüpft. Das Mitglied sieht auf einen Blick sämtliche Karriere-relevanten Informationen zu „Wohlfühlfaktor“, „Karrierefaktor“, „Bewerberprozess“ und eine Auflistung der Mitarbeiter-Benefits eines Unternehmens. Um eigene Bewertungen abzugeben, gelangen Mitglieder per Klick auf das Portal von kununu und können dort anonym ihren Arbeitgeber bewerten.

Mehr Dynamik und Interaktion im XING-Netzwerk

XING hat eine Reihe von Online-Kommunikationsmöglichkeiten, die sich im privaten Umfeld bereits bewährt haben, auch für berufliche Nutzer erschlossen: Die mehr als 10 Millionen XING-Mitglieder können seit dem Start der Produktoffensive im März 2011 noch einfacher und schneller mit ihren Kontakten kommunizieren, sich selbst und andere über Aktivitäten, Tipps und Neuigkeiten auf dem Laufenden halten sowie Plattform-Inhalte mit ihrem Netzwerk teilen.

Die Funktion „Neues aus Ihrem Netzwerk“ hat sich immer mehr zur wichtigsten Informationsquelle für XING-Mitglieder entwickelt. Entsprechend stand sie auch im Mittelpunkt der Neuerungen: Mitglieder können jetzt Statusmeldungen, Event-Teilnahmen, Gruppenbeiträge, Neuigkeiten und viele andere Aktivitäten, die ihre eigenen Kontakte oder sie selbst veröffentlichen, unmittelbar auf der Startseite kommentieren. Des Weiteren kann ein Eintrag per Klick als „interessant“ gekennzeichnet oder an das eigene Netzwerk weitergeleitet werden. Wer noch weitere Empfänger außerhalb des eigenen XING-Netzwerks erreichen möchte, kann durch einfaches Setzen eines Häkchens mit seiner Botschaft auch gleichzeitig sein Twitter-Netzwerk informieren.

Auf diese Weise verfolgen Mitglieder Meinungsäußerungen und Anregungen aus ihrem geschäftlichen Netzwerk, lernen durch die gemeinsame Diskussion neue Kontakte kennen und können sich mit ihnen verbinden. Direkt auf der Startseite erfahren Mitglieder, welche Themen im eigenen, wie auch im erweiterten Netzwerk diskutiert werden und sind somit aktuell über relevante Branchentrends und -News informiert.

Anhand der Filterfunktion lassen sich Inhalte wie Jobs, Gruppen, Events oder Statusmeldungen übersichtlich anordnen. Ziel ist es, die Kommunikation unter den Nutzern durch diese Neuerungen noch intensiver und direkter zu gestalten. Alle für den geschäftlichen Nutzen relevanten Funktionen moderner Web 2.0-Kommunikation stehen nun zur Verfügung.

Damit einhergehend wurde auf dem Profil jedes Nutzers eine Aktivitätsübersicht eingeführt. Sie führt sämtliche Plattform-Aktivitäten eines Mitglieds zusammen. Über diese Funktion können Mitglieder ihre Präsenz auf XING pflegen, Diskussionsanstöße und Empfehlungen geben und durch ihr Fachwissen Kooperationspartner, Personaler oder potenzielle Mitarbeiter auf sich aufmerksam machen. Damit stellt der neue Bereich neben dem Lebenslauf die zweite zentrale Funktion zur Pflege der eigenen Online-Reputation dar.

Bereits heute sind XING-Mitglieder deutlich aktiver als die Nutzer aller anderen beruflichen Netzwerke weltweit. Das geschäftliche Netzwerken kann durch die neuen Möglichkeiten der direkten Kommunikation noch deutlich lebendiger werden.

Bessere mobile Webseite, neue Android-App

Mit der neuen Mobile Web App hat die XING AG das Angebot für die mobilen Nutzer, die immer mehr an Bedeutung gewinnen, weiter verbessert. Mobile Visits machen bereits mehr als 12 Prozent des gesamten Traffic-Volumens aus. Die aktuelle Version lässt sich unter „touch.xing.com“ mit allen HTML-5-fähigen Browsern aufrufen. Sie bietet dieselbe komfortable Bedienung wie native Applikationen.

Auch die XING-App für Android-Smartphones weist mehr Komfort für die XING-Nutzer auf – dank eines frischen Designs und einer verbesserten Nutzerführung. Die App beinhaltet den mobilen „Handshake“, die Anzeige der Geburtstage der eigenen Kontakte sowie auch das von den Nutzern meistgefragte Feature: die Synchronisation der XING-Kontakte mit dem Telefon-Adressbuch.

Integration von amiando:

Events werden zur vierten Geschäftssäule aufgebaut

Nach der technischen Integration der Tochter amiando bietet XING seinen Mitgliedern jetzt einen Ticketing-Service direkt auf der Plattform. Damit kommt die XING AG dem Wunsch zahlreicher Nutzer entgegen: Allein im Jahr 2010 haben XING-Mitglieder

rund 180 Tausend Events organisiert – darunter waren 70 Tausend kostenpflichtige Veranstaltungen. XING-Nutzer haben dadurch ihre online geknüpften Kontakte offline vertieft. Jetzt können XING-Nutzer Event-Tickets auch über die Plattform anbieten und verkaufen. Mit „Events Plus“ legen sie ihre Veranstaltung an. Über eine komfortable Oberfläche erledigen sie dabei das gesamte Eventmanagement von der Registrierung über die Abrechnung bis hin zur Einlasskontrolle. Die Verzahnung von XING im Business-Alltag wird dadurch weiter vertieft.

Über XING organisieren Mitglieder Business-Events wie Kongresse, Seminare, Fachtagungen und Networking-Veranstaltungen. Mussten die Organisatoren bisher eigene aufwändige Abrechnungsmodelle verfolgen, sind Zahlungsabwicklung und Ticketversand nun vollständig in die Plattform integriert. Mit der neuen Lösung legen Veranstalter unterschiedliche Ticketkategorien mit Verfügbarkeiten sowie individuellen Preisen an und stellen Promotioncodes aus. Zudem erhält der Veranstalter Statistiken zum Ticketverkauf. Pro verkauftem Ticket erhebt XING eine Bearbeitungsgebühr.

Das Event – sofern als öffentlich angelegt – wird denjenigen XING-Mitgliedern angezeigt, die Interesse an der Veranstaltung haben könnten. So sprechen Veranstalter auf XING die attraktive und zahlungskräftige Zielgruppe der Business Professionals an und erreichen mit ihrem Event bis zu zehn Millionen Mitglieder. Teilnehmer profitieren von der Abwicklung unter einem Dach, da sie ihre Zahlungsdaten nicht bei einer externen Plattform eingeben müssen.

Die XING-Tochter amiamo betreibt das europaweit führende Online-Tool zur Vereinfachung der professionellen Eventorganisation. Anfang Januar 2011 hat die XING AG die amiamo AG übernommen.

XING kooperiert mit kununu – Arbeitgeberbewertungen auf dem Unternehmensprofil

Die XING AG hat die Arbeitgeber-Bewertungen von kununu in die XING-Unternehmensprofile integriert. Damit haben Unternehmen jetzt verstärkte Möglichkeiten zur Gestaltung ihrer Arbeitgebermarke innerhalb der Business-Community. Unternehmen können sich etwa durch die gebotenen Mitarbeiterleistungen wie zum Beispiel flexible Arbeitszeiten oder das Angebot einer Kantine als attraktiver Arbeitgeber hervorheben.

Die XING-Unternehmensprofile sind mit den Arbeitgeber-Bewertungen von kununu verknüpft. Aktuelle und ehemalige Firmenangehörige sowie Bewerber geben auf kununu ihre Einschätzungen ab. XING-Mitglieder können diese direkt in den Unternehmensprofilen „PLUS“ und „STANDARD“ unter dem Reiter „Über diese Firma“ aufrufen. Die so erweiterten Unternehmensprofile ermöglichen einen Überblick über die Bewertungskategorien „Wohlfühlfaktor“, „Karrierefaktor“ und „Bewerbungsprozess“ sowie eine Auflistung der besonderen Leistungen. Um eigene Bewertungen abzugeben, gelangen Mitglieder per Mausclick auf das Portal von kununu und können dort anonym ihren Arbeitgeber bewerten.

kununu ist mit rund 130 Tausend Bewertungen zu 55 Tausend Unternehmen die größte Plattform zur Bewertung von Arbeitgebern in Deutschland, Österreich und der Schweiz.

XING mit guter Bewertung zum Datenschutz

Computer Bild hat 46 Anbieter im Internet hinsichtlich des Datenschutzes unter die Lupe genommen. XING schnitt dabei mit der Gesamtbewertung 1,98 unter den sozialen Netzwerken am besten ab. Untersucht wurde, welche Nutzerdaten für die Registrierung oder den Vertragsabschluss notwendig sind und wie die Anbieter die Daten nutzen. Außerdem wurden die Datenschutzerklärungen juristisch geprüft.

Grundsätzlich gilt bei XING, dass die Nutzer die Hoheit über ihre Daten innehaben. Dieses Prinzip wurde auch bei den im März 2011 eingeführten Produktneuerungen konsequent weiterverfolgt. So legen XING-Mitglieder auch für ihre Statusmeldungen jeweils fest, wer die Nachrichten und die dadurch angeregten Diskussionen verfolgen darf - nur das eigene Netzwerk oder alle XING-Mitglieder.

Auch in der Aktivitätsübersicht fand das Thema Datenhoheit besondere Berücksichtigung: Alle Inhalte der „Aktivitätsübersicht“ werden standardmäßig nur den eigenen Kontakten angezeigt. Optional kann die Übersicht auch komplett für andere Mitglieder unsichtbar geschaltet beziehungsweise auch für das gesamte Netzwerk geöffnet werden.

Innovation, Forschung und Entwicklung

Im ersten Quartal 2011 wurden die lange bewährte Agilität in der Entwicklung sowie das Vorgehen, spezialisierte Entwicklungsteams einzusetzen, konsequent weiter vorangetrieben. Hierbei konnten neue Ansätze zur projektübergreifenden Portfoliosteuerung etabliert werden.

Das abgelaufene Quartal war produktseitig von einer Steigerung des Mehrwerts für die Nutzer auf der Kernplattform, vom Ausbau der Firmenprofile und der Events-Funktionalität geprägt. Außerdem wurde die strategische Weiterentwicklung der mobilen Dienste offensiv fortgesetzt. Insgesamt stand eine verstärkte Interaktion der Nutzer mit folgenden Schwerpunkten im Mittelpunkt:

- **Die Aufwertung des XING-Kernbereichs durch:**
 - die Möglichkeit sowohl für Basis- als auch Premium-Mitglieder, Statusmeldungen, Event-Teilnahmen, Gruppenbeiträge und viele andere Aktivitäten in den „Netzwerk-Neuigkeiten“ zu kommentieren oder als „interessant“ zu markieren
 - daraus abgeleitete Aktivitätsübersicht im Nutzerprofil mit Löschmöglichkeit
 - zusätzliche Filterfunktionen für die „Netzwerk-Neuigkeiten“
 - Anbindungsmöglichkeit der „Netzwerk-Neuigkeiten“ an Twitter
 - Konfigurierbarkeit zur vollen Datenkontrolle für den Nutzer, hinsichtlich Sichtbarkeit von Statusmeldungen und entsprechender Anschlussdiskussionen
 - Adressbuch-Integration mit MS Outlook über den Outlook Social Connector
 - Ausbau der Universalsuche auf mehr Kategorien und Suchfacetten (Gruppenartikel, Postleitzahl etc.)
 - A/B-Tests für neue Preisstrategien und Optimierungen des Billing Cycles
 - SEO-Maßnahmen, insbesondere für so genannte Themenfelder/Topics
- **Eine Aufwertung der Unternehmensprofile durch:**
 - die Integration des Firmenbewertungsportals kununu
 - eine klare Verkaufsgliederung „BASIS“/„STANDARD“/„PLUS“ einschließlich der Backend-Prozesse
- **Die starke Aufwertung des Bereichs „E-Recruiting“ durch:**
 - den benutzerfreundlichen WYSIWYG Editor für Stellenanzeigen
 - Integration von neuen Partnern (jobs.ch)
 - Google Maps-Integration zum Auffinden des Arbeitsorts
- **Technische und konzeptuelle Integration von amiando:**
 - Möglichkeit für alle Mitglieder, über die „Events PLUS“-Lösung kostenpflichtige Veranstaltungen über XING/amiando anzubieten und abzuwickeln

▪ **Für die mobile Nutzung konnten folgende Neuerungen implementiert werden:**

- neue iPhone App mit verbesserter Performance und Zusatzfunktionen im Nachrichtenbereich
- neue Android App Version mit besserem Design, dem mobilen Handshake und der Anzeige von Geburtstagen von Kontakten
- Die Seite touch.xing.com konnte erfolgreich für alle modernen mobilen Browser (Smartphones) gestartet werden und bietet denselben Bedienkomfort wie die nativen Anwendungen. XING betreibt touch.xing.com unter Einsatz der innovativen jQuery Mobile-Technologie.

Um den Betrieb weiterhin sicherzustellen und die Plattform weiterzuentwickeln, setzt XING neben der bewährten Perl-Technologie auf das innovative Web-Entwicklungsframework Ruby on Rails. Spezialisierte Teams sorgen hierbei für zukunfts-sichere Architekturen und aktuelle Versionsstände der verwendeten Technologien im Frontend sowie in der Applikationsstruktur der Plattform. Für den Zukunftsbereich „Mobile“ wurde ein personell starkes Team aufgestellt.

Risikobericht

Die konstante Überwachung und das Management von Risiken zählen zu den zentralen Aufgaben jedes börsennotierten Unternehmens. Zu diesem Zweck hat die XING AG das nach § 91 Abs. 2 AktG erforderliche Risikomanagementsystem zur unternehmensweiten Früherkennung von Chancen und Risiken implementiert. Jeder einzelne Mitarbeiter ist aufgefordert, aktiv potenzielle Schäden vom Unternehmen abzuwenden, alle Gefahren in seinem Verantwortungsbereich unverzüglich zu beseitigen und bei Hinweisen auf entstehende oder existierende Risiken

umgehend die jeweiligen Ansprechpartner zu informieren. Die Voraussetzungen hierfür sind die Kenntnis des Risikomanagementsystems und ein möglichst hohes Risikobewusstsein der Mitarbeiter.

Aus diesem Grund macht die Gesellschaft ihre Mitarbeiter in regelmäßigen Einführungsveranstaltungen und mit Hilfe von Informationsmaterial mit dem Risikomanagementsystem vertraut und sensibilisiert sie für die Bedeutung des Risikomanagements.

Das Unternehmen identifiziert und analysiert potenzielle Risiken kontinuierlich. Dabei bewertet es erkannte Gefahren systematisch nach der Wahrscheinlichkeit ihres Eintritts und dem zu erwartenden eventuellen Schaden. Die Risikoverantwortlichen und Führungskräfte werden regelmäßig zum Status bestehender Risiken und zur Identifizierung neuer Risiken befragt.

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

Hamburg, im Mai 2011

Der Vorstand

Dr. Stefan Groß-Selbeck Ingo Chu

Dr. Helmut Becker Jens Pape

KONZERN-ZWISCHENABSCHLUSS

für das erste Quartal vom 1. Januar bis 31. März 2011

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

für das erste Quartal vom 1. Januar bis 31. März 2011

in Tsd. €	01.01.2011 – 31.03.2011	01.01.2010 – 31.03.2010
Umsatzerlöse aus Dienstleistungen	15.417	12.317
Sonstige betriebliche Erträge	235	281
Gesamte Betriebserträge	15.652	12.598
Materialaufwand	0	0
Personalaufwand	-5.448	-4.744
Marketingaufwand	-1.140	-1.628
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-3.441	-2.923
EBITDA	5.623	3.303
Abschreibungen	-1.467	-1.234
EBIT	4.156	2.069
Finanzerträge	32	19
Finanzaufwendungen	0	0
EBT	4.188	2.088
Ertragsteuern	-1.493	-831
Periodenergebnis	2.695	1.257
Ergebnis je Aktie (unverwässert) in €	0,51	0,24
Ergebnis je Aktie (verwässert) in €	0,51	0,24

Konzern-Gesamtergebnisrechnung

für das erste Quartal vom 1. Januar bis 31. März 2011

in Tsd. €	01.01.2011 – 31.03.2011	01.01.2010 – 31.03.2010
Jahresüberschuss	2.695	1.257
Unterschiede aus der Währungsumrechnung	-2	7
Sonstiges Ergebnis	-2	7
Gesamtergebnis	2.693	1.264

Konzern-Bilanz

zum 31. März 2011

Aktiva in Tsd. €	31.03.2011	31.03.2010
Langfristige Vermögenswerte		
Immaterielle Vermögenswerte		
Erworbene Software	2.460	2.888
Selbstentwickelte Software	7.990	6.652
Geschäfts- oder Firmenwerte	21.363	13.440
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	3.073	4.276
Sachanlagen		
Mietereinbauten	899	977
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	2.263	1.590
Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	0	0
Finanzanlagen		
Beteiligungen	50	50
Andere finanzielle Vermögenswerte	30	24
Latente Steueransprüche	490	346
	38.618	30.243
Kurzfristige Vermögenswerte		
Forderungen und sonstige Vermögenswerte		
Forderungen aus Dienstleistungen	5.171	3.498
Ertragsteuerforderungen	126	131
Sonstige Vermögenswerte	1.274	1.100
Zahlungsmittel und kurzfristige Einlagen	62.913	49.964
	69.484	54.693
	108.102	84.936

Passiva in Tsd. €	31.03.2011	31.03.2010
Eigenkapital		
Gezeichnetes Kapital	5.292	5.272
Eigene Aktien	-3.041	-3.041
Kapitalrücklagen	29.586	40.586
Sonstige Rücklagen	15.101	2.976
Bilanzgewinn	17.170	8.521
	64.108	54.314
Langfristige Verbindlichkeiten		
Latente Steuerverbindlichkeiten	2.888	2.801
Erlösabgrenzung	1.632	1.345
	4.520	4.146
Kurzfristige Verbindlichkeiten		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	591	1.022
Erlösabgrenzung	21.587	17.316
Ertragsteuerverbindlichkeiten	6.104	3.395
Sonstige Verbindlichkeiten	11.192	4.743
	39.474	26.476
	108.102	84.936

Konzern-Kapitalflussrechnung

für das erste Quartal vom 1. Januar bis 31. März 2011

in Tsd. €	01.01.2011 - 31.03.2011	01.01.2010 - 31.03.2010
Ergebnis vor Steuern	4.155	2.088
Abschreibungen auf aktivierte Entwicklungskosten	530	427
Abschreibungen	937	807
Personalkosten Aktienoptionsprogramm	236	362
Zinserträge	-32	-19
Erhaltene Zinsen	32	19
Zinsaufwendungen	0	0
Gezahlte Steuern	-222	-70
Gewinn aus Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens	0	0
Veränderung der Forderungen und sonstiger Aktiva	-1.047	3.121
Veränderung der Verbindlichkeiten und sonstiger Passiva	2.988	34
Veränderungen der sonstigen Aktiva und Passiva durch die Akquisition konsolidierter Unternehmen	-1.802	0
Veränderung der Erlösabgrenzung	2.988	2.428
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	8.763	9.197
Auszahlung für aktivierte Aufwendungen selbstentwickelter Software	-396	-726
Auszahlung für den Erwerb von Software	-506	-175
Auszahlungen für den Erwerb von sonstigen immateriellen Vermögenswerten	-22	-700
Einzahlungen aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens	0	0
Auszahlungen für den Erwerb von Sachanlagen	-229	-502
Auszahlung für die Akquisition konsolidierter Unternehmen	-5.074	0
Konsolidierungskreisbedingte Veränderungen des Finanzmittelbestands	1.343	0
Auszahlungen für Investitionen in andere finanzielle Vermögenswerte	0	0
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-4.884	-2.102

in Tsd. €	01.01.2011 – 31.03.2011	01.01.2010 – 31.03.2010
Kapitalerhöhungen	0	0
Tilgung von Schulden aus Finanzierungsleasing	0	0
Gezahlte Zinsen	0	0
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	0	0
Differenzen aus der Währungsumrechnung	-2	7
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelbestands	3.877	7.102
Finanzmittelbestand zu Beginn der Periode	59.036	42.862
Finanzmittelbestand am Ende der Periode¹⁾	62.913	49.964

¹⁾ Finanzmittel bestehen aus liquiden Mitteln.

Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung

für das erste Quartal vom 1. Januar bis 31. März 2011

in Tsd. €	Gezeichnetes Kapital	Kapital- rücklagen	Eigene Aktien
Stand 01.01.2010	5.272	40.586	-3.041
Währungsumrechnung	0	0	0
Summe des direkt im Eigenkapital erfassten Ergebnisses	0	0	0
Jahresergebnis	0	0	0
Gesamtes Periodenergebnis	0	0	0
Zuführungen aus Aktienoptionsprogramm	0	0	0
Stand 31.03.2010	5.272	40.586	-3.041
Stand 01.01.2011	5.292	29.586	-3.041
Währungsumrechnung	0	0	0
Summe des direkt im Eigenkapital erfassten Ergebnisses	0	0	0
Jahresergebnis	0	0	0
Gesamtes Periodenergebnis	0	0	0
Umgliederung aufgrund Verlustausgleich bei der XING AG	0	0	0
Kapitalerhöhung aus anteilsbasierter Vergütung	0	0	0
Zuführungen aus Aktienoptionsprogramm	0	0	0
Stand 31.03.2011	5.292	29.586	-3.041

	Sonstige Rücklagen	Bilanz-gewinn	Eigenkapital gesamt
	2.607	7.264	52.688
	7	0	7
	7	0	7
	0	1.257	1.257
	7	1.257	1.264
	362	0	362
	2.976	8.521	54.314
	14.867	14.475	61.179
	-2	0	-2
	-2	0	-2
	0	2.695	2.695
	-2	2.695	2.693
	0	0	0
	0	0	0
	236	0	236
	15.101	17.170	64.108

Erläuterungen zum Konzern-Zwischenabschluss

für das erste Quartal vom 1. Januar bis 31. März 2011

Grundlagen der Abschlusserstellung sowie Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Der Konzern-Zwischenabschluss für das am 31. März 2011 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 2011 bis zum 31. März 2011. Als Vergleichsperiode wird der Zeitraum vom 1. Januar 2010 bis zum 31. März 2010 dargestellt.

Die angewandten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden des Konzern-Zwischenabschlusses entsprechen den angewandten Methoden im Konzernabschluss zum 31. Dezember 2010.

Die Nutzungsdauer der selbsterstellten User-Plattform der XING AG wurde zum 1. Januar 2011 auf fünf Jahre festgelegt. Die Restnutzungsdauer für die selbst entwickelte Website beträgt somit am 31. März 2011 noch 57 Monate.

Konsolidierungskreis

Der Konsolidierungskreis im Konzern-Zwischenabschluss umfasst folgende Unternehmen:

	Anteilsbesitz 31.03.2011 in %	Anteilsbesitz 31.03.2010 in %	Jahr der Erst- konsoli- dierung	Eigenkapital 31.03.2011 in Tsd. €	Ergebnis Q1/2011 in Tsd. €
XING Hong Kong Ltd., Hong Kong, China	100	100	2006	-45	-1
openBC Network Technology (Beijing) Co. Ltd., Beijing, China	100	100	2006	30	0
Grupo Galenicom Tecnologias de la Informacion (eConozco), S.L., Barcelona, Spanien	100	100	2007	-6	-1
XING International Holding GmbH, Hamburg, Deutschland	100	100	2007	-31	0
XING Networking Spain, S.L., Barcelona, Spanien ¹⁾	100	100	2007	169	43
EUDA Uluslararası Danışmanlık ve Bilisim Hizmetleri Limited Sirketi (XING Turkey), Istanbul, Türkei ²⁾	100	100	2008	118	-3
XING Switzerland GmbH, Sarnen, Schweiz ¹⁾	100	100	2008	31	2
XING Italy S.R.L., Mailand, Italien ¹⁾	100	100	2009	35	0
Socialmedian Inc., Wilmington, Delaware, USA	100	100	2009	0	0
XING İnsan Kaynakları Uluslararası Danışmanlık Hizmetleri Ltd. Sti., Istanbul, Türkei ²⁾	100	0	2010	-3	-2
amiando GmbH, Hamburg, Deutschland (vormals XING Events GmbH)	100	0	2010	74	-479

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

²⁾ 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.

Unternehmenserwerbe

Im Dezember 2010 erwarb die XING AG die Kronen tausend615 GmbH mit Sitz in Berlin mit einem gezeichneten Kapital von 25 Tsd. €. Diese erwarb im Dezember 2010 100 Prozent der Anteile der Münchner Event-Plattform amiando AG. Die Übertragung der Aktien erfolgte am 5. Januar 2011. Der Kaufpreis bestand aus einem Fixanteil in Höhe von 7,4 Mio. € und zusätzlichen Earnouts in einer Bandbreite von 0,00 € bis 3,3 Mio. €. Deren exakte Höhe wird in knapp zwei Jahren, abhängig von der geschäftlichen Entwicklung der amiando AG, abschließend ermittelt. Zu diesem Zeitpunkt ist auch die Auszahlung fällig.

Die amiando AG wurde im April 2011 rückwirkend zum 30. Dezember 2010 auf die XING Events GmbH, bei gleichzeitiger Neufirmierung in amiando GmbH, verschmolzen.

Die Erstkonsolidierung erfolgte zum Zeitpunkt der Aktienübertragung.

Der Zahlungsmittelabfluss aufgrund des Unternehmenserwerbs ist nachfolgend aufgezeigt:

in Tsd. €	
Kaufpreis	-5.074
Dem Erwerb direkt zurechenbare Kosten	-539
Mit dem Tochterunternehmen erworbene Zahlungsmittel	1.343

Die Kaufpreisallokation wurde im Konzern-Zwischenabschluss zum 31. März 2011 auf vorläufiger Basis vorgenommen. Eine endgültige Verteilung des Kaufpreises auf die identifizierbaren und bewertbaren Vermögenswerte wird im Verlauf des Geschäftsjahres 2011 auf Basis eines Gutachtens erfolgen, das bereits

beauftragt wurde. Ein zu erfassender Geschäfts- oder Firmenwert ist auf erwartete Synergien und andere Effekte aus den Aktivitäten der amiando zurückzuführen.

Alle konzerninternen Salden, Geschäftsvorfälle, Erträge und Aufwendungen sowie sämtliche Ergebnisse aus konzerninternen Transaktionen wurden in voller Höhe eliminiert.

Aktionsoptionsplan

Es wurden im Rahmen der bestehenden Aktienoptionsprogramme im 1. Quartal 2011 keine weiteren Aktienoptionen ausgegeben. Der Gesamtaufwand für die bestehenden Zusagen betrug im ersten Quartal 2011 236 Tsd. € (Vergleichsquartal: 362 Tsd. €).

Die Bewertung der jeweiligen Aktienoptionszusagen wurde von Mercer Deutschland GmbH vorgenommen.

Eigene Aktien

Der Bestand an eigenen Aktien ist gegenüber dem Vergleichsquartal unverändert.

Zu- und Abgänge von Vermögenswerten

Der Vermögenswert für selbst entwickelte Software ist im 3-Monatszeitraum zum 31. März 2011 um 396 Tsd. € (Vergleichsquartal: 726 Tsd. €) angewachsen. Die aktivierte selbstentwickelte 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 2011 in Höhe von 757 Tsd. € (Vergleichsquartal: 502 Tsd. €).

Zusammensetzung der sonstigen betrieblichen Aufwendungen

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

in Tsd. €	01.01.2011 - 31.03.2011	01.01.2010 - 31.03.2010
IT-Dienstleistungen, betriebswirtschaftliche Dienstleistungen und Dienstleistungen für neue Märkte	549	882
Rechtsberatung-, Prüfungs- und Buchführungskosten	573	422
Raumkosten	366	336
Kosten für Zahlungsabwicklung	439	324
Server-Hosting, Verwaltung und Traffic	549	388
Reise-, Bewirtungs- und sonstige Geschäftskosten	221	171
Sonstige Personalkosten	138	119
Fortbildungskosten	59	43
Forderungsverluste	52	104
Telefon/Mobilfunk/Porto/Kurier	49	51
Bürobedarf	23	41
Aufsichtsratsvergütung	40	14
Übrige	383	94
Gesamt	3.441	2.989

Im Gegensatz zum Vorjahr werden die Aufwendungen für Fortbildungskosten (59 Tsd. €, Vorjahr: 43 Tsd. €) und lohnsteuerfreie freiwillige soziale Aufwendungen (16 Tsd. €, Vorjahr 23 Tsd. €) nicht im Personalaufwand, sondern unter den sonstigen betrieblichen Aufwendungen ausgewiesen. Die Vorjahreszahlen wurden entsprechend angepasst.

Die übrigen Aufwendungen umfassen im Wesentlichen periodenfremde Aufwendungen, Kursdifferenzen, Versicherungen und Beiträge sowie Sonstiges.

Segmentinformationen

Die XING AG verfügt über ein berichtspflichtiges Segment mit den Bereichen „Subscriptions“ (Abonnement-Mitgliedschaften), „E-Recruiting“ (Stellenanzeigen und Recruiter-Mitgliedschaften), „Advertising“ (Display Advertising, Enterprise Groups, Best Offers und Unternehmensprofile), „New Verticals“ und „Other“. Der Zuwachs im Bereich „New Verticals“ ist durch den Erwerb und die Erstkonsolidierung der Münchner Events-Plattform amiando AG verursacht.

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

in Tsd. €	01.01.2011 - 31.03.2011	01.01.2010 - 31.03.2010
Subscriptions	11.132	10.074
E-Recruiting	2.710	1.437
Advertising	1.054	774
New Verticals	507	2
Other	14	30
Gesamt	15.417	12.317

in Tsd. €	01.01.2011 - 31.03.2011	01.01.2010 - 31.03.2010
DACH	14.759	11.883
International	658	434
Gesamt	15.417	12.317

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

Eventualverbindlichkeiten

Wie im Vorjahr hatte der Konzern im ersten Quartal 2011 keine Vermögensgegenstände geleast. Weitere Eventualverbindlichkeiten bestehen und bestanden auch in der Vergleichsperiode nicht.

Nahestehende Unternehmen und Personen

Im ersten Quartal 2010 wurden Leistungen der epublica GmbH in Höhe von 28 Tsd. € (Vergleichsperiode: 24 Tsd. €) in Anspruch genommen.

Außerdem wurden Leistungen der zum Burda-Konzern gehörenden DLD Media GmbH in Höhe von 48 Tsd. € (Vergleichsperiode: 90 Tsd. €) in Anspruch genommen.

Wesentliche Ereignisse nach der Zwischenberichtsperiode

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

Hamburg, 9. Mai 2011

Dr. Stefan Groß-Selbeck

Ingo Chu

Dr. Helmut Becker

Jens Pape

FINANZTERMINE 2011

Datum	Veranstaltung
10. Mai 2011	Zwischenbericht zum ersten Quartal 2011, Hamburg
26. Mai 2011	Ordentliche Hauptversammlung, Hamburg
10. August 2011*	Halbjahresbericht 2011, Hamburg
10. November 2011*	Zwischenbericht zum dritten Quartal 2011, Hamburg

* 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 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

Sonja Heer
Dr. Felix Menden
Ines Rathgeb

Konzept und Gestaltung

HGB Hamburger Geschäftsberichte
GmbH & Co. KG

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