



1. Januar bis 30. September
ZWISCHENBERICHT 2007
der XING AG

Mit XING wird das berufliche und geschäftliche Netzwerk zu einer aktiv genutzten Ressource, denn XING ist weit mehr als ein Verzeichnis von Geschäftskontakten. Dank der erweiterten Funktionen für Kontaktsuche und -management entdecken Mitglieder auf der Plattform Geschäfts- und Fachleute, Chancen sowie auf sie zugeschnittene Angebote. Die XING AG ist über ihren Hauptsitz in Hamburg, Deutschland, hinaus in Barcelona (Neurona, XING Spanien) und Peking vertreten.

XING auf einen Blick¹⁾

	01.07.2007 - 30.09.2007	01.04.2007 - 30.06.2007	01.01.2007 - 30.09.2007	01.07.2006 - 30.09.2006	01.01.2006 - 30.09.2006
Umsatz in Mio. € ²⁾	4,94	4,28	13,13	2,67	6,26
EBITDA in Mio. € ²⁾	2,07	1,13	4,13	0,59	0,18
EBITDA-Marge ²⁾ in %	42	26	31	22	3
Perioden-Ergebnis in Mio. € ²⁾	1,68	0,96	3,52	0,47	0
Perioden-Ergebnis in Mio. €	1,17	0,71	2,35	0,32	-0,33
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit in Mio. €	2,62	1,97	4,88	1,38	2,59
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit/Aktie in €	0,50	0,38	0,94	0,27	0,50
Ergebnis je Aktie in € ²⁾	0,32	0,18	0,68	0,09	-0,00
Eigenkapital in Mio. €	43,65	42,33	43,65	5,91	5,91
Mitglieder in Mio. ³⁾	4,25	3,52	4,25	1,45	1,45
davon Premium-Mitglieder in Mio.	0,325	0,285	0,325	0,189	0,189
Anzahl Kontakte in Mio.	63,6	56,1	63,6	35,2	35,2
Mitarbeiter	109	111	109	70	70

¹⁾ Es kann zu rundungsbedingten Abweichungen kommen

²⁾ fortgeführte Geschäftsbereiche

³⁾ inklusive eConozco and Neurona

Inhaltsverzeichnis

Editorial	4
Zwischenlagebericht	5
Geschäft und wirtschaftliche Entwicklung	5
Geschäftsverlauf	5
Forschung, Produktentwicklung und neue Funktionen bei XING	6
Ertragslage	8
Vermögenslage	9
Finanzlage	9
Risikobericht	9
Ausblick	10
Wesentliche Ereignisse nach Ende des Berichtszeitraums	10
Konzern-Zwischenabschluss	11
Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung	11
Konzern-Bilanz	12
Konzern-Kapitalflussrechnung	13
Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung	14
Erläuterungen zum verkürzten Konzern-Zwischenabschluss	15

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

im dritten Quartal 2007 hat die XING AG das nach dem Börsengang abgegebene Versprechen steigender EBITDA-Margen eingelöst. Damit liegt ein weiteres und zugleich sehr erfolgreiches Quartal, das wir mit Rekord-Ergebnissen abschließen konnten, hinter uns. Die Mitgliederzahl haben wir seit April auf über 4 Millionen mehr als verdoppelt und auch finanziell zeigen wir mit einem EBITDA von über € 2 Millionen, wie skalierbar unser Geschäftsmodell ist.

Der Trend von Social Networking setzt sich ungebrochen fort und hat sich insbesondere in den letzten Monaten zu einem weltweiten Medienthema entwickelt und somit Millionen von Internetnutzern auch auf Businessnetzwerke wie XING aufmerksam gemacht. Nach Auffassung des XING-Managements haben Online-Netzwerke damit das Potenzial, die noch vorherrschende Stellung von Internetportalen und Suchmaschinen abzulösen und sich zum Einstiegsfenster ins Internet weiterzuentwickeln.

Auch im dritten Quartal haben wir die Plattform im Sinne und in der Erwartung unserer Mitglieder verbessert und viele wichtige IT-Projekte, wie die Weiterentwicklung unseres „Marketplace“ oder die Entwicklung des neuen Mitglieder-Profiles, umgesetzt und etabliert.

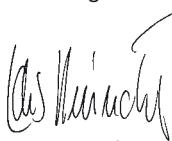
Darüber hinaus haben wir operativ in den vergangenen Monaten große Erfolge erzielt. Die beiden von der XING AG akquirierten spanischen Netzwerke für Geschäftsleute, eConozco und Neurona, haben nach dem Erwerb einen deutlichen Mitgliederzuwachs verzeichnet und unsere Präsenz im spanischsprachigen Raum sowie unsere Marktführerschaft in diesem Segment in Spanien weiter gestärkt.

Die von uns forcierte und bisher sehr erfolgreich umgesetzte Konsolidierung des europäischen Marktes für Online Business Networking bestätigt uns darin, auch in Zukunft diesen Wachstumsmarkt mit Mitteln aus dem Börsengang weiter aktiv zu konsolidieren.

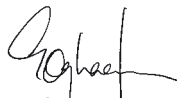
Wir erwarten darüber hinaus auch organisches Wertsteigerungspotenzial für XING. Das Management sieht insbesondere in den Bereichen Werbung und „E-Commerce“ großes Potenzial für weitere bzw. neue Umsatz- und Ertragsströme.

Mit Ihrem Investment haben Sie sich für den europäischen Marktführer im Bereich Business Networking entschieden. Wir - die Mitarbeiter und das Management von XING - werden auch in Zukunft alles tun, um die Erfolgsgeschichte in Ihrem Sinne fortzuschreiben.

Hamburg, im November 2007



Lars Hinrichs
Vorstandsvorsitzender
XING AG



Eoghán Jennings
Finanzvorstand
XING AG



Burkhard Blum
Mitglied des Vorstands
XING AG

Zwischenlagebericht

Geschäft und wirtschaftliche Entwicklung

Die XING AG (XING) hat ihre Marktposition im dritten Quartal 2007 weiter gestärkt. Insbesondere die Mehrsprachigkeit der Plattform und die aktive Konsolidierung der spanischen Netzwerke eConozco und Neurona haben die Marktposition von XING im wachstumsstarken spanischsprachigen Raum signifikant gestärkt. Bereits rund 4% aller spanischen Internetnutzer sind auf den Plattformen von XING mit ihrem Profil vertreten. Im Heimatmarkt Deutschland liegt der Anteil bei 3%. Somit wird die Mitgliederbasis von XING immer internationaler. Ende September waren bereits mehr als 60% aller Mitglieder auf den internationalen Plattformen von XING vertreten. Aber auch auf nationaler Ebene hat XING seine Präsenz verstärkt. Auch die Einschätzungen von Branchenexperten, dass im Jahr 2010 etwa 1,8 Mrd. Menschen mit dem Internet verbunden sein werden¹⁾, bestätigen die weltweiten Wachstumsperspektiven von XING.

Geschäftsverlauf

Erfreuliches Umsatz- und Mitgliederwachstum im dritten Quartal

Während die XING AG in der ersten Jahreshälfte die Erweiterung des Gesamtmitgliederbestands in den Vordergrund stellte, war das dritte Quartal neben einem weiter starken Zuwachs der Basismitglieder zusätzlich von der Gewinnung neuer Premium-Mitglieder geprägt. Nach dem Anstieg der zahlenden Mitglieder im ersten Quartal um etwa 38.000 und einer saisonalen Verlangsamung des Wachstums auf etwa 26.000 zahlende Nettoneumitglieder im zweiten Quartal hat XING im abgelaufenen Quartal das stärkste Wachstum in der Firmengeschichte erreicht. Rund 40.000 Mitglieder haben sich im dritten Quartal für eine Premium-Mitgliedschaft bei XING entschieden und werden somit in Zukunft einen positiven Beitrag zur Umsatz- und Ergebnisentwicklung leisten. Das Wachstum ist im Wesentlichen auf konzentrierte Marketingaktionen auf der XING-Plattform sowie erfolgreiche Marketing-Kampagnen in Frankreich und Polen

zurückzuführen. Diese Korrelation zwischen geplanten Marketingaktivitäten (Upselling) und der Beschleunigung des Wachstums bei den Premium-Mitgliedern stimmt uns auch für die Zukunft positiv, den Trend der Umwandlung zu Premium-Mitgliedern beeinflussen und forcieren zu können.

Zum Ende des dritten Quartals zählte XING weltweit 325.000 Premium-Mitglieder und hat den Bestand der zahlenden Mitglieder gegenüber dem Vergleichsquarter des Vorjahres um mehr als 70% gesteigert.

Neben dem erfreulichen Anstieg der Premium-Mitgliederbasis ist auch der Gesamtmitgliederbestand stark gewachsen. Allein im dritten Quartal haben sich weltweit rund 730.000 neue Mitglieder entschieden, ihre geschäftlichen Kontakte und Netzwerke über XING zu pflegen und zu erweitern. Mit nunmehr 4,25 Millionen Mitgliedern, der höchsten Anzahl an Page Views und der durchschnittlichen Verweildauer gegenüber den Hauptwettbewerbern hat XING sich zum europäischen Marktführer im Bereich Online-Business-Social-Networking entwickelt. Besonders erfreulich hat sich auch das organische Mitgliederwachstum der im ersten Halbjahr akquirierten spanischen Gesellschaften eConozco und Neurona entwickelt. eConozco, dessen Mitgliederbasis im Verlauf des vierten Quartals auf XING migriert wird, hat seit dem Erwerb die Mitgliederzahl auf über 380.000 mehr als verdoppelt. Spanien bleibt aufgrund der Wachstumsdynamik und der hohen Internetdurchdringung weiterhin einer der wichtigsten Zielmärkte für XING. Auch das Mitgliederwachstum in Latein-Amerika und Italien ist sehr erfreulich. Die Mitgliederanzahl im deutschsprachigen Raum ist ebenso deutlich angestiegen. In den vergangenen neun Monaten wuchs der Mitgliederbestand um fast 70% auf 1,57 Millionen an.

In den USA kann XING die ersten Erfolge der Partnerschaft mit ZoomInfo Corp. verzeichnen. Hier hat sich die Mitgliederbasis in den letzten neun Monaten gegenüber dem Ende des dritten Quartals 2006 mehr als verdoppelt. Außerdem haben XING und ZoomInfo eine so genannte Co-Registrierung auf der ZoomInfo-Plattform gestartet und damit weitere Synergien zwischen den beiden Plattformen geschaffen.

¹⁾ Quelle: Industry Analysts

per 30.09.2007	Mitglieder in Mio.	Veränderung zum 30.06.2007
Deutschland	1,57	+ 0,17 Mio. / + 13 %
Spanien	0,77	+ 0,06 Mio. / + 9 %
Sonstiges Europa	0,63	+ 0,13 Mio. / + 26 %
Asien	0,42	+ 0,08 Mio. / + 24 %
Südamerika	0,69	+ 0,20 Mio. / + 40 %
Nordamerika	0,12	+ 0,06 Mio. / + 104 %
Sonstige	0,04	+ 0,02 Mio. / + 123 %
Gesamt	4,25	+ 0,73 Mio. / + 21 %

¹⁾ inklusive Mitglieder der akquirierten Plattformen eConozco und Neurona

Forschung, Produktentwicklung und neue Funktionen bei XING

Neben den üblichen Wartungsarbeiten und der Skalierung lag der Fokus der konzeptionellen und technischen Aktivitäten im dritten Quartal 2007 auf:

- der Weiterentwicklung von „Marketplace“ inklusive eines innovativen Abrechnungssystems
- der Entwicklung des neuen Mitglieder-Profiles „Profil 2.0“
- der Integration von Partnern, wie ZoomInfo mit Hilfe eines APIs
- dem Relaunch des Portals von XING mobile
- der Integration von eConozco

Der Einsatz der innovativen Webtechnologie Ruby on Rails hat sich in diesem Quartal sehr bewährt und nimmt an Bedeutung zu. Anwendungen wie „Marketplace“ und das API (Programmschnittstelle), die alle über Ruby Rails abgebildet werden, sind sehr skalierbar und schneller weiterzuentwickeln. Zusätzlich ist XING dem langfristigen Ziel der serviceorientierten Architektur näher gekommen. Insbesondere deshalb, weil die Anbindung der XING-Datenbank unter der gemeinsamen Nutzung durch Services beider Implementierungstechnologien (Perl, Rails) erfolgreich funktioniert. Diese serviceorientierte Architektur ermöglicht XING die weitere Skalierung von Entwicklungsressourcen.

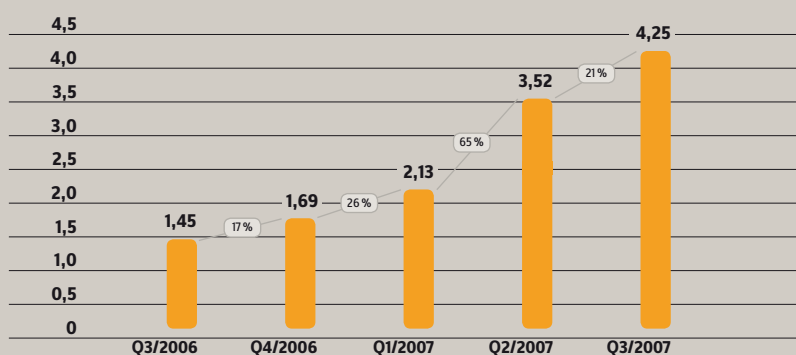
Auch bereits gestartete Angebote wie XING für Handys, PDA's und Blackberrys werden kontinuierlich von uns verbessert und weiterentwickelt, um den Nutzen für alle mobilen Mitglieder weiter zu erhöhen. XING ist damit das erste Web 2.0-Unternehmen mit einem eigenen mobilen Portal für seine Mitglieder. So können unsere Mitglieder nach einem kompletten Relaunch des mobilen XING-Portals noch schneller und einfacher navigieren und zusätzlich auch unterwegs aktuelle Stellenangebote auf unserem „Marketplace“ anzeigen lassen oder ihre Termine verwalten. Aber auch die Verbesserung des neuen Mitglieder-Profiles (Profil 2.0) im September war eine wesentliche Weiterentwicklung der Plattform. So können XING-Mitglieder nun ihre berufliche Laufbahn mittels umfassender Informationen und

Forcierung neuer Erlösquellen bei XING

Mit dem offiziellen Start des XING „Marketplace“ im Mai 2007 hat das Unternehmen nicht nur den Grundstein für die Erweiterung des Geschäfts gelegt, sondern auch weitere neue Erlösquellen geschaffen. Über den „Marketplace“ können Premium-Mitglieder für andere Mitglieder Angebote inserieren. Zunächst ist die Funktionalität auf das Einstellen von Stellenangeboten beschränkt und soll zukünftig auch durch Dienstleistungs- und Immobilienangebote ergänzt werden.

Nur wenige Tage nach Ablauf des dritten Quartals hat XING ein innovatives Abrechnungssystem nach der so genannten „Pay per Click“-Methode für Stellenangebote implementiert. Damit hat die Gesellschaft den Grundstein für neue Erlösquellen in den kommenden Jahren gelegt. Nur wenige Monate nach dem Vermarktungsstart von „Marketplace“ hat das Management neben dem starken Anstieg von Jobangeboten auf der XING-Plattform auch zunehmendes Interesse von Unternehmen festgestellt, ihre Stellengesuche nach qualifizierten Mitarbeitern im „Marketplace“ zu inserieren.

Registrierte XING-Mitglieder in Millionen und Wachstum in %



Details zur Person noch ausführlicher darstellen. Via „Edit in Place“, der Änderung von Angaben direkt im Profil, können XING-Mitglieder ihre Daten komfortabel bearbeiten, ohne ihre Profilseite verlassen zu müssen. Außerdem gibt eine neue Infobox im Profil Auskunft darüber, wie XING-Mitglieder die Plattform nutzen möchten. Relevante Mitglieder sind so leichter zu identifizieren und können gezielter kontaktiert werden. Außerdem haben XING-Mitglieder die Möglichkeit, ihre Profile bei weiteren Web 2.0-Anbietern wie zum Beispiel Amazon, del.icio.us oder YouTube aufzuführen und mit ihrem XING-Profil zu verlinken.

Veräußerung der Tochtergesellschaft First Tuesday

Bereits im Halbjahresfinanzbericht 2007 hat die XING AG angekündigt, die Schweizer Tochtergesellschaft First Tuesday AG, Zürich, zu veräußern. Alle werthaltigen und skalierbaren Bereiche wurden nach Hamburg verlegt und vollständig integriert. Damit hält die XING AG an ihrer Richtlinie fest, sich schnell von unprofitablen und nicht skalierbaren Geschäftsbereichen zu trennen.

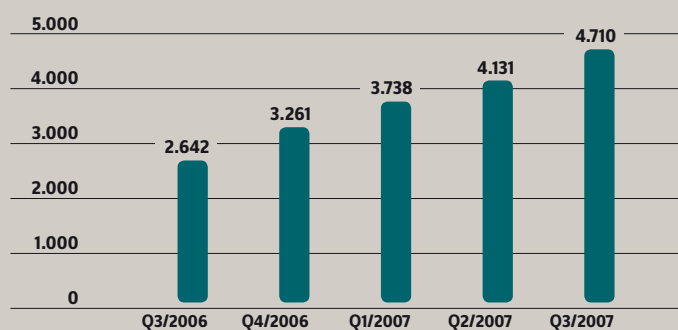
Wettbewerbsumfeld

Die XING AG agiert in einem attraktiven und zugleich wachstumstarken Marktumfeld. Ein wesentliches Unterscheidungsmerkmal ist das im direkten Vergleich deutlich höhere Aktivitätslevel¹⁾ der XING-Mitglieder: Die XING-Website wird, gemessen an der Gesamtnutzungsdauer in Minuten und der Gesamtzahl der aufgerufenen Seiten, signifikant stärker genutzt als die Website des engsten Mitbewerbers, der zurzeit über mehr Nutzerprofile verfügt²⁾. Gestützt durch die Vielsprachigkeit der Benutzeroberfläche und des Kommunikationssystems (es werden 16 Sprachen unterstützt, darunter Englisch, Spanisch, Französisch, Deutsch, Portugiesisch, Chinesisch, Russisch, Finnisch, Schwedisch und Japanisch) ist es der XING AG gelungen, rasch international zu expandieren. Gerade in Europa ist dies ein entscheidender Wettbewerbsvorteil. Aufgrund der Partnerschaft zu ZoomInfo hat XING auch im angelsächsischen Raum wie den USA, Großbritannien, Canada and Australia seine Mitgliederbasis im dritten Quartal weiter ausgebaut.

¹⁾ Quelle: ComScore Networks, Inc., Bericht vom September 2007

²⁾ Quelle: LinkedIn Corporation

Serviceumsätze in T€



Ertragslage

Umsatzentwicklung

XING hat aus den Dienstleistungen im fortgeführten Geschäft Umsätze in Höhe von € 4,71 Millionen erwirtschaftet. Diese resultieren hauptsächlich aus dem Verkauf von Premium-Mitgliedschaften. Damit verzeichnet der Umsatz einen Anstieg von 78 % im Vergleich zum Vorjahreszeitraum.

In den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres summieren sich die Umsatzerlöse aus Dienstleistungen im fortgeführten Geschäft auf € 12,58 Millionen und haben sich damit im Vergleich zu den ersten neun Monaten des Vorjahres mehr als verdoppelt (€ 6,24 Millionen).

Sonstige betriebliche Erträge aus dem fortgeführten Geschäft in Höhe von € 231.000 (Vergleichszeitraum: € 26.000) sind überwiegend auf die Auflösung von Rückstellungen zurückzuführen.

Von Januar bis September 2007 beliefen sich die sonstigen betrieblichen Erträge aus dem fortgeführten Geschäft auf € 549.000 (Vergleichszeitraum: € 28.000).

Ergebnis

Die **EBITDA-Marge** aus dem fortgeführten Geschäft beläuft sich im dritten Quartal 2007 auf 42 % und hat sich damit im Vergleich zum Vorjahresquartal (22 %) deutlich erhöht. In den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres wurde eine EBITDA-Marge von 31 % erzielt (Vorjahreszeitraum: 3 %).

Das **Ergebnis vor Steuern (EBT)** hat sich aufgrund erhöhter Zinseinnahmen deutlich verbessert (€ 1,877 Millionen im dritten Quartal 2007 gegenüber € 471.000 im Vorjahresquartal). In den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres erreichte das Ergebnis vor Steuern € 3,73 Millionen (Vorjahreszeitraum: € - 5.000).

Entwicklung wesentlicher Gewinn- und Verlust-Positionen

Das Wachstum der Mitarbeiterzahl von 70 (30. September 2006) auf 109 (30. September 2007) hat zu erhöhten Personalaufwendungen geführt. Im dritten Quartal 2007 beliefen sich die Personalkosten auf € 1,09 Millionen im Vergleich zu € 676.000 im Vorjahresquartal. In den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres beliefen sich die Personalaufwendungen auf € 3,65 Millionen im Vergleich zu € 1,62 Millionen in den ersten drei Quartalen des Geschäftsjahres 2006.

Ein Mitarbeiter war per Ende September 2007 noch in dem aufgegebenen Geschäftsbereich in der Schweiz angestellt (Vorjahreszeitraum: 7 Mitarbeiter). Die Personalkosten beliefen sich in diesem Zusammenhang im dritten Quartal 2007 auf € 80.000 (€ 427.000 von Januar bis September 2007). Im dritten Quartal 2006 hatten die Personalkosten in der Schweiz noch € 171.000 (€ 378.000 von Januar bis September 2006) betragen.

XING hat sich verstärkt auf Online-Marketing-Kampagnen konzentriert, wodurch **Marketingausgaben** in Höhe von € 238.000 im dritten Quartal 2007 entstanden (Vorjahresquartal: € 85.000). In den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2007 beliefen sich die Marketingausgaben auf € 900.000 im Vergleich zu € 327.000 im Vergleichszeitraum des Vorjahres. Der aufgegebene Geschäftsbereich verursachte im Berichtszeitraum keine wesentlichen Marketingausgaben.

Sonstige betriebliche Aufwendungen umfassen etwa die Aufwendungen für Public Relations- und Investor Relations-Aktivitäten, Aufsichtsratsvergütung, Gebäudemiete, Versicherungskosten usw. Diese Aufwendungen sind im dritten Quartal 2007 auf T€ 1.533 gestiegen (Vorjahresquartal: T€ 1.315). In den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2007 beliefen sich die sonstigen betrieblichen Aufwendungen auf T€ 4.440 (Vorjahreszeitraum: T€ 4.136).

Die **Abschreibung** immaterieller Vermögensgegenstände, hauptsächlich in Bezug auf die von XING entwickelte Software, beläuft sich im dritten Quartal 2007 auf € 330.000 (Vorjahresquartal: € 83.000). In den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres beläuft sich die Abschreibungssumme auf € 948.000 (Januar bis September 2006: € 182.000). Im dritten Quartal 2007 hat die Gesellschaft € 138.000 Sachanlagen abgeschrieben (gegenüber € 43.000 in Q3 2006). In den ersten neun Monaten liegen Investitionen in Sachanlagen bei € 362.000 gegenüber € 110 im Vergleichszeitraum des Vorjahres. Die verbleibenden AfA Positionen (Q3 2007: € 41.000 und Q1-Q3 2007: € 109.000) teilen sich in erworbene Software und konzerninterne Abschreibungen auf.

Aufgegebene Geschäftsbereiche weisen im dritten Quartal 2007 eine Abschreibungssumme von € 407.000 auf (Vergleichszeitraum: € 48.000), die hauptsächlich aus Abschreibungen von Goodwill und konzerninternen Darlehen resultieren. Seit Anfang des Jahres beläuft sich die Abschreibung für aufgegebene Geschäftsbereiche auf € 415.000 (Vorjahreszeitraum: € 48.000).

Vermögenslage

Zum 30. September 2007 stellten die liquiden Mittel und gleichgestellte Aktiva in Höhe von € 37,17 Millionen 69 % des Gesamtvermögens der Gruppe in Höhe von € 54,14 Millionen dar. Zum 31. Dezember 2006 hatte der Anteil der liquiden Mittel 89 % betragen. Der Rückgang der liquiden Mittel von € 45,22 Millionen auf € 37,18 Millionen zum 30. September 2007 ist hauptsächlich auf die Akquisitionen zurückzuführen, die das Unternehmen im ersten und zweiten Quartal 2007 in Spanien getätigt hat.

Finanzlage

Das Unternehmen hat einen **operativen Cashflow** in Höhe von € 2,62 Millionen erwirtschaftet (Vergleichszeitraum: € 1,38 Millionen).

Zum 30. September 2007 betrug der **Cashflow aus Investitionstätigkeit** € 2,05 Millionen (Vergleichszeitraum: € 731.000). Dieser Betrag ergibt sich aus den Übernahmen von eConozco und Neurona sowie Investitionen in Sachanlagen sowie immaterielle Vermögenswerte.

Risikobericht

Im Rahmen des durch den Vorstand implementierten Risikofrüherkennungssystems nach § 91 Abs. 2 AktG werden Risiken permanent überwacht und gesteuert. Gegenüber den im aktuellen Geschäftsbericht dargestellten Risikofaktoren hat die Gesellschaft keine weiteren Risiken in den vergangenen neun Monaten dokumentiert.

Ausblick

Nachdem die vergangenen neun Monate des Geschäftsjahres im Wesentlichen durch den Erwerb von zwei Wettbewerbern (eConozco und Neurona) im spanischsprachigen Raum sowie der Kooperation mit ZoomInfo in den USA geprägt waren, wird XING sich in den kommenden Quartalen auf die Integration der Gesellschaften sowie die Migration der akquirierten Mitglieder fokussieren. Aber auch die Gewinnung von zahlenden Mitgliedern aus den Nutzern von ZoomInfo wird eine Schlüsselinitiative für das restliche Jahr 2007 und darüber hinaus bilden.

Die Gesellschaft erwartet weiterhin einen Anstieg der Basis- und Premium-Mitglieder und wird sich in Zukunft auf organisches Wachstum konzentrieren sowie auch weiterhin externe Wachstumsmöglichkeiten prüfen. Trotz der bereits erfolgreichen Monetarisierung eines großen Teils des deutschsprachigen Mitgliederbestands über die Premium-Mitgliedschaften sieht XING weiteres Potenzial, auch die weltweite Mitgliederbasis deutlich stärker zu monetarisieren und damit neue Einnahmequellen zu schaffen.

Die bisher erreichten Meilensteine, wie das starke Wachstum der XING-Mitgliederbasis, die erfolgreiche Akquisition von eConozco und Neurona, der Start eines innovativen Abrechnungssystems für den „Marketplace“ oder die ständige Weiterentwicklung der Plattform bestätigt die von uns eingeschlagene und zugleich nachhaltige Strategie.

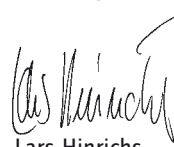
Die Zielvorgaben für 2007, den Umsatz des Vorjahres in Höhe von € 10,1 Millionen in etwa zu verdoppeln und eine EBITDA-Marge von 30 bis 35% zu erzielen, werden damit bestätigt.

Wesentliche Ereignisse nach Ende des Berichtszeitraums

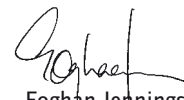
Mit Start des „Marketplace“ hat XING im ersten Halbjahr eine signifikante Erweiterung des bestehenden Geschäftsmodells eingeläutet. Während einer BETA-Phase konnten Premium-Mitglieder kostenlos Stellenangebote für alle Mitglieder auf der XING-Plattform inserieren. Nur kurze Zeit nach Abschluss des dritten Quartals 2007 hat XING für den „Marketplace“ ein Performance-orientiertes Abrechnungsmodell mit einem der führenden Anbieter für „Abrechnungs-/Billinglösungen“ weltweit/Deutschlandweit eingeführt, die BETA-Phase erfolgreich abgeschlossen und somit eine weitere Erlösquelle für das Unternehmen geschaffen. Die neue Partnerschaft ermöglicht es der XING AG darüber hinaus, innovative und beispiellose Geschäftsmodelle zu entwickeln und damit verbundene Kosten oder Aufwendungen äußerst skalierbar zu machen.

Am 12. November 2007 hat die XING AG per Ad-hoc-Meldung die Erschließung eines weiteren Geschäftsmodells bekannt gegeben. Noch im vierten Quartal wird XING einen Teil seiner Plattform für Werbevermarkter öffnen.

Hamburg, den 15. November 2007



Lars Hinrichs
Vorstandsvorsitzender
XING AG



Eoghan Jennings
Finanzvorstand
XING AG



Burkhard Blum
Mitglied des Vorstands
XING AG

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung zum 30. September 2007¹⁾

	01.07.2007 - 30.09.2007 in T€	01.07.2006 - 30.09.2006 in T€	01.01.2007 - 30.09.2007 in T€	01.01.2006 - 30.09.2006 in T€
Umsatzerlöse aus Dienstleistungen	4.710	2.642	12.579	6.237
Sonstige betriebliche Erträge	231	26	549	27
Gesamte Umsatzerlöse	4.941	2.668	13.128	6.264
Materialaufwand	-4	0	-4	0
Personalaufwand	-1.094	-676	-3.651	-1.623
Marketingkosten	-238	-85	-900	-327
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-1.533	-1.315	-4.440	-4.136
EBITDA	2.072	592	4.133	178
Abschreibungen	-509	-143	-1.419	-328
EBIT	1.563	449	2.714	-150
Zinserträge und Zinsaufwendungen (netto)	314	22	1.020	145
EBT	1.877	471	3.734	-5
Ertragsteuern	-197	0	-215	4
Periodenergebnis fortgeführter Geschäftsbereich	1.680	471	3.519	-1
Periodenergebnis aufgegebenen Geschäftsbereich	-507	-153	-1.170	-328
Gesamt Periodenergebnis	1.173	318	2.349	-329
Ergebnis je Aktie (unverwässert)	0,23	0,06	0,45	(0,06)
Ergebnis je Aktie (verwässert)	0,22	0,06	0,44	(0,06)
Fortgeführter Geschäftsbereich				
Ergebnis je Aktie (unverwässert)	0,32	0,09	0,68	0
Ergebnis je Aktie (verwässert)	0,31	0,09	0,66	0

¹⁾ Es kann zu rundungsbedingten Abweichungen kommen

Konzern-Bilanz zum 30. September 2007¹⁾

AKTIVA	30.09.2007 in T€	31.12.2006 in T€
Langfristige Vermögenswerte		
Immaterielle Vermögenswerte		
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	4.804	202
Erworbene Software	353	297
Selbst entwickelte Software	2.753	1.869
Geschäfts- oder Firmenwert	5.385	254
Sachanlagen		
Technische Ausstattung und Maschinen	1	12
EDV-Hardware und sonstige Geschäftsausstattung	1.529	971
Finanzanlagen		
Beteiligungen	206	100
Andere finanzielle Vermögenswerte	287	289
	15.318	3.994
Kurzfristige Vermögenswerte		
Vorräte		
Waren	19	0
Forderungen und sonstige Vermögenswerte		
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	944	1.533
Sonstige Vermögenswerte	682	221
Zahlungsmittel und kurzfristige Einlagen	37.175	45.225
	38.820	46.979
	54.138	50.973
PASSIVA	30.09.2007 in T€	31.12.2006 in T€
Eigenkapital		
Gezeichnetes Kapital	5.202	5.202
Kapitalrücklagen	38.978	38.561
Sonstige Rücklagen	-22	9
Bilanzverlust	-513	-2.862
	43.645	40.910
Minderheitenanteile	0	0
	43.645	40.910
Langfristige Verbindlichkeiten		
Verbindlichkeiten Finanzierungsleasing	280	393
Latente Steuerverbindlichkeiten	155	0
Passive Rechnungsabgrenzung	491	500
	926	893
Kurzfristige Verbindlichkeiten		
Verbindlichkeiten Finanzierungsleasing	157	157
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	994	1.734
Rückstellungen	1.641	2.877
Passive Rechnungsabgrenzung	5.724	4.160
Sonstige Verbindlichkeiten	1.050	242
	9.566	9.170
	54.138	50.973

¹⁾ Es kann zu rundungsbedingten Abweichungen kommen

Konzern-Kapitalflussrechnung zum 30. September 2007¹⁾

	01.07.2007 - 30.09.2007 in T€	01.07.2006 - 30.09.2006 in T€	01.01.2007 - 30.09.2007 in T€	01.01.2006 - 30.09.2006 in T€
Periodenergebnis	1.173	318	2.349	- 329
Nicht zahlungswirksame Erträge /Aufwendungen aus aufgegebenen Geschäftsbereichen	153	0	153	0
Aufwendungen aus dem Abgang Geschäfts- und Firmenwert / Beteiligung	220	48	220	48
Abschreibungen	179	60	471	146
Abschreibungen auf aktivierte Entwicklungskosten	330	83	947	182
Personalkosten Aktienoptionsprogramm	149	0	416	0
Veränderung der Rückstellungen	129	421	- 1.236	737
Veränderung Erträge aus latenten Ertragsteuern	0	0	155	- 4
Veränderung des Nettoumlaufvermögens				
Veränderung der Forderungen und sonstiger Aktiva	91	- 415	141	- 403
Veränderung der Verbindlichkeiten und sonstiger Passiva	- 237	236	- 291	313
Veränderung der passiven Rechnungsabgrenzung	429	632	1.555	1.901
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	2.616	1.383	4.880	2.591
Erwerb von immateriellen Vermögenswerten	- 1.146	- 771	- 2.982	- 1.552
Erwerb von Sachanlagen	- 310	- 78	- 910	- 233
Akquisition konsolidierter Unternehmen (abzüglich erworbener Finanzmittel)	- 596	0	- 8.932	- 245
Investitionen in andere finanzielle Vermögenswerte	0	118	- 106	- 100
Cashflow aus Investitionstätigkeit	- 2.052	- 731	- 12.930	- 2.130
Kapitalerhöhungen	0	0	0	- 3
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	0	0	0	- 3
Veränderung des Finanzmittelbestands	565	652	- 8.050	458
Finanzmittelbestand zu Beginn der Periode	36.611	6.791	45.225	6.985
Finanzmittelbestand am Ende der Periode	37.175	7.443	37.175	7.443

¹⁾ Es kann zu rundungsbedingten Abweichungen kommen

Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung vom 1. Januar bis zum 30. September 2007¹⁾

Auf Gesellschafter des Mutterunternehmens entfallendes Eigenkapital							Eigenkapital gesamt in T€
Gezeichnetes Kapital in T€	Kapital- rücklagen in T€	Sonstige Rücklagen in T€	Bilanz- verlust in T€	Summe in T€	Minderheiten- anteile in T€		
Stand 31.12.2005	52	6.837	0	-649	6.240	0	6.240
Währungsumrechnung	0	-3	1	0	-2	0	-2
Kosten der Eigenkapital- beschaffung	0	0	0	0	0	0	0
Periodenüberschuss / -fehlbetrag	0	0	0	-329	-329	0	-329
Stand 30.09.2006	52	6.834	1	-978	5.909	0	5.909
Stand 31.12.2006	5.202	38.561	9	-2.862	40.910	0	40.910
Währungsumrechnung	0	0	-31	0	-31	0	-31
Periodenüberschuss / -fehlbetrag	0	0	0	2.349	2.349	0	2.349
Gesamtes Periodenergebnis	0	0	-31	2.349	2.318	0	2.318
Personalkosten Aktienoptionsprogramm	0	417	0	0	417	0	417
Kapitalerhöhung	0	0	0	0	0	0	0
Stand 30.09.2007	5.202	38.978	-22	-513	43.645	0	43.645

¹⁾ Es kann zu rundungsbedingten Abweichungen kommen

Erläuterungen zum Konzern-Zwischenabschluss vom 1. Januar. bis 30. September 2007

Grundlagen der Abschlusserstellung sowie Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

XING stellt führende Online-Dienstleistungen für Geschäftsleute mit einer Reihe von professionellen Tools bereit, u. a. erweitertes Kontaktmanagement, hoch entwickelte Networking-Optionen und digitales Profilmanagement. XING erzielt ihre Umsätze hauptsächlich durch Mitgliedsbeiträge.

Der Konzern-Zwischenabschluss für das dritte Quartal zum 30. September 2007 wurde in Übereinstimmung mit den von der EU verabschiedeten International Financial Reporting Standards (IAS 34) erstellt.

Der Betrachtungszeitraum umfasst den Zeitraum vom 1. Januar 2007 bis zum 30. September 2007. Als Vorperiode wird der Zeitraum vom 1. Januar 2006 bis zum 30. September 2006 dargestellt.

Die angewandten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden diesen Zwischenbericht entsprechen den angewandten Methoden des Halbjahresberichts zum 30. Juni 2007.

Konsolidierungskreis

Der Konsolidierungskreis im Konzern-Zwischenabschluss umfasst folgende Unternehmen:

	30.09.2007 in %	31.12.2006 in %	Jahr der Erst- konsolidierung
First Tuesday AG, Schweiz	0	100	2006
openBC China Ltd., China	55	55	2006
openBC Network Technology (Beijing) Co. Ltd., China ¹⁾	100 ¹⁾	100 ¹⁾	2006
Grupo Galenicom Tecnologias de la Informacion, S.L., (eConozco), Spanien	100	0	2007
XING International Holding GmbH	100	0	2007
Neurona Networking, S.L., (Neurona), Spanien ²⁾	100 ²⁾	0	2007

¹⁾ 100 % werden mittelbar über Anteile in Höhe von 55 % an der openBC China Ltd., China, gehalten.

²⁾ 100 % werden mittelbar über Anteile in Höhe von 100 % an der XING International Holding GmbH, Deutschland, gehalten.

Unternehmenserwerb

Wie im Halbjahresbericht erwähnt, wird die endgültige Kaufpreisallokation für Neurona Networking S.L. zum 31. Dezember 2007 abgeschlossen. Die vorläufige Kaufpreisallokation aus dem Halbjahresbericht bleibt bis zu diesem Datum gültig.

Aktienoptionsplan

Es wurden im Rahmen des Aktienoptionsprogramms 2006 am 7. September 2007 weitere Aktienoptionen ausgegeben und im dritten Quartal ein Betrag in Höhe von € 14.674,38 an Aufwendungen gebucht.

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

Unternehmensveräußerung (IFRS 5)

Am 30. September 2007 hat die XING AG 100 % des Aktienkapitals der First Tuesday AG, Zürich, veräußert.

Der Verkaufspreis der First Tuesday AG, Zürich, wurde auf CHF 1,00 festgelegt. Alle Vermögenswerte und Verbindlichkeiten wurden von der XING AG übernommen.

Individuelle Schließung des Unternehmens:

	Aufgegebene Geschäftsbereiche T€
Kaufpreis	0,0006
Geschäfts- oder Firmenwert	- 220
Übernommene Vermögenswerte	32
Übernommene Verbindlichkeiten	- 185
Verlust	- 373

Die Geschäftsaufgabe hat im dritten Quartal 2007 einen Verlust in Höhe von T€ 507 (Vorperiode: T€ 153) und während der ersten neun Monate des Jahres 2007 einen kumulierten Verlust in Höhe von T€ 1.170 (Vorperiode: T€ 328) verursacht.

In der folgenden Tabelle wird dies zusammenfassend darstellt:

	01.07.2007 - 30.09.2007 in T€	01.07.2006 - 30.09.2006 in T€	01.01.2007 - 30.09.2007 in T€	01.01.2006 - 30.09.2006 in T€
Umsatzerlöse aus Dienstleistungen	0	115	22	271
Sonstige betriebliche Erträge	77	10	80	17
Gesamte Umsatzerlöse	77	126	102	288
Materialaufwand				
Personalaufwand und freie Mitarbeiter	- 80	- 171	- 427	- 378
Marketingkosten	12	-	66	-
Sonstige betriebliche Aufwendungen	- 98	- 60	- 332	- 190
Summe Aufwendungen	- 165	- 231	- 824	- 568
EBITDA	- 88	- 105	- 723	- 279
Abschreibungen	- 407	- 48	- 415	- 48
EBIT	- 495	- 153	- 1.137	- 327
Zinserträge und Zinsaufwendungen (netto)	- 12	0	- 33	- 1
EBT	- 507	- 153	- 1.170	- 328
Ertragsteuern	0	0	0	0
Gesamt Periodenergebnis	- 507	- 153	- 1.170	- 328

Zu- und Abgänge von Vermögenswerten

Im 3-Monatszeitraum zum 30. September 2007 wurden im Konzern Investitionen in Höhe von T€ 548 (Vorperiode: T€ 608) in selbst entwickelte Software getätigt. Die aktivierte selbst entwickelte Software beinhaltet Aufwendungen für Weiterentwicklungen und weitere Funktionen der XING-Website. Der Konzern erwarb im dritten Quartal zum 30. September 2007 Software in Höhe von T€ 4 (Vorperiode: T€ 117) sowie IT-Hardware und sonstige Geschäftsausstattungen im Wert von T€ 310 (Vorperiode: T€ 78).

Im 9-Monatszeitraum wurden Investitionen in Höhe von T€ 1.832 (Vorperiode: T€ 1.218) in selbst entwickelte Software, T€ 130 (Vorperiode: T€ 178) in erworbene Software und T€ 910 (Vorperiode: T€ 233) in EDV-Hardware getätigt.

Zusammensetzung der sonstigen betrieblichen Aufwendungen

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

	01.07.2007 - 30.09.2007 in T€	01.07.2006 - 30.09.2006 in T€	01.01.2007 - 30.09.2007 in T€	01.01.2006 - 30.09.2006 in T€
IT-Dienstleistungen, betriebswirtschaftliche Dienstleistungen und Dienstleistungen für neue Märkte	466	532	1.165	1.585
Rechtsberatung-, Prüfungs- und Buchführungskosten	231	288	819	615
IT-Service, Hosting und Administration	267	132	768	321
Reise-, Bewirtungs- und sonstige Geschäftskosten	86	124	247	342
Kosten für Zahlungsabwicklung	153	116	451	374
Sonstige Aufwendungen	330	123	990	899
Fortgeführte Geschäftsbereiche	1.533	1.315	4.440	4.136
Aufgegebene Geschäftsbereiche	98	60	332	190
Gesamt	1.631	1.375	4.772	4.326

Sonstige Aufwendungen umfassen Ausgaben für Public Relations- und Investor Relations-Aktivitäten, Aufsichtsratsvergütung, Gebäudemiete, Versicherungskosten usw.

Segmentinformationen

Die geographische Aufteilung der Umsätze aus Premium-Mitgliedschaften ist für den Berichtszeitraum in der nachfolgenden Übersicht abgebildet:

	01.01.2007 - 30.09.2007 in T€	01.01.2006 - 30.09.2006 in T€	01.07.2007 - 30.09.2007 in T€	01.07.2006 - 30.09.2006 in T€
Deutschland	10.116	4.915	3.781	2.139
Sonstiges Europa	2.100	1.097	784	423
Asien	177	97	66	39
Amerika	138	76	52	31
Sonstige	33	40	7	13
Gesamt	12.564	6.225	4.690	2.645

Nahe stehende Unternehmen und Personen

Die epublica GmbH, Hamburg, die Aktionärin der Gesellschaft ist und Software für die XING-Plattform mitentwickelt, erbrachte im Berichtszeitraum gegenüber XING Leistungen in Höhe von T€ 457 (Vorperiode: T€ 352).

Wesentliche Ereignisse während und nach der Zwischenberichtsperiode

Die Bestellung von Burkhard Blum zum Mitglied des Vorstands wurde am 17. August 2007 von der Gesellschaft bekannt gegeben.

Wie im Abschnitt „Unternehmensveräußerung (IFRS 5)“ dargestellt, hat sich die Gesellschaft von dem Geschäftsbereich First Tuesday AG, Zürich, im September 2007 getrennt.

Am 12. Oktober 2007 wurde eine kostenpflichtige Version von „Marketplace“, dem Markt für Jobangebote auf XING, erfolgreich eingeführt. Dieser Version liegt ein Abrechnungsmodell zu Grunde, bei dem die Aufrufe eines Angebots in Rechnung gestellt werden. Die Einführung hat dem Unternehmen eine weitere Ertragssäule eröffnet.

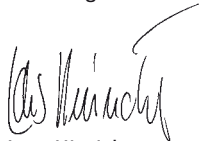
Am 12. November 2007 hat die XING AG per Ad-hoc-Meldung die Erschließung eines weiteren Geschäftsmodells bekannt gegeben. Noch im vierten Quartal wird XING einen Teil seiner Plattform für Werbermarkter öffnen.

Director's Dealings

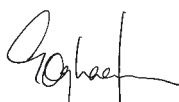
Seit dem ersten Quartal 2007 wurden keine meldepflichtigen Transaktionen nach § 15a des Wertpapierhandelsgesetzes veröffentlicht.

Informationen über Director's Dealings gemäß § 15 des Wertpapierhandelsgesetzes stehen auf der Firmen-Website unter Investor Relations zum Download zur Verfügung.

Hamburg, 15. November 2007



Lars Hinrichs
Vorstandsvorsitzender
XING AG



Eoghán Jennings
Finanzvorstand
XING AG



Burkhard Blum
Mitglied des Vorstands
XING AG

Weitere Informationen zur XING-Aktie

Stammdaten

Börsenkürzel	O1BC
WKN	XNG888
ISIN	DE000XNG8888
Bloomberg	O1BC
Reuters	OBCGn.DE
Marktsegment	Prime Standard
Börsen	Berlin, Düsseldorf, Frankfurt, München, Stuttgart

Kennzahlen

Anzahl Aktien	5.201.700
XETRA Schlusskurs zum 30.09.2007	€ 37,99
Marktkapitalisierung zum 30.09.2007	€ 197,6 Mio.
Durchschnittliches Handelsvolumen (01.01.-30.09.)	12.190
Höchstkurs (01.01.-30.09.)	€ 50,79
Tiefstkurs (01.01.-30.09.)	€ 26,00

Impressum

XING AG

Gänsemarkt 43
20354 Hamburg
Deutschland

Telefon +49 40 41 91 31-0
Telefax +49 40 41 91 31-11

Kontakt Investor Relations

Telefon +49 40 41 91 31-793
Telefax +49 40 41 91 31-11
patrick.moeller@xing.com

Kontakt Unternehmenskommunikation

Telefon +49 40 41 91 31-19
Telefax +49 40 41 91 31-11
daniela.hinrichs@xing.com

