

XING 

Halbjahresbericht 2011
vom 1. Januar bis 30. Juni 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 elf Millionen Geschäftsleuten und Berufstätigen in Kontakt treten, die das globale Business-Netzwerk für Geschäft, Beruf und Karriere nutzen. Mit maßgeschneiderten Networking-Funktionen und Services fördert XING die Vernetzung und die professionelle Kontaktpflege unter den Mitgliedern. Darüber hinaus bietet die Business-Plattform 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. DAS PROFESSIONELLE NETZWERK.**

Kennzahlen		HJ 2011	HJ 2010	Q2 2011	Q2 2010	Q1 2011
Umsatz ¹⁾	in Mio. €	31,98	25,86	16,33	13,26	15,65
Umsatz aus Dienstleistungen	in Mio. €	31,59	25,26	16,17	12,95	15,42
Umsatz „Subscriptions“	in Mio. €	22,46	20,59	11,32	10,51	11,13
Umsatz „E-Recruiting“	in Mio. €	5,52	2,99	2,81	1,55	2,71
Umsatz „Advertising“	in Mio. €	2,53	1,65	1,48	0,88	1,05
Umsatz „New Verticals“	in Mio. €	1,06	n.a.	0,55	n.a.	0,51
EBITDA	in Mio. €	11,29	7,04	5,67	3,74	5,62
EBITDA-Marge	in %	35	27	35	28	36
Periodenergebnis	in Mio. €	5,06	2,60	2,37	1,35	2,69
Operativer Cashflow	in Mio. €	6,73	14,23	-2,03	3,96	8,76
Operativer Cashflow je Aktie	in €	1,25	2,10	-0,37	0,75	1,66
Ergebnis je Aktie (unverwässert)	in €	0,94	0,50	0,43	0,26	0,51
Eigenkapital	in Mio. €	70,94	55,95	70,94	55,95	64,11
Liquide Mittel	in Mio. €	64,22	53,93	64,22	53,93	62,91
Mitglieder	in Mio.	11,12	9,63	11,12	9,63	10,81
davon Premium-Mitglieder	in Tsd.	769	718	769	718	759
Mitarbeiter		385	305	385	305	362

¹⁾ Gesamtumsatz inkl. sonstiger betrieblicher Erträge

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, einem offenen Ohr für die Belange unserer 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
- 17 Konzern-Zwischenabschluss
- 18 Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung
- 19 Konzern-Gesamtergebnisrechnung
- 20 Konzern-Bilanz
- 22 Konzern-Kapitalflussrechnung
- 24 Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung
- 26 Erläuterungen zum Konzern-Zwischenabschluss
- 32 Versicherung der gesetzlichen Vertreter
- 33 Bescheinigung nach prüferischer Durchsicht

Service

- 34 Finanztermine 2011
- 34 Impressum und Kontakt

BRIEF DES VORSTANDS

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

wir blicken auf ein ereignisreiches und sehr erfolgreiches 1. Halbjahr zurück!

Wir haben mit dem wohl größten Relaunch von www.xing.com einen wichtigen Meilenstein zur Stärkung der Aktivität unserer Community erreicht und insbesondere in unseren vertikalen Geschäftsbereichen sehen wir eine anhaltend hohe Wachstumsdynamik. Mit dem Erwerb der amiamo AG haben wir darüber hinaus ein weiteres neues wachstumsstarkes Geschäftsfeld erschlossen.

Wir konnten die Serviceumsätze von 25,3 Mio. € (1. HJ 2010) im 1. Halbjahr 2011 auf 31,6 Mio. € und damit um 25 Prozent ausweiten. Dabei konnten die Umsatzerlöse der vertikalen Geschäftsbereiche mit einem Umsatzanstieg von 4,5 Mio. € nahezu verdoppelt werden. Unsere eingeschlagene Strategie der Fokussierung auf die deutschsprachigen Kernmärkte und die Erschließung vertikaler Erlösquellen geht also auf. In Folge dessen haben wir auch das operative Ergebnis (EBITDA) im Berichtszeitraum deutlich ausweiten können. Es stieg von 7,04 Mio. € im 1. Halbjahr 2010 um 60 Prozent auf 11,3 Mio. € an und belegt wieder einmal, dass Wachstum bei gleichzeitig hoher Profitabilität in unserem Geschäft möglich ist.

Im 2. Quartal dieses Jahres haben wir einen ganz besonderen Meilenstein erreicht. Denn Anfang Juni haben wir das „neue XING“ live gestellt. Seit über acht Jahren gibt es unsere Plattform, über 11 Millionen Mitglieder zählen wir, in deutschen Städten wie München und Frankfurt (Main) ist jeder vierte Berufstätige bei XING registriert: Wir wissen, welche Bedeutung XING für unsere Mitglieder hat und wie wichtig es ist, bestehende, nützliche, ja liebgewonnene Nutzungsgewohnheiten zu fördern. Gleichzeitig haben wir die Notwendigkeit erkannt, die Navigationsstruktur grundlegend neu zu sortieren: Wo zuvor persönliche mit plattformübergreifenden Inhalten vermengt wurden und oft viele Boxen und Interaktionsmöglichkeiten um Ihre Aufmerksamkeit kämpften, präsentieren wir seit Juni eine klar gegliederte Struktur. Damit Sie zukünftig noch einfacher professionell netzwerken können, haben wir XING konsequent anhand Ihrer Bedürfnisse weiterentwickelt und allein über 100 Interviews und Usability-Tests durchgeführt. Herausgekommen ist dabei ein neues Netzwerkerlebnis: einfach, schnell und näher dran! Machen Sie sich selbst einen Eindruck vom neuen XING unter www.xing.com.

Ein weiterer wichtiger Meilenstein für unsere Aktionärinnen und Aktionäre war die diesjährige Hauptversammlung Ende Mai. Auf dieser Versammlung wurde die Ende März vom Vorstand der XING AG angekündigte Absicht 20 Mio. € auszuschütten mit großer Mehrheit unterstützt. Die Ausschüttung von etwa 3,76 € je Aktie wird voraussichtlich in der ersten Februarwoche 2012 durchgeführt.

Wir danken Ihnen für das uns entgegengebrachte Vertrauen sowie Ihre Unterstützung auf der diesjährigen Hauptversammlung und freuen uns mit Ihnen gemeinsam auf eine ebenso ereignisreiche und dynamische zweite Jahreshälfte 2011.

Hamburg, im August 2011



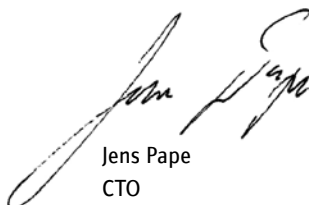
Dr. Stefan Groß-Selbeck
CEO



Ingo Chu
CFO



Dr. Helmut Becker
CCO



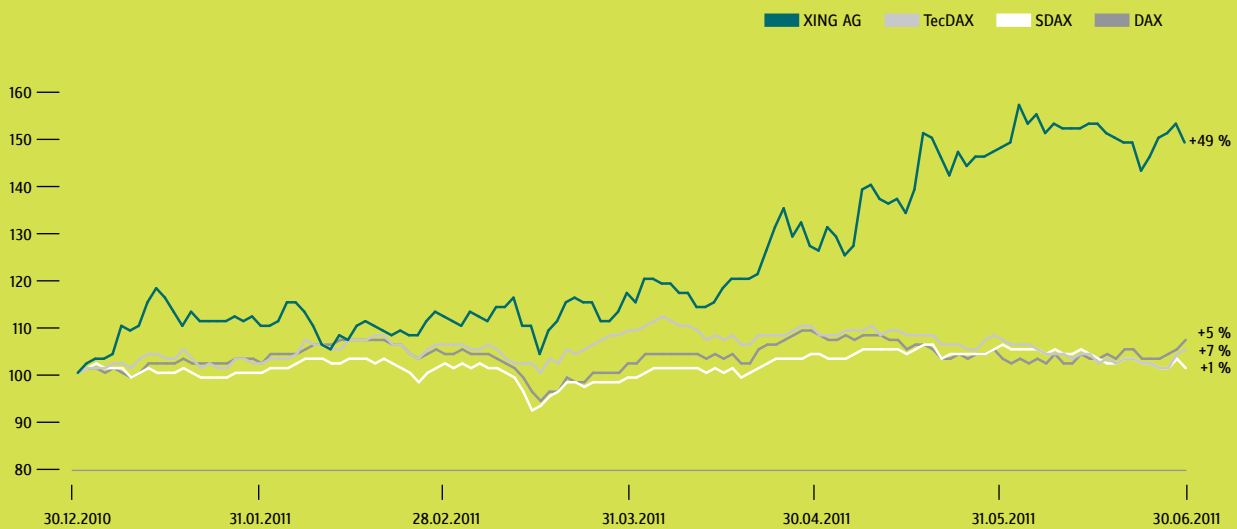
Jens Pape
CTO

XING-AKTIE

Stammdaten zur XING-Aktie

Anzahl der Aktien	5.394.172
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

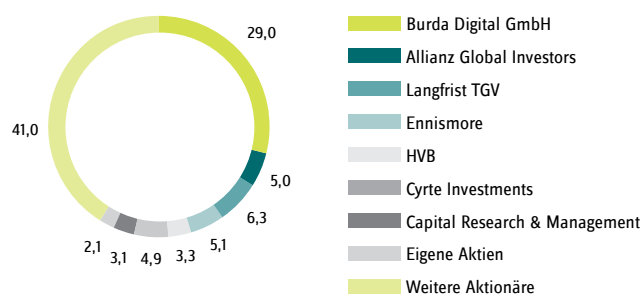
Entwicklung der XING-Aktie im Vergleich in %



Wichtige Kennzahlen zur XING-Aktie

	1. HJ/2011	1. HJ/2010
XETRA-Schlusskurs am 30.06.	54,15 €	28,00 €
Höchstkurs	58,17 €	29,87 €
Tiefstkurs	35,50 €	28,00 €
Marktkapitalisierung	292,2 Mio. €	147,6 Mio. €
Durchschnittliches Handelsvolumen je Handelstag (XETRA)	17.139	10.173
Rang im TecDAX		
nach Handelsumsatz	25	36
nach Börsenkapitalisierung	31	36
Ergebnis je Aktie (unverwässert)	0,94 €	0,50 €
Operativer Cashflow je Aktie	1,25 €	2,10 €
Eigenkapital je Aktie	13,15 €	10,61 €

Aktionärsstruktur zum 30.06.2011 in %



Finanzinformationen

für das 1. Halbjahr vom 1. Januar bis 30. Juni 2011

Konzern-Zwischenlagebericht

7

Geschäftsverlauf

13

Produktinnovationen

14

Forschung und Produktentwicklung

15

Risikobericht

16

Chancen- und Prognosebericht

Konzern-Zwischenabschluss

18

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

19

Konzern-Gesamtergebnisrechnung

20

Konzern-Bilanz

22

Konzern-Kapitalflussrechnung

24

Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung

26

Erläuterungen zum Konzern-Zwischenabschluss

32

Versicherung der gesetzlichen Vertreter

33

Bescheinigung nach prüferischer Durchsicht

KONZERN-ZWISCHENLAGEBERICHT

Geschäftsverlauf

Gesamt- und branchenwirtschaftliche Rahmenbedingungen

Allgemeine Wirtschaftslage

Die konjunkturelle Aufwärtsbewegung der Wirtschaft hat sich in der ersten Jahreshälfte fortgesetzt und aktuelle Konjunkturanalysen zeichnen auch für das Gesamtjahr 2011 ein positives Bild.

Nach Angaben der Experten vom Kieler Institut für Weltwirtschaft befindet sich Deutschland in einem sehr starken Aufschwung, auch wenn dieser an Dynamik etwas verliert. Im gesamteuropäischen Vergleich liegt die Bundesrepublik weiter an vorderster Stelle. Nachdem das reale Bruttoinlandsprodukt im vergangenen Jahr um 3,6 Prozent gewachsen ist, prognostiziert das Kieler Institut für Weltwirtschaft ein Wachstum von 3,5 Prozent für 2011.

Marktentwicklung

Die Mitgliedschaft im sozialen Netzwerk wird zur Selbstverständlichkeit

Inzwischen ist laut Branchenverband BITKOM halb Deutschland Mitglied in einem sozialen Netzwerk, das sind 40 Millionen Menschen. Im Jahresvergleich haben sich damit 10 Millionen Menschen mehr dazu entschieden, in einem Online-Netzwerk mitzumachen. Die Ergebnisse zeigen, dass soziale Netzwerke wie XING immer mehr zu einer Selbstverständlichkeit werden.

Betrachtet man allein die deutschen Internetnutzer, so liegt der Anteil der Community-Mitglieder sogar bei 76 Prozent – bei den unter 30-Jährigen ermittelt der Verband einen Anteil von 96 Prozent. Insgesamt wird der Trend festgestellt, dass sich viele Mitglieder nicht nur auf eine Plattform beschränken, sie sind in zwei oder sogar drei Netzwerken angemeldet.

Auch bei Unternehmen sind soziale Netzwerke immer beliebter. Der Anteil der deutschen Firmen, die Online-Netzwerke zur Kundengewinnung einsetzen, ist 2011 im Vergleich zum Vorjahr um 11 Prozentpunkte auf 52 Prozent gewachsen. Dies zeigt eine weltweit durchgeführte Studie von Regus, einem Anbieter von Arbeitsplatzlösungen. Außerdem steigt danach auch die Zahl der Firmen, die über soziale Netzwerke mit Bestandskunden in Kontakt treten.

Wettbewerb

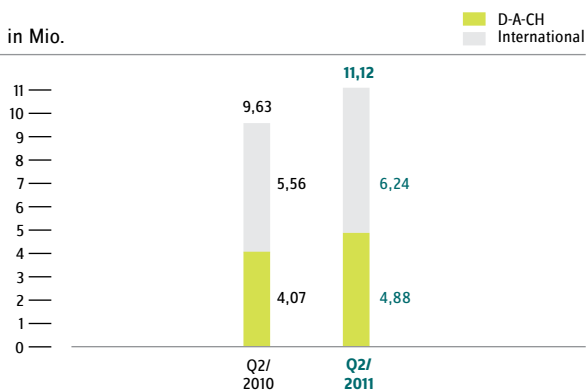
XING ist das soziale Netzwerk für berufliche Kontakte im Internet und steht damit im direkten Wettbewerb zu den auf Business Networking fokussierten Plattformen in Europa. Mit 4,9 Millionen Mitgliedern im deutschsprachigen Raum ist XING der klare Marktführer in Deutschland, Österreich und der Schweiz. So ist beispielsweise jeder vierte Berufstätige in deutschen Wirtschaftsmetropolen wie München oder Frankfurt XING-Mitglied. XING hat mit über 769 Tausend Premium-Mitgliedern mehr zahlende Nutzer als jedes andere soziale Netzwerk.

Entwicklung der Mitgliederzahlen

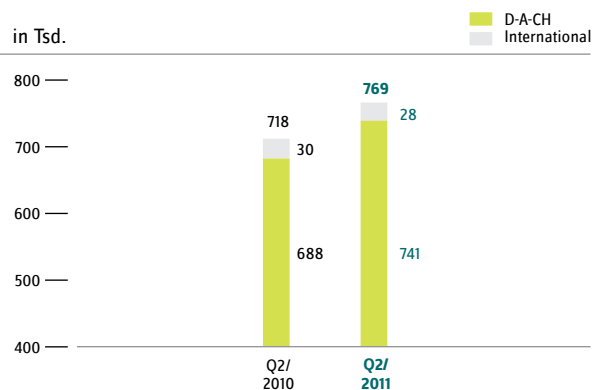
In den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2011 hat die Gesellschaft 640 Tausend neue Mitglieder gewinnen können. Damit ist die Mitgliederbasis weltweit auf 11,12 Millionen per Ende Juni 2011 angestiegen. Dabei liegt der strategische Fokus auf der Mitgliedergewinnung im deutschsprachigen Raum – der D-A-CH-Region. Hier hat die XING AG ihr Wachstum in den vergangenen Quartalen gegenüber dem Vorjahr deutlich beschleunigt. So konnten im saisonal starken 1. Quartal 215 Tausend neue Mitglieder in der D-A-CH-Region gewonnen werden. Im 2. Quartal waren es 197 Tausend. Das geringere Nettowachstum gegenüber dem 1. Quartal ist im Wesentlichen auf die Anzahl der Feiertage zurückzuführen. Im Vergleich zum 1. Halbjahr 2010 hat sich das Wachstum von 330 Tausend auf 412 Tausend neue Mitglieder weiter beschleunigt.

Auch die Zahl der Premium-Mitglieder ist in der ersten Jahreshälfte 2011 weiter angestiegen. So entschieden sich insgesamt knapp 24 Tausend XING-Mitglieder für die erweiterten Funktionalitäten der Plattform. Im 2. Quartal 2011 hat sich saisonal bedingt wie erwartet das Nettowachstum der zahlenden Mitglieder auf 10 Tausend (nach 10 Tausend in Q2 2010) verlangsamt.

Mitgliederentwicklung



Zahlende Mitglieder



Ertragslage im XING-Konzern

Die XING AG hat im 1. Halbjahr 2011 vor allem an zwei großen Projekten gearbeitet. Einerseits wurde das „neue XING“ live gestellt, andererseits fand die Integration der im Dezember 2010 akquirierten amiando AG statt. Entsprechend haben sich die Personalaufwendungen im 1. Halbjahr auf 11,1 Mio. € gegenüber 9,7 Mio. € im Vergleichszeitraum (+14,3 Prozent) erhöht. Auch die sonstigen betrieblichen Aufwendungen stiegen – im Wesentlichen begründet durch Expansionsaufwendungen – von 6,0 Mio. € auf 7,1 Mio. € (+17,6 Prozent). Für Marketingaktivitäten dagegen wurden im Wesentlichen aufgrund der Reduzierung der internationalen Marketingausgaben mit 2,5 Mio. € insgesamt 20,0 Prozent weniger als im 1. Halbjahr 2010 (3,1 Mio. €) ausgegeben. Die Betriebserträge konnten um 23,7 Prozent gesteigert werden (32,0 Mio. € gegenüber 25,9 Mio. € im vergleichbaren Vorjahreszeitraum). Vor allem deswegen erhöhte sich das EBITDA um 4,3 Mio. € (+61,0 Prozent) auf 11,3 Mio. €. Die EBITDA-Marge, bezogen auf die gesamten Betriebserträge, konnte mit 35,3 Prozent gegenüber dem Vergleichszeitraum (27,9 Prozent) deutlich ausgebaut werden.

Die planmäßigen Abschreibungen in Höhe von 2,9 Mio. € sind aufgrund kontinuierlicher Investitionen um 0,4 Mio. € gegenüber dem Vergleichswert angestiegen. Zusätzlich wurden im 1. Halbjahr 2011 aufgrund einer grundlegenden Überarbeitung und Neugestaltung der Plattform einmalige Abschreibungen in Höhe von 799 Tsd. € auf nicht mehr genutzte Module vorgenommen. Davon sind etwa 600 Tsd. € durch den umfassenden Plattform-Relaunch im Juni 2011 entstanden.

Das EBIT beträgt damit 7,6 Mio. € im 1. Halbjahr 2011 nach 4,6 Mio. € im gleichen Vorjahreszeitraum. Unter Berücksichtigung des positiven Zinsergebnisses von 0,1 Mio. € (1. Halbjahr 2010 : 0,04 Mio. €) und des Ertragssteueraufwands von 2,7 Mio. € (1. Halbjahr 2010: 2,0 Mio. €) ergibt sich damit für das 1. Halbjahr 2011 fast eine Verdoppelung des Konzernergebnisses auf 5,1 Mio. € gegenüber 2,6 Mio. € im Vergleichszeitraum des Vorjahres.

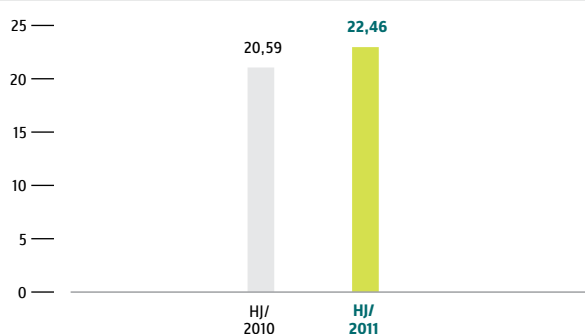
Entwicklung der Geschäftsbereiche

Entwicklung im Geschäftsbereich „Subscriptions“

Mit einem Halbjahresumsatz von 22,5 Mio. € generierte der Geschäftsbereich „Subscriptions“ rund 70 Prozent der Gesamterlöse. Im Vorjahreszeitraum 2010 machte das Kerngeschäft mit 20,6 Mio. € noch 80 Prozent der Gesamterlöse aus. Diese Entwicklung verdeutlicht, dass das Kerngeschäft auch weiterhin

Umsatz „Subscriptions“

in Mio. €



die größte Ertragssäule der XING AG ist. Wie erwartet verringert sich der relative Umsatzanteil zugunsten der dynamisch wachsenden neuen vertikalen Geschäftsbereiche. Die Zahl der Premium-Mitglieder erhöhte sich im 1. Halbjahr um knapp 24 Tausend auf 769 Tausend per Ende Juni 2011. Im 2. Quartal lag das Nettowachstum saisonal bedingt mit 10 Tausend neuen Premium-Mitgliedern auf Vorjahresniveau.

Entwicklung im Geschäftsbereich „E-Recruiting“

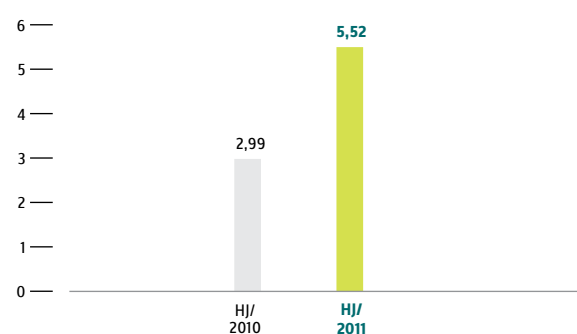
Das Segment „E-Recruiting“ entwickelte sich in der ersten Jahreshälfte 2011 weiter äußerst erfreulich und verzeichnete ein Umsatzwachstum von 85 Prozent auf 5,5 Mio. Euro gegenüber dem Vorjahreszeitraum.

Die XING AG baut ihre Position Schritt für Schritt aus: Vergleicht man die Bekanntheit verschiedener Social Recruiting-Lösungen, so genießen XING-Produkte eine so hohe Bekanntheit wie bei keinem anderen Anbieter - dies ergab eine jüngst im Auftrag von XING durchgeführte Befragung von Personalentscheidern.

Für die Personalbranche ist das Thema „Fachkräftemangel“ im laufenden Jahr die größte Herausforderung - so der Recruiting Report 2011 des Heidelberger Beratungshauses ICR. Mit XING nehmen mehr als 90 Tausend Personalverantwortliche diese Herausforderung an. Sie erreichen viele der Umworbene direkt

Umsatz „E-Recruiting“

in Mio. €



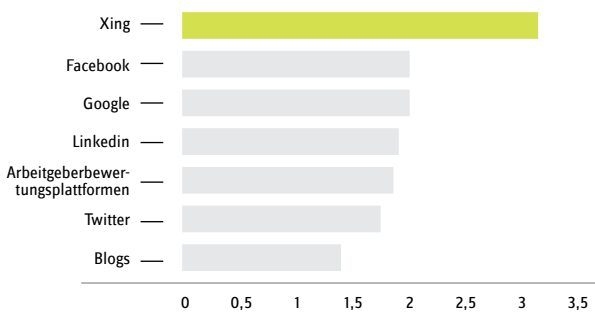
auf der Plattform, auch wenn diese sich noch gar nicht nach einer neuen Position umsehen. Im Zuge der grundlegenden Neuerungen im Juni führte XING auch Job-Empfehlungen ein, die den Mitgliedern in ihrem Newsfeed auf der Startseite angezeigt werden. So erreichen Stellenausschreibungen qualifizierte Kandidaten, die nicht aktiv suchen. Über 35 Prozent der XING-Mitglieder sind in höheren Führungspositionen.

Auch in der Schweiz sind soziale Netzwerke ein wichtiges HR-Thema, wie der 3. Trend Report der Prospective Media Services AG zeigt. Jeder fünfte Schweizer sucht eine Stelle über Social Networks, 78 Prozent der Deutschschweizer über XING. Der Bereich XING Jobs wurde in der ersten Jahreshälfte weiter optimiert. So können Firmen nun auch extern geschaltete Anzeigen auf XING einbinden und ihre Anzeigen einfacher und schneller formatieren.

Wer nach einer neuen Anstellung sucht, kann sich nicht nur in der Stellenbörse der Plattform umsehen. Die Neuigkeiten auf der Startseite, die interaktiv nutzbar sind, bieten effiziente Möglichkeiten für den Austausch und die Pflege der eigenen Reputation in der Business-Community. Die Inhalte aus den Bereichen „Events“ und „Gruppen“ werden dabei ebenfalls zur Pflege der Online-Reputation genutzt und beweisen: XING ist weit mehr als eine Ansammlung von Lebensläufen.

Social Media Nutzung

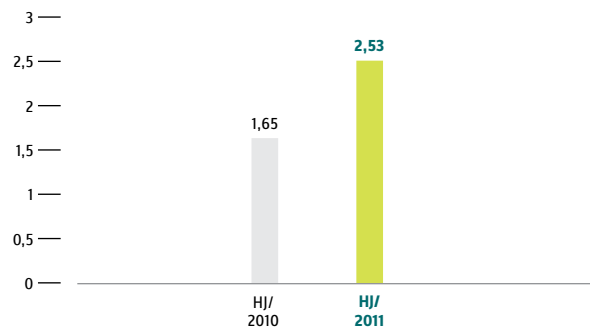
Befragung: In unserem Unternehmen nutzen wir für Recruiting:
1 = trifft gar nicht zu, 5 = trifft immer zu



Quelle: Institute for Corporate Recruiting; Recruiting Report June 2011

Umsatz „Advertising“

in Mio. €



Entwicklung im Geschäftsbereich „Advertising“

Der Geschäftsbereich „Advertising“ untergliedert sich in drei wesentliche Felder:

1. Advertising & Partnerships
2. Unternehmensprofile
3. Enterprise Groups

Advertising & Partnerships

Insgesamt haben sich die Bereiche hervorragend entwickelt. Der Halbjahresumsatz im Geschäftsbereich „Advertising“ stieg um mehr als 50 Prozent auf 2,53 Mio. € nach 1,65 Mio. € im Vorjahreszeitraum. Gegenüber dem Vorquartal konnte im 2. Quartal 2011 der Umsatz sogar um 40 Prozent ausgeweitet werden. Hier konnten neue B2B-Kunden gewonnen werden, die das neue Advertising-Produkt „Specials“ erstmals gebucht und erfolgreiche Kampagnen über XING vermarktet haben. Dieses Produkt wird zukünftig durch hohe punktuelle Umsätze zu stärkeren Schwankungen in den Quartalsumsätzen führen.

Darüber hinaus konnte zum Start des neuen XING ein Exklusivpartner akquiriert werden, der vier Tage lang sämtliche Werbeformen auf XING übernahm. Auch neue Werbeformate wie die „Activity Stream Headline“ sowie vier neue Werbeumfelder (Jobs, Events, Gruppen und Unternehmensprofile) wurden eingeführt.

Für die mobile Plattform wurden erstmals Werbeformate konzipiert, die im 3. Quartal in allen XING-Applikationen und mobilen Anwendungen integriert werden.

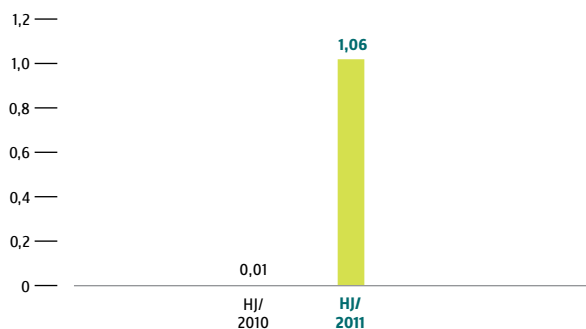
Unternehmensprofile

Zum Ende des 2. Quartals kann XING mehr als 70 Tausend Unternehmen verzeichnen, die ihr eigenes Profil auf der Plattform pflegen und verwalten. Die Spannweite der sich präsentierenden Unternehmen reicht vom Freiberufler über den Mittelständler bis hin zum internationalen Konzern. Des Weiteren wurde der Zugriff auf die verwalteten Unternehmensprofile über die Seite „Meine Unternehmen“ sowie die neue „XING-Leiste“ vereinfacht. Besonders Agenturen haben nun alle Profile ihrer Kunden auf einen Blick verfügbar.

Darüber hinaus nutzen Firmen die XING-Unternehmensprofile und Gruppen zum Employer Branding - ein Thema, das ebenso wie Social Media Recruiting im Vergleich zum Vorjahr deutlich an Bedeutung gewonnen hat. Wer bereits soziale Medien in der Personalarbeit einsetzt, nutzt dafür vor allem XING, dies ist ein weiteres Ergebnis des Recruiting Reports 2011 von ICR. Dieser Bereich birgt noch großes Potenzial - sowohl für Unternehmen als auch für XING. Entsprechend erweitert XING sein Angebot für Firmen, die professionelle Unterstützung suchen, um über soziale Medien geeignetes Personal zu finden.

Umsatz „New Verticals“ (Events)

in Mio. €



Enterprise Groups

Professionell moderierte und gestaltete Alumni- und B2B-Communities von namhaften Großkunden wachsen auf xing.com weiter. Im Bereich der Enterprise Groups konnten auch im vergangenen Quartal weitere internationale Partner gewonnen werden. Mit einer Enterprise Group sprechen sie z.B. Ihre Alumni, Kunden oder potentielle Kunden an und binden sie in einer Sub-Community auf xing.com. Unternehmen und Organisationen entdecken XING Enterprise Groups mehr und mehr, um ihre Zielgruppe der Business Professionals an der Stelle anzusprechen, an der sie aktiv ist. Zum Beispiel: <http://dell.xing.com/>.

Entwicklung im Geschäftsbereich „New Verticals“ (Events)

Seit Beginn des aktuellen Geschäftsjahres berichtet die XING AG erstmals über einen weiteren Geschäftsbereich: Unter „New Verticals“ wird seit Anfang Januar 2011 die Entwicklung des neu geschaffenen Event-Geschäfts erläutert. Der neue Bereich wird dabei direkt von der amiamo GmbH aus München geleitet. Mit der technischen Integration können auch Event-Veranstalter (Organizer) auf www.xing.com komfortabel Bezahl-Events einstellen und einen großen Teil der Wertschöpfungskette wie Einladungsmanagement, Ticketing usw. als Dienstleistung in Anspruch nehmen. Die von XING in Rechnung gestellten Gebühren von 5,9 Prozent des Ticketpreises sowie 0,99 € Einmalgebühr pro verkauftem Ticket sind in diesem neuen Geschäftsbereich die wesentlichen Umsatz- und Erlösquellen.

Eine aktuelle Umfrage unter 1.000 Eventveranstaltern weltweit belegt die Wichtigkeit von Social Media für das Event-Geschäft. 78 Prozent der Teilnehmer stufen Social Media als „Wichtig“ oder „Sehr wichtig“ ein. Dabei wollen 82 Prozent der befragten Veranstalter ihre Social Media-Aktivitäten in Zukunft ausbauen. Das vorrangige Ziel dabei ist die Steigerung der Bekanntheit. XING gehört bereits heute zu den drei wichtigsten Social Media-Kanälen für Eventveranstalter und hat in der ersten Jahreshälfte wichtige Meilensteine für den erfolgreichen Aufbau des Veranstaltungsgeschäfts gelegt. So wurden seit Jahresbeginn mehr als 20 Mitarbeiter eingestellt. Die signifikante Erweiterung der Offline-Sales-Aktivitäten und Etablierung eines professionellen Account-Managements konnten bereits in der ersten Jahreshälfte vollzogen werden.

Der Umsatz betrug 1,1 Mio. € in der ersten Jahreshälfte 2011. Aufgrund der Erstkonsolidierung seit Januar wird auf einen nicht aussagekräftigen Vorjahresvergleich verzichtet.

Vermögenslage

Zum Zwischenbilanzstichtag am 30. Juni 2011 lag der Wert der langfristigen Vermögenswerte bei 37,8 Mio. € (31. Dezember 2010: 31,0 Mio. €). Bei einem langfristig gebundenen Kapital von 75,2 Mio. € ergibt sich eine Überdeckung von 198,9 Prozent des langfristigen Kapitals über das langfristige Vermögen (31. Dezember 2010: 65,3 Mio. € entspricht 210,7 Prozent Überdeckung). Der Anstieg des Langfristvermögens ist im Wesentlichen bedingt durch die Akquisition der amiamo AG (+8,0 Mio. €). Das langfristige Kapital erhöhte sich überwiegend aufgrund des Halbjahresergebnisses 2011 (+5,1 Mio. €) und Kapitaleinzahlungen aus Aktienoptionsprogrammen (+4,1 Mio. €).

Die kurzfristigen Vermögenswerte erhöhten sich vor allem in Folge der Integration von amiamo einschließlich Erstkonsolidierung sowie des positiven Cashflows um 7,6 Mio. € (11,5 Prozent) auf 72,2 Mio. € (31. Dezember 2010: 64,6 Mio. €). Die Veränderung der kurzfristigen Verbindlichkeiten resultiert aus einem Anstieg durch die amiamo-Integration und zusätzliche Erlösgrenzungen, denen umfangreiche Steuerzahlungen

gegenüberstehen. Insgesamt ergibt sich ein Anstieg von 4,6 Mio. € (15,1 Prozent) auf 34,8 Mio. € (31. Dezember 2010: 30,2 Mio. €).

Damit hat sich die Bilanzsumme zum Stichtag gegenüber dem 31. Dezember 2010 (95,6 Mio. €) um 14,4 Mio. € (15,1 Prozent) auf 110,0 Mio. € erhöht. Der Bestand an liquiden eigenen Mitteln stieg um 3,2 Mio. € auf 62,2 Mio. € (31. Dezember 2010: 59,0 Mio. €) und beträgt 56,5 Prozent der Bilanzsumme. Erstmals werden Fremdzahlungsmittel in der Bilanz ausgewiesen (2,1 Mio. €). Hierbei handelt es sich um von der amiamo treuhänderisch vereinnahmte Kundenzahlungen für Veranstaltungstickets, die nach der jeweiligen Veranstaltung an die Organizer auszukehren sind.

Finanzlage

In den ersten sechs Monaten des Jahres 2011 erzielte der XING-Konzern einen **Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit** in Höhe von 6,7 Mio. € gegenüber 14,2 Mio. € im 1. Halbjahr 2010. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass der operative Cashflow des Vorjahres durch erfolgreiche Nachverhandlung eines für die Gesellschaft ungünstigen Dienstleistervertrags rund 3,5 Mio. € einmalig zugeflossen sind. Darüber hinaus wurden Steuerzahlungen für das Jahr 2010 in Höhe von 3,3 Mio. € erst im 1. Halbjahr 2011 bezahlt.

Der **Cashflow aus Investitionstätigkeit** betrug im 1. Halbjahr 2011 -7,6 Mio. € (Vorjahr: -3,2 Mio. €). Die Zunahme betrifft im Wesentlichen die Akquisition der amiamo (-5,1 Mio. €).

Der Cashflow aus Finanzierungstätigkeit im 1. Halbjahr 2011 beläuft sich auf 4,0 Mio. €. Im Vergleichszeitraum 2010 betrug der Cashflow aus Finanzierungstätigkeit 0,0 Mio. €. Die Zunahme beruht vor allem auf Kapitalerhöhungen aufgrund von ausgeübten Aktienoptionen.

Zum Ende der Periode beliefen sich die **liquiden Eigenmittel** des XING-Konzerns auf 62,2 Mio. € gegenüber 59,0 Mio. € am Ende des 1. Halbjahres 2010. Zusätzlich werden 2,1 Mio. € Fremdmittel aufgrund des erworbenen Event-Geschäfts verwaltet.

Die Cashflow-Marge ist mit 21,0 Prozent (Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit/Gesamte Betriebserträge) durch negative Sonderfaktoren wie die periodenfremden Steuerzahlungen für das Geschäftsjahr 2010 beeinflusst. Ohne diesen Effekt beträgt die Cashflow-Marge rund 31 Prozent im 1. Halbjahr 2011. Dies bestätigt die Werthaltigkeit des Geschäfts und ermöglicht weitere Wachstumsinvestitionen.

Mit einer Eigenkapitalquote von 64,5 Prozent zum 30. Juni 2011 (64,0 Prozent zum 31. Dezember 2010) ist der XING-Konzern nach wie vor überwiegend durch Eigenkapital finanziert. Dies stellt eine solide Basis dar, die der Gesellschaft auch bei möglichen negativen Entwicklungen eine hohe Stabilität verleiht.

Wichtiger Hinweis zur Darstellung der Kapitalflussrechnung:

Mit der Akquisition der amiamo AG und dem starken Ausbau des „Events-Verticals“ hat sich die Aussagekraft der nach den Internationalen Rechnungslegungsstandards (IFRS) aufgestellten Kapitalflussrechnung der XING AG verringert. Die Gesellschaft weist seit Januar unter der Bezeichnung „Fremdfinanzmittelbestand“ Barmittelleingänge bzw. -positionen aus, auf die sie keinen Zugriff hat.

Beispiel:

Der Veranstalter (Organizer) eines Events, das im 3. Quartal 2011 stattfinden soll, verkauft im 2. Quartal 50 Tickets zu je 100 € (inkl. der Gebühren von 5,9 Prozent und 0,99 €/Ticket = 5.000 € insgesamt). Entsprechend beträgt der Free Cashflow nach IFRS im 2. Quartal +5 Tsd. €. Nach dem Event zahlt amiamo dem Veranstalter die Erlöse durch den Ticketverkauf aus und behält die entsprechenden Gebühren ein. Es fließen in diesem Beispiel also 55,4 € an amiamo bzw. die XING AG und 4.944,6 € an den Eventveranstalter. In der IFRS-Darstellung entsteht im 3. Quartal also ein negativer Free Cashflow von -4.944,6 €. Wir haben uns daher entschieden, in der begleitenden Anlegerkommunikation den sogenannten „Organizer-Cash“ aus der Kapitalmarktrechnung zu bereinigen sowie die Transparenz der IFRS-Kapitalflussrechnung durch den Ausweis des Fremd-Finanzmittelbestands zu erhöhen.

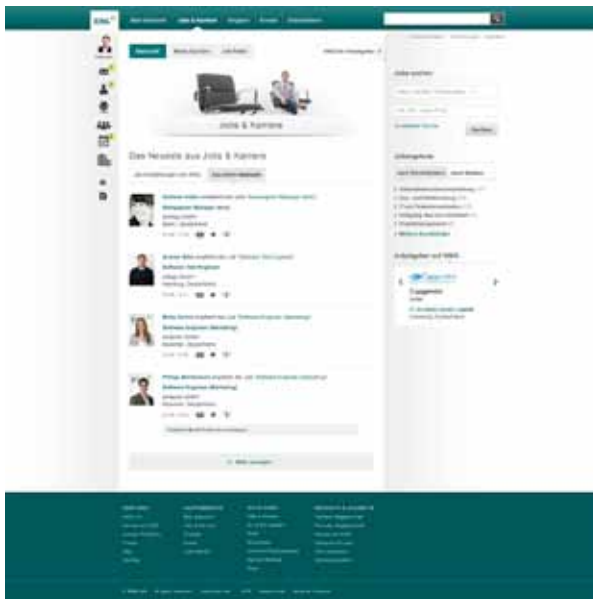
Produktinnovationen

Grundlegender Umbau: die eigenen Kontakte stets im Fokus

XING präsentiert sich seit Anfang Juni mit einer rundum überarbeiteten Informationsarchitektur. Der Aufbau der Plattform wurde deutlich vereinfacht, die Struktur übersichtlicher gestaltet. Den Neuerungen waren monatelange Nutzertests vorausgegangen, um die Bedienung sowohl für Neulinge als auch für langjährige XING-Mitglieder so intuitiv wie möglich zu gestalten. Dazu führte die XING AG mehr als 100 Interviews und Usability-Tests durch.

Neues aus dem Netzwerk im Fokus

Die Neuigkeiten aus dem eigenen Netzwerk sind durch den Umbau zur zentralen Säule der Plattform geworden. Sie stehen nicht nur auf der Startseite im Mittelpunkt. Im Events-Bereich etwa sehen Mitglieder die Veranstaltungen, zu denen die eigenen Kontakte gehen und im Reiter „Jobs & Karriere“ werden den Nutzern Einträge aus ihrem Netzwerk zu passenden offenen Stellen angezeigt.



Schlankte Hauptnavigation

Die Hauptnavigation wurde auf fünf wesentliche Bereiche reduziert: Mein Netzwerk, Jobs & Karriere, Gruppen, Events sowie Unternehmen. Generell erinnert das neue Design an mobile Applikationen und das aus gutem Grund. Denn das rasante Wachstum mobiler Anwendungen hat die Anforderungen der Nutzer an Internetangebote verändert. Gefordert ist heute ein klares, auf das Wesentliche reduziertes Design.



XING-Leiste: Persönliches stets im Blick

Die neue XING-Leiste ist links auf der Plattform angeordnet und stets zu erreichen, egal auf welcher Seite sich das Mitglied gerade befindet. Sie umfasst die Funktionen, die den Nutzer persönlich betreffen, wie Nachrichten, Kontaktanfragen oder Einstellungen. Sobald neue Meldungen für Mitglieder vorliegen, werden sie über die XING-Leiste direkt benachrichtigt und können sofort reagieren.



XING gibt Empfehlungen

In den Neuigkeiten des eigenen Netzwerks erscheinen jetzt auch Empfehlungen von XING, die auf das Mitglied zugeschnitten sind, wie beispielsweise passende Jobs oder Hinweise zur besseren Profilgestaltung. Auch das Profil wurde im Zuge der Neuerungen umgestaltet: Beispielsweise sind die „Über Mich“-Seite und Gruppen-Mitgliedschaften stärker in den Fokus gerückt. Diese Informationen dienen auch der Pflege der eigenen Online-Reputation.

Interaktionsfunktionen in Mobile Web App integriert

XING-Mitglieder können sich auch von unterwegs mit ihrem Netzwerk austauschen und nutzen dabei jetzt dieselben Kommunikationsmöglichkeiten wie am Desktop. Die im Frühjahr an den Start gegangene Mobile Web App wurde um die entsprechenden Funktionen erweitert. Die App lässt sich unter „touch.xing.com“ mit allen HTML-5-fähigen Browsern aufrufen.

Seit Ende Juni können XING-Mitglieder auch per Windows Phone 7 durch eine native Anwendung mobil auf ihr Geschäftsnetzwerk zugreifen.

Forschung und Produktentwicklung

Im 2. Quartal 2011 wurde die lange bewährte Agilität in der Entwicklung sowie das Vorgehen, spezialisierte Entwicklungsteams einzusetzen konsequent weiter verfolgt. Hierbei konnten neue Ansätze zur firmenübergreifenden Projektdurchführung etabliert werden.

Das abgelaufene Quartal war produktseitig geprägt von einer technischen und konzeptuellen Grunderneuerung der Plattform. Um dies zu erreichen, wurde der Quellcode grundlegend überarbeitet. Die Frontend-Entwickler verfügen jetzt in der Folge über eine leistungsstarke und leicht erweiterbare Architektur. Zunächst wurde hierfür ein umfassendes Set an Code-Mustern zusammengestellt, die auf allen Seiten der XING-Plattform eingesetzt wurden. Diese Muster wurden allen Entwicklern in einer Bibliothek zur Verfügung gestellt, welche sie nun täglich nutzen. So passen z.B. Frontend-Entwickler die eingesetzten Bibliothekskomponenten nur wenn nötig den aktuellen Bedürfnissen an. Dies bedeutet eine deutliche Effizienz-Steigerung bei der Code-Entwicklung bei gleichzeitiger Sicherstellung eines einheitlichen Designs. Damit wurde eine Voraussetzung dafür geschaffen, dass neue Features künftig schneller und einfacher umgesetzt werden können. Im 2. Quartal standen folgende Themen im Mittelpunkt:

▪ Die Aufwertung des XING-Kernbereichs durch:

- neue Seitenstruktur und vereinfachte Navigation, die insbesondere neu gewonnenen Nutzern einen schnellen Einstieg ermöglichen
- neue XING-Leiste als Navigations-Element, das jederzeit einen Schnellzugriff und zügige Bearbeitung aller relevanten Inhalte bietet
- News-Feeds als zentrales Paradigma auf allen zentralen Seiten (Netzwerk, Jobs, Events, Gruppen, Firmen) bieten Aktualität und Interagierbarkeit mit Neuigkeiten aller Bereiche
- kleine Profilvorschau mit Kontaktmöglichkeiten beim Anvisieren von Nutzern mit dem Mauszeiger

- die Möglichkeit für sowohl Basis- als auch Premium-Mitglieder, Statusmeldungen und Event-Teilnahmen nach Wunsch auszublenden und zu filtern
- personalisierte Empfehlungen, die jedem Nutzer zugespielt werden (Kontaktmöglichkeiten, Events, Jobs, Gruppen)
- technisch veraltete und wirtschaftlich unrentable Bereiche wie etwa opensocial Apps oder spezielle internationale Mitgliedschaften wurden mit dem Launch im Juni reibungslos außer Betrieb genommen

▪ **technische Integration von amiando in die bestehende Eventlösung**

▪ **neues Advertising-Format: Eine hochwertige, einzeilig buchbare Textanzeige auf der Startseite oberhalb der Sub-Navigation konnte etabliert werden.**

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

- neue Android Market Version 3.2 der XING App mit einer Synchronisation der XING-Kontakte mit dem Telefon-Adressbuch
- neue XING App für Windows Phone 7.

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 Architekturteams sorgen hierbei für zukunftssichere Architekturen und aktuelle Versionsstände der verwendeten Technologien im Frontend und in der Applikationsstruktur der Plattform. Ebenso wurde für den Zukunftsbereich „Mobile“ ein personell starkes Team aufgestellt.

Risikobericht

Die permanente Überwachung und das Management von Risiken sind zentrale Aufgaben jedes börsennotierten Unternehmens. Zu diesem Zweck hat XING das nach § 91 Abs. 2 AktG erforderliche Risikofrüherkennungssystem implementiert und entwickelt es vor dem Hintergrund aktueller Markt- und Unternehmensgegebenheiten fortlaufend weiter. Der Konzernabschlussprüfer hat die Funktionsfähigkeit des Systems bestätigt. Jeder einzelne Mitarbeiter ist aufgefordert, aktiv potenzielle Schäden vom Unternehmen abzuwenden. Seine Aufgabe ist es, alle Gefahren in seinem Verantwortungsbereich unverzüglich zu beseitigen und bei Hinweisen auf entstehende oder existierende Risiken umgehend die entsprechenden Ansprechpartner zu informieren. Voraussetzung hierfür ist die Kenntnis des Risikomanagementsystems und ein möglichst hohes Risikobewusstsein der Mitarbeiter. Aus diesem Grund macht XING die 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 Rahmen von quartalsweisen Risikoinventuren bzw. Statusabfragen werden die Risikoverantwortlichen und Führungskräfte zum Status bestehender Risiken und zur Identifizierung neuer Risiken befragt.

Chancen- und Prognosebericht

Zukünftige Ausrichtung

Der Social Networking-Markt gehört nach Einschätzung des Managements zu den dynamischsten und am schnellsten wachsenden Branchen weltweit. Entsprechend schnell und flexibel müssen Unternehmen wie XING auf neue Marktgegebenheiten und Veränderungen reagieren, Chancen nutzen sowie die strategische Ausrichtung anpassen können. Standen im Jahr 2010 die Wachstumsbeschleunigung im Bereich Basis-Mitglieder und die weitere Diversifizierung des Geschäfts (amiando-Akquisition) im Vordergrund der Aktivitäten, wird sich die Gesellschaft im Geschäftsjahr 2011 auf folgende drei Bereiche konzentrieren:

1. die Gewinnung neuer Mitglieder in der D-A-CH-Region und Steigerung der Mitgliederaktivität,
2. die Erweiterung des Premium-Modells und Verbesserung der Konvertierungsraten von Basis- zu Premium-Mitgliedschaften,
3. der konsequente Ausbau sowie die Weiterentwicklung der vertikalen Erlösquellen.

Erwartete Branchenentwicklung

Etwa 30 Prozent der gesamten Weltbevölkerung nutzen derzeit das Internet (www.internetworldstats.com). Allein in Deutschland beträgt die Zahl der Internetnutzer nach einer Onlinestudie von ARD und ZDF rund 50 Millionen. Die Gesellschaft geht davon aus, dass weltweit sowie auch in den deutschsprachigen Kernmärkten die Zahl der Internetnutzer und Breitbandanschlüsse weiter ansteigen wird.

Als zentraler Branchentrend wird der rasante Aufstieg des Mobiles Webs von allen Experten in den kommenden Jahren gesehen. Morgan Stanley prognostiziert, dass bereits 2012 mehr Smartphones als PCs verkauft werden. Der Durchbruch von UMTS sowie die Zunahme an leistungsfähigen mobilen Endgeräten führen nach Einschätzung der Experten dazu, dass in weniger als fünf Jahren das mobile Web stärker als das Desktop-Internet genutzt wird.

Chancenbericht

Die XING AG hat in den vergangenen Jahren eine große Community mit mehr als 11 Millionen Menschen aufgebaut. Allein 4,9 Millionen Mitglieder pflegen ihr geschäftliches und berufliches Netzwerk im deutschsprachigen Kernmarkt. Nichtsdestotrotz liegt die Durchdringung von XING in der D-A-CH-Region gerade mal bei fünf Prozent. Hieraus ergeben sich zahlreiche Chancen für die einzelnen Geschäftsbereiche:

Subscriptions: Mit mehr als 741 Tausend Premium-Mitgliedern in der D-A-CH-Region hat die XING AG eine große und solide Erlösquelle etabliert. Das relative Umsatzwachstum hat sich in den vergangenen Jahren verlangsamt. Allerdings sieht die Gesellschaft auch im Kerngeschäft eine Vielzahl von Chancen, diesen Geschäftsbereich auch in den kommenden Jahren weiter auszubauen. So kann die Gesellschaft einerseits mit neuen Mitgliedschaftsmodellen und andererseits durch die Implementierung eines professionellen Customer-Value-Management-Bereichs das Wachstum der zahlenden Mitglieder mittel- bis langfristig wieder beschleunigen.

E-Recruiting: Der Geschäftsbereich, der die Vermarktung von Stellenangeboten sowie professionelle Recruiter-Mitgliedschaften auf XING umfasst, gehört nach Einschätzung der Gesellschaft zu den wachstumsstärksten Bereichen der XING AG. Seit Ende des 4. Quartals 2009 bietet die XING AG professionelle Angebote in diesem Bereich und ermöglicht es Personal-suchenden, eine große und zugleich wertvolle Zielgruppe von Business Professionals insbesondere im deutschsprachigen Raum zu erreichen. Social Media-Recruitment wird nach Auffassung der Gesellschaft heute noch längst nicht von der breiten Masse der Unternehmen genutzt. Hier sieht das Unternehmen große Chancen mit zunehmender Durchdringung und einer anhaltenden wirtschaftlichen Erholung, Umsätze und Erträge in diesem Bereich mittelfristig deutlich auszuweiten.

Advertising: Der gemessen am Umsatzanteil kleinste Geschäftsbereich wird kurz- bis mittelfristig durch einen hohen Grad an Professionalisierung neue Umsatzpotenziale erschließen können. Das Advertising-Team wird 2011 weiter verstärkt, sodass zahlreiche Projekte (u.a. Mobile Advertising oder neue Anzeigenformate) zur Umsatzausweitung in diesem Bereich initiiert werden können.

New Verticals (Events): Mit der Akquisition der amiando AG aus München (Dezember 2010 mit Wirkung zum 1. Januar 2011) eröffnen sich weitere Chancen, das Umsatzwachstum in den kommenden Jahren zu beschleunigen. Dieses Jahr werden mehr als 170 Tausend Events von Mitgliedern für Mitglieder über die XING-Plattform organisiert. Etwa ein Drittel sind sogenannte „Paid-Events“, für die Mitglieder bei Teilnahme eine Gebühr entrichten müssen.

Hier hat die Gesellschaft im 1. Halbjahr 2011 durch professionelle Lösungen u.a. im Bereich Event-Fulfillment und Ticket-Sales erstmals nennenswerte Umsätze generiert. Das Geschäft wird in 2011 planmäßig Anlaufverluste generieren.

Voraussichtliche Entwicklung der Ertragslage

Für die kommenden zwei Geschäftsjahre ist die Unternehmensführung weiter optimistisch. Die Gesellschaft hat im abgelaufenen Geschäftsjahr wie oben dargestellt wichtige Meilensteine in den einzelnen Geschäftsbereichen erreicht, die eine positive Umsatz- und Ergebnisentwicklung erwarten lassen.

Erwartete Umsatzentwicklung der Geschäftsbereiche

Für das Geschäftsfeld „Subscriptions“ erwartet die Gesellschaft weiterhin ein solides Wachstum. Der relative Anteil am Gesamtumsatz wird sich in den kommenden Jahren durch das erwartete überproportional starke Wachstum der Geschäftsbereiche „E-Recruiting“, „Advertising“ und „Sonstige (Events)“ vermutlich weiter verringern. Damit wird die Gesellschaft ihr Geschäft sukzessive auf mehrere Standbeine und Erlösquellen diversifizieren und somit auch die Risiken der künftigen Geschäftsentwicklung reduzieren.

Auf Konzern-Ebene erwartet die Gesellschaft in den kommenden Jahren eine deutliche Steigerung der Umsätze und des um Sondereinflüsse bereinigten Ergebnisses (EBITDA). Zu bereinigende Sondereinflüsse sind beispielsweise Restrukturierungsaufwendungen, Veräußerungsergebnisse, Wertminderungsaufwendungen, weitere nicht operative Aufwendungen sowie weitere nicht operative Erträge. Bei den Sondereinflüssen handelt es sich um einmalig bzw. selten auftretende positive oder negative Effekte, die in ihrer Art und Höhe ungewöhnlich sowie von wesentlicher Bedeutung sind und damit das Ergebnis der Geschäftstätigkeit überlagern.

Erwartete Finanz- und Liquiditätslage

Das Management der XING AG sieht die Finanzierung und Liquidität des Konzerns auch in den kommenden zwei Geschäftsjahren auf einer gesicherten Basis. Die XING AG ist schuldenfrei und kann mit Hilfe der zur Verfügung stehenden liquiden Mittel sehr flexibel und schnell auf mögliche Opportunitäten zur Erweiterung des Geschäfts reagieren. So werden wir auch in den kommenden Geschäftsjahren in den Aufbau technologischer Infrastruktur (Soft- und Hardware) investieren. Dabei wird für die Jahre 2011 und 2012 mit einem jährlichen Investitionsvolumen im einstelligen Millionenbereich geplant.

Hamburg, im August 2011

Der Vorstand

Dr. Stefan Groß-Selbeck

Ingo Chu

Dr. Helmut Becker

Jens Pape

KONZERN-ZWISCHENABSCHLUSS

für das 1. Halbjahr vom 1. Januar bis 30. Juni 2011

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

für das 1. Halbjahr vom 1. Januar bis 30. Juni 2011

in Tsd. €	01.01.2011 – 30.06.2011	01.01.2010 – 30.06.2010	01.04.2011 – 30.06.2011	01.04.2010 – 30.06.2010
Umsatzerlöse aus Dienstleistungen	31.588	25.265	16.171	12.948
Sonstige betriebliche Erträge	391	594	157	313
Gesamte Betriebserträge	31.979	25.859	16.328	13.261
Personalaufwand	-11.123	-9.690	-5.675	-4.946
Marketingaufwand	-2.492	-3.115	-1.353	-1.487
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-7.070	-6.010	-3.629	-3.086
EBITDA	11.294	7.044	5.671	3.742
Abschreibungen	-3.651	-2.442	-2.184	-1.208
EBIT	7.643	4.602	3.487	2.534
Finanzerträge	97	39	65	19
Finanzaufwendungen	0	0	0	0
EBT	7.740	4.641	3.552	2.553
Ertragsteuern	-2.676	-2.038	-1.183	-1.207
Gesamt-Konzernergebnis	5.064	2.603	2.369	1.346
Ergebnis je Aktie (unverwässert) in €	0,94	0,50	0,44	0,26
Ergebnis je Aktie (verwässert) in €	0,93	0,50	0,43	0,26

Konzern-Gesamtergebnisrechnung

für das 1. Halbjahr vom 1. Januar bis 30. Juni 2011

in Tsd. €	01.01.2011 - 30.06.2011	01.01.2010 - 30.06.2010	01.04.2011 - 30.06.2011	01.04.2010 - 30.06.2010
Jahresüberschuss	5.064	2.603	2.369	1.346
Unterschiede aus der Währungsumrechnung	-11	17	-2	10
Sonstiges Ergebnis	-11	17	-2	10
Gesamtergebnis	5.053	2.620	2.367	1.356

Konzern-Bilanz

zum 30. Juni 2011

Aktiva in Tsd. €	30.06.2011	31.12.2010
Langfristige Vermögenswerte		
Immaterielle Vermögenswerte		
Erworbene Software	2.468	2.969
Selbstentwickelte Software	7.422	7.416
Geschäfts- oder Firmenwerte	21.363	13.440
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	2.698	3.368
Sachanlagen		
Mietereinbauten	878	883
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	2.423	2.012
Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	0	350
Finanzanlagen		
Beteiligungen	50	50
Andere finanzielle Vermögenswerte	23	35
Latente Steueransprüche	490	485
	37.815	31.008
Kurzfristige Vermögenswerte		
Forderungen und sonstige Vermögenswerte		
Forderungen aus Dienstleistungen	5.355	4.573
Ertragsteuerforderungen	0	139
Sonstige Vermögenswerte	2.620	825
Zahlungsmittel und kurzfristige Einlagen		
Eigene Zahlungsmittel und kurzfristige Einlagen	62.154	59.036
Fremd-Zahlungsmittel	2.067	0
	72.196	64.573
	110.011	95.581

Passiva in Tsd. €	30.06.2011	31.12.2010
Eigenkapital		
Gezeichnetes Kapital	5.394	5.292
Eigene Aktien	-2.291	-3.041
Kapitalrücklagen	32.971	29.586
Sonstige Rücklagen	15.323	14.867
Bilanzgewinn	19.539	14.475
	70.936	61.179
Langfristige Verbindlichkeiten		
Latente Steuerverbindlichkeiten	2.804	2.831
Erlösabgrenzung	1.460	1.337
	4.264	4.168
Kurzfristige Verbindlichkeiten		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	329	514
Erlösabgrenzung	21.972	18.893
Ertragsteuerverbindlichkeiten	341	4.884
Sonstige Verbindlichkeiten	12.169	5.943
	34.811	30.234
	110.011	95.581

Konzern-Kapitalflussrechnung

für das 1. Halbjahr 2011 zum 30. Juni 2011

in Tsd. €	01.01.2011 - 30.06.2011	01.01.2010 - 30.06.2010
Ergebnis vor Steuern	7.740	4.641
Abschreibungen auf aktivierte Entwicklungskosten	1.651	822
Abschreibungen	2.000	1.620
Personalkosten Aktienoptionsprogramm	467	639
Zinserträge	-95	-39
Erhaltene Zinsen	95	39
Zinsaufwendungen	0	0
Gezahlte Steuern	-7.141	-383
Gewinn aus Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens	0	0
Veränderung der Forderungen und sonstiger Aktiva	-1.599	3.232
Veränderung der Verbindlichkeiten und sonstiger Passiva	2.936	314
Veränderungen der sonstigen Aktiva und Passiva durch die Akquisition konsolidierter Unternehmen	-1.802	0
Veränderung der Erlösabgrenzung	3.202	3.341
Eliminierung amianto Fremdverpflichtung	-724	0
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	6.730	14.226
Auszahlung für aktivierte Aufwendungen selbstentwickelter Software	-1.359	-1.393
Auszahlung für den Erwerb von Software	-402	-464
Auszahlungen für den Erwerb von sonstigen immateriellen Vermögenswerten	-25	-700
Einzahlungen aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens	0	0
Auszahlungen für den Erwerb von Sachanlagen	-754	-617
Auszahlung für die Akquisition konsolidierter Unternehmen	-5.074	0
Auszahlungen für Investitionen in andere finanzielle Vermögenswerte	0	0
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-7.614	-3.174

in Tsd. €	01.01.2011 – 30.06.2011	01.01.2010 – 30.06.2010
Kapitalerhöhungen	3.273	0
Erträge aus der Veräußerung eigener Aktien	750	0
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	4.023	0
Differenzen aus der Währungsumrechnung	-21	17
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelbestands	3.118	11.069
Eigen-Finanzmittelbestand zu Beginn der Periode	59.036	42.862
Eigen-Finanzmittelbestand am Ende der Periode¹⁾	62.154	53.931
Fremd-Finanzmittelbestand zu Beginn der Periode	0	0
Konsolidierungsbedingte Zuführung des Fremd-Finanzmittelbestandes	1.343	0
Veränderung des Fremdmittelbestands	724	0
Fremd-Finanzmittelbestand am Ende der Periode	2.067	0

¹⁾ Finanzmittel bestehen aus liquiden Mitteln.

Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung

für das 1. Halbjahr 2011 zum 30. Juni 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 30.06.2010	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	102	3.385	0
Zuführungen aus Aktienoptionsprogramm	0	0	750
Stand 30.06.2011	5.394	32.971	-2.291

	Sonstige Rücklagen	Bilanz-gewinn	Eigenkapital gesamt
	2.607	7.264	52.688
	17	0	17
	17	0	17
	0	2.603	2.603
	17	2.603	2.620
	639	0	639
	3.263	9.867	55.947
	14.867	14.475	61.179
	-11	0	-11
	-11	0	-11
	0	5.064	5.064
	-11	5.064	5.053
	0	0	0
	0	0	3.487
	467	0	1.217
	15.323	19.539	70.936

Erläuterungen zum Konzern-Zwischenabschluss

für das 1. Halbjahr vom 1. Januar bis 30. Juni 2011

Grundlagen der Abschlusserstellung sowie Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Der verkürzte Konzern-Zwischenabschluss für das am 30. Juni 2011 endende Halbjahr wurde in Übereinstimmung mit dem von der EU verabschiedeten International Financial Reporting Standard für Zwischenabschlüsse (IAS 34) erstellt. Der verkürzte Konzern-Zwischenabschluss enthält nicht alle für den Konzernabschluss zum Geschäftsjahresende erforderlichen Informationen und Angaben und ist daher in Verbindung mit dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2010 zu lesen.

Der Betrachtungszeitraum umfasst den Zeitraum vom 1. Januar 2011 bis zum 30. Juni 2011. Als Vergleichsperiode wird der Zeitraum vom 1. Januar 2010 bis zum 30. Juni 2010 dargestellt.

Die angewandten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden des verkürzten Konzern-Zwischenabschlusses entsprechen den angewandten Methoden im Konzernabschluss zum 31. Dezember 2010. Eine Ausnahme von diesem Grundsatz bilden folgende zum 1. Januar 2011 erstmals angewandte Standards und Interpretationen:

IAS 24 Angaben über Beziehungen zu nahestehenden Unternehmen und Personen (überarbeitet 2009)

Der IASB hat eine Änderung des IAS 24 veröffentlicht. Darin wurden zum einen die Definition der nahestehenden Unternehmen und Personen überarbeitet, um die Identifizierung von Beziehungen zu nahestehenden Unternehmen und Personen zu erleichtern. Die neue Definition folgt einer symmetrischen Sichtweise der Beziehungen zu nahestehenden Unternehmen und Personen und stellt klar, in welchen Fällen bzw. unter welchen Umständen Personen und Mitglieder des Managements in Schlüsselpositionen Beziehungen zu nahestehenden Unternehmen und Personen des Unternehmens begründen. Der überarbeitete Standard beinhaltet zum anderen eine partielle Befreiung von einer öffentlichen Stelle nahestehenden Unternehmen von der Abgabepflicht über Geschäftsvorfälle mit dieser Stelle und mit Unternehmen, die von dieser öffentlichen Stelle

beherrscht, gemeinschaftlich geführt oder maßgeblich beeinflusst werden. Die Anwendung des überarbeiteten IAS 24 hatte keine Auswirkung auf die Erstellung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns.

Änderung von IAS 32 - Klassifizierung von Bezugsrechten

Durch die Änderung von IAS 32 wurde die Definition einer finanziellen Verbindlichkeit angepasst, um die Einstufung bestimmter Bezugsrechte (sowie bestimmter Optionen und Optionsscheine) als Eigenkapital dann zu ermöglichen, wenn das Unternehmen diese Rechte allen gegenwärtigen Eigentümern derselben Klasse seiner nicht-derivativen Eigenkapitalinstrumente anbietet, um eine feste Anzahl von Eigenkapitalinstrumenten des Unternehmens zu einem festen Betrag in einer beliebigen Währung zu erwerben. Diese Änderung hatte keine Auswirkung auf die Erstellung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns.

Änderung von IFRIC 14 - Vorauszahlungen im Rahmen von Mindestdotierungsverpflichtungen

Die Anwendung der im Juli 2007 veröffentlichten Interpretation von IFRIC 14 hatte für Unternehmen, die Mindestdotierungsverpflichtungen unterliegen und vorzeitige Leistungen zur Deckung dieser Verpflichtungen abführen, teilweise nicht beabsichtigte Konsequenzen. Die Änderung gestattet es den Unternehmen, eine Vorauszahlung von künftigem Dienstzeitaufwand als Vermögenswert zu erfassen. Da der Konzern keinen Mindestdotierungsverpflichtungen unterliegt, hatte die Änderung der Interpretation keine Auswirkung auf die Erstellung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns.

Verbesserungen zu IFRS (veröffentlicht im Mai 2010)

Im Mai 2010 veröffentlichte der IASB seinen dritten Sammelstandard zur Änderung verschiedener IFRS mit dem Ziel, Inkonsistenzen zu beseitigen und Formulierungen klarzustellen. Der Sammelstandard sieht für jeden geänderten IFRS eine Übergangsregelung vor. Die Anwendung folgender Neuregelungen führte zwar zu Änderungen von Rechnungslegungsmethoden, hatte jedoch keine Auswirkungen auf die Darstellung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns:

IFRS 3 Unternehmenszusammenschlüsse: Die für nicht beherrschende Anteile bestehende Bewertungsoption wurde eingeschränkt. Es dürfen nur solche Bestandteile der Anteile ohne beherrschenden Einfluss zum beizulegenden Zeitwert oder zum proportionalen Anteil des gegenwärtigen Eigentumsrechts am identifizierbaren Nettovermögen des erworbenen Unternehmens bewertet werden, die ein gegenwärtiges Eigentumsrecht und im Falle einer Liquidation für den Inhaber einen anteiligen Anspruch am Nettovermögen des Unternehmens begründen. Andere Bestandteile sind zum beizulegenden Zeitwert zum Erwerbszeitpunkt zu bewerten.

IFRS 7 Finanzinstrumente – Angaben: Die Änderung soll die Angaben vereinfachen, indem der Umfang der Angaben zu gehaltenen Sicherheiten verringert wird und eine Verbesserung der Angaben durch eine Ergänzung quantitativer Informationen durch qualitative Angaben herbeigeführt wird. Da der Konzern keine entsprechenden Finanzinstrumente hält, ist eine derartige Angabe im Anhang nicht erfolgt.

IAS 1 Darstellung des Abschlusses: Die Änderung stellt klar, dass die Analyse des sonstigen Ergebnisses für einzelne Eigenkapitalbestandteile entweder in der Eigenkapitalveränderungsrechnung oder im Anhang zu erfolgen hat. Der Konzern stellt diese Analyse in der Eigenkapitalveränderungsrechnung dar.

IAS 34 Zwischenberichterstattung: Die Änderung fordert für die Zwischenberichterstattung zusätzliche Angaben zu den beizulegenden Zeitwerten und Umwidmung von finanziellen Vermögenswerten sowie zu Änderungen bei Eventualverbindlichkeiten und Eventualforderungen. Der Konzern stellt diese Änderungen unter dem Punkt „Eventualverbindlichkeiten“ im Anhang dar.

Folgende Neuregelungen in den Verbesserungen zu IFRS haben keine Auswirkungen auf die Rechnungslegungsmethoden und die Darstellung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns:

IFRS 3 Unternehmenszusammenschlüsse – Klarstellung, dass bedingte Gegenleistungen aus Unternehmenszusammenschlüssen, die vor der Anwendung des IFRS 3 (überarbeitet 2008) stattgefunden haben, in Übereinstimmung mit IFRS 3 (2004) bilanziert werden müssen.

IFRS 3 Unternehmenszusammenschlüsse – Nicht ersetzte und freiwillig ersetzte anteilsbasierte Vergütungspläne und ihre Behandlung bei der Bilanzierung des Unternehmenszusammenschlusses.

IAS 27 Konzern- und Einzelabschlüsse – Anwendung von Übergangsvorschriften des IAS 27 (überarbeitet 2008) auf die Folgeänderungen in anderen Standards.

IFRIC 13 Kundenbindungsprogramme – Berücksichtigung von sonstigen den Kunden, die keine Prämiegutschriften aus einem ursprünglichen Verkauf erworben haben, gewährten Skonti und Anreizen bei der Bestimmung des beizulegenden Zeitwertes einer Prämiegutschrift.

Weitere neue oder geänderte veröffentlichte, aber noch nicht verpflichtend anzuwendende Standards und Interpretationen wurden vom Konzern nicht vorzeitig angewandt.

Die Nutzungsdauer der selbsterstellten User-Plattform der XING AG wurde zum 1. Januar 2011 auf fünf Jahre neu festgelegt. Die Restnutzungsdauer für die selbst entwickelte Website beträgt somit am 30. Juni 2011 noch 54 Monate.

Konsolidierungskreis

Der Konsolidierungskreis im Konzern-Zwischenabschluss umfasst folgende Unternehmen:

	30.06.2011 in %	31.12.2010 in %	Erstkon- solidierung	Eigenkapital Stand 30.06.2011 in Tsd. €	Ergebnis Q2/2011 in Tsd. €
XING Hong Kong Ltd., Hong Kong, China	100	100	2006	-46	-2
openBC Network Technology (Beijing) Co. Ltd., Beijing, China	100	100	2006	30	0
Grupo Galenicom Tecnologías de la Información (eConozco), S.L., Barcelona, Spanien	100	100	2007	-11	-6
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 Şirketi (XING Turkey), Istanbul, Türkei ²⁾	100	100	2008	110	-11
XING Switzerland GmbH, Sarnen, Schweiz ¹⁾	100	100	2008	33	4
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. Şti., Istanbul, Türkei ²⁾	100	100	2010	-5	-4
amiando GmbH, Hamburg, Deutschland (vormals XING Events GmbH)	100	100	2010	77	-1.168

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 tausend 615 GmbH mit Sitz in Berlin mit einem gezeichneten Kapital von 25 Tsd. €. Diese erwarb im Dezember 2010 100 Prozent der Anteile der Münchner Events-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 vorläufigen beizulegenden Zeitwerte der identifizierbaren Vermögensgegenstände und Schulden der amianto stellen sich zum Erwerbszeitpunkt wie folgt dar:

in Tsd. €	
Vermögenswerte	
Sachanlagen	25
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	458
Sonstige Aktiva	129
Zahlungsmittel	1.343
	1.955
Schulden	
Rückstellungen	-246
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	-40
Sonstige Verbindlichkeiten	-2.206
	-2.492
Summe des identifizierbaren Nettovermögens aufgrund des Unternehmenserwerbs	-537

Die Kaufpreisallokation wurde im Konzernzwischenabschluss zum 31. März 2011 auf vorläufiger Basis vorgenommen. Eine endgültige Verteilung des Kaufpreises auf die identifizierbaren und bewertbaren Vermögenswerte wird im Verlauf des 3. Quartals 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 amianto zurückzuführen.

Der vorläufig ermittelte Goodwill errechnet sich wie folgt:

in Tsd. €	
Kaufpreis	7.412
Langfristiges Vermögen der amianto	-25
Kurzfristiges Vermögen der amianto	-1.931
Verbindlichkeiten der amianto	2.492
Eigenkapital der XING Events GmbH	-25
Goodwill	7.923

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

Aktienoptionsplan

Es wurden im Betrachtungszeitraum 40 Tausend Aktienoptionen im Rahmen des bestehenden Aktienoptionsprogramms 2010 und aufgrund einer Individualvereinbarung 50 Tausend weitere Aktienoptionen jeweils an Vorstandsmitglieder ausgegeben. Der Gesamtaufwand für die bestehenden und neuen Zusagen betrug im 1. Halbjahr 2011 in Summe 467 Tsd. € (Vergleichshalbjahr: 639 Tsd. €).

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

Eigene Aktien

Zur Bedienung von Ansprüchen aus Aktienoptionsprogrammen wurden im 1. Halbjahr 2011 insgesamt 25 Tausend eigene Aktien an Anspruchsberechtigte verkauft. Der Erlös betrug 750 Tsd. €. Zum 30. Juni 2011 verfügte die XING AG noch über 87.832 eigene Aktien (Vergleichshalbjahr 112.832 Aktien).

Zu- und Abgänge von Vermögenswerten

Im 6-Monatszeitraum zwischen dem 1. Januar 2011 und dem 30. Juni 2011 wurden 1.013 Tsd. € (Vergleichsperiode: 1.393 Tsd. €) in selbst entwickelte Software für Weiterentwicklungen und weitere Funktionen der Website von XING investiert. Für die mobilen Applikationen der XING-Plattform auf Smartphones wurden im 1. Halbjahr 2011 261 Tsd. € (Vergleichsperiode: 0 Tsd. €) aktiviert, in das XING-Testingtool 85 Tsd. € (Vergleichsperiode: 0 Tsd. €).

Neben der planmäßigen Abschreibung der Plattform wurden im 1. Halbjahr 2011 außerplanmäßige Abschreibungen aufgrund der grundlegenden Überarbeitung und Neugestaltung der Plattform in Höhe von 799 Tsd. € vorgenommen.

Der Konzern tätigte Investitionen für den Erwerb von EDV-Software und -Hardware sowie sonstiger Geschäftsausstattung im 1. Halbjahr 2011 in Höhe von 1.181 Tsd. € (Vergleichsperiode: 1.081 Tsd. €). Außerdem wurden 1.359 Tsd. € (Vergleichsperiode: 1.393 Tsd. €) in die Entwicklung eigener Software investiert.

Eigenkapital

Zur Analyse der Veränderungen des Eigenkapitals verweisen wir auf die Eigenkapitalveränderungsrechnung.

Zusammensetzung der sonstigen betrieblichen Aufwendungen

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

in Tsd. €	01.01.2011 – 30.06.2011	01.01.2010 – 30.06.2010
IT-Dienstleistungen, betriebswirtschaftliche Dienstleistungen und Dienstleistungen für neue Märkte	1.358	1.896
Leasing, Server-Hosting, Verwaltung und Traffic	1.043	780
Rechtsberatungs- und Buchführungskosten	979	778
Kosten für Zahlungsabwicklung	840	675
Raumkosten	635	660
Reise-, Bewirtungs- und sonstige Geschäftskosten	587	352
Sonstige Personalkosten	289	276
Fortbildungskosten	138	135
Prüfungskosten	120	130
Telefon/Mobilfunk/Porto/Kurier	120	108
Forderungsverluste	93	137
Bürobedarf	74	81
Aufsichtsratsvergütung	103	60
Übrige	691	255
Gesamt	7.070	6.223

Im Gegensatz zum Vorjahr werden die Aufwendungen für Fortbildungskosten (138 Tsd. €, Vorjahr: 135 Tsd. €) und lohnsteuerfreie freiwillige soziale Aufwendungen (34 Tsd. €, Vorjahr: 79 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), Events und Sonstige. Der Zuwachs im Bereich „Events“ 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 – 30.06.2011	01.01.2010 – 30.06.2010
Subscriptions	22.456	20.589
E-Recruiting	5.521	2.990
Advertising	2.529	1.651
Events	1.056	10
Other	26	25
Gesamt	31.588	25.265

in Tsd. €	01.01.2011 – 30.06.2011	01.01.2010 – 30.06.2010
D-A-CH	30.200	24.390
International	1.388	875
Gesamt	31.588	25.265

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

Eventualverbindlichkeiten

Wie im Vorjahr hatte der Konzern im 1. Halbjahr 2011 keine Vermögensgegenstände geleast. Weitere Eventualverbindlichkeiten bestehen und bestanden auch in der Vergleichsperiode nicht.

Nahestehende Unternehmen und Personen

Im 1. Halbjahr 2011 wurden Leistungen der epublica GmbH in Höhe von 28 Tsd. € (Vergleichsperiode: 80 Tsd. €) und der zum Burda-Konzern gehörenden DLD Media GmbH in Höhe von 48 Tsd. € (Vergleichsperiode: 90 Tsd. €) in Anspruch genommen.

Die epublica GmbH hat von der XING AG Leistungen in Höhe von 4 Tsd. € (Vergleichsperiode: 0 Tsd. €) und die Burda Creative Group GmbH in Höhe von 2 Tsd. € (Vergleichsperiode: 0 Tsd. €) in Anspruch genommen.

Wesentliche Ereignisse nach der Zwischenberichtsperiode

Nach Ablauf des 1. Halbjahres 2011 sind keine für den Konzern wesentlichen Ereignisse eingetreten.

Hamburg, 9. August 2011

Dr. Stefan Groß-Selbeck Ingo Chu

Dr. Helmut Becker Jens Pape

Versicherung der gesetzlichen Vertreter

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

Hamburg, im August 2011

Der Vorstand

Bescheinigung nach prüferischer Durchsicht

An die XING AG, Hamburg:

Wir haben den verkürzten Konzernzwischenabschluss - bestehend aus verkürzter Bilanz, verkürzter Gewinn- und Verlustrechnung, verkürzter Gesamtergebnisrechnung, verkürzter Kapitalflussrechnung, verkürzter Eigenkapitalveränderungsrechnung sowie ausgewählten erläuternden Anhangangaben - und den Konzernzwischenlagebericht der Xing AG, Hamburg für den Zeitraum vom 1. Januar 2011 bis 30. Juni 2011, die Bestandteile des Halbjahresfinanzberichts nach § 37w WpHG sind, einer prüferischen Durchsicht unterzogen. Die Aufstellung des verkürzten Konzernzwischenabschlusses nach den IFRS für Zwischenberichterstattung, wie sie in der EU anzuwenden sind, und des Konzernzwischenlageberichts nach den für Konzernzwischenlageberichte anwendbaren Vorschriften des WpHG liegt in der Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, eine Bescheinigung zu dem verkürzten Konzernzwischenabschluss und dem Konzernzwischenlagebericht auf der Grundlage unserer prüferischen Durchsicht abzugeben.

Wir haben die prüferische Durchsicht des verkürzten Konzernzwischenabschlusses und des Konzernzwischenlageberichts unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze für die prüferische Durchsicht von Abschlüssen vorgenommen. Danach ist die prüferische Durchsicht so zu planen und durchzuführen, dass wir bei kritischer Würdigung mit einer gewissen Sicherheit ausschließen können, dass der verkürzte Konzernzwischenabschluss in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den IFRS für Zwischenberichterstattung, wie sie in der EU anzuwenden sind, und der Konzernzwischenlagebericht in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den für Konzernzwischenlageberichte anwendbaren Vorschriften des WpHG aufgestellt worden sind. Eine prüferische Durchsicht beschränkt sich in erster Linie auf Befragungen von Mitarbeitern der Gesellschaft und auf analytische Beurteilungen und bietet deshalb nicht die durch eine Abschlussprüfung erreichbare Sicherheit. Da wir auftragsgemäß keine Abschlussprüfung vorgenommen haben, können wir einen Bestätigungsvermerk nicht erteilen.

Auf der Grundlage unserer prüferischen Durchsicht sind uns keine Sachverhalte bekannt geworden, die uns zu der Annahme veranlassen, dass der verkürzte Konzernzwischenabschluss in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den IFRS für Zwischenberichterstattung, wie sie in der EU anzuwenden sind, oder dass der Konzernzwischenlagebericht in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den für Konzernzwischenlageberichte anwendbaren Vorschriften des WpHG aufgestellt worden ist.

Hamburg, 10. August 2011

Ernst & Young GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Ludwig
Wirtschaftsprüfer

Klimmer
Wirtschaftsprüfer

FINANZTERMINE 2011

Datum	Veranstaltung
10. August 2011*	Halbjahresbericht 2011, Hamburg
11. November 2011*	Zwischenbericht zum 3. 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
Carsten Ludowig
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



www.xing.com