

**XING** 

# Zwischenbericht

1. Januar bis 30. September 2008

		Q3 / 2008	Q3 / 2007	9M / 2008	9M / 2007	Q2 / 2008
Umsatz <sup>1)</sup>	in Mio. €	9,18	4,94	25,09	13,13 <sup>2)</sup>	8,41
EBITDA	in Mio. €	3,71	2,07	9,47 <sup>3)</sup>	4,13 <sup>2)</sup>	3,13 <sup>3)</sup>
EBITDA-Marge	in %	40	42	38 <sup>3)</sup>	31 <sup>2)</sup>	37 <sup>3)</sup>
Periodenergebnis	in Mio. €	1,77	1,17	4,72	2,35	1,33
Operativer Cashflow	in Mio. €	3,63	2,68	11,46	5,03	4,34
Operativer Cashflow je Aktie	in €	0,70	0,52	2,20	0,97	0,83
Ergebnis je Aktie (unverwässert)	in €	0,34	0,23	0,92	0,45	0,26
Eigenkapital	in Mio. €	51,48	43,65	51,48	43,65	49,42
Liquide Mittel	in Mio. €	42,56	37,18	42,56	37,18	40,95
Mitglieder	in Mio.	6,53	4,25	6,53	4,25	6,14
davon zahlende Mitglieder	in Tsd.	513	325	513	325	470
Anzahl Kontaktverbindungen	in Mio.	112	64	112	64	100
Mitarbeiter	Anzahl	161	109	161	109	142

<sup>1)</sup> Inklusive sonstiger betrieblicher Erträge

<sup>2)</sup> Bereinigt um Sondereinflüsse aus dem Börsengang

<sup>3)</sup> Bereinigt um Einmalaufwendungen nicht fortgeführter M&A-Aktivitäten (768 Tsd. €)

Nach dem Motto „Discover and Utilize your Relationships“ stellt die XING AG Geschäftsleuten eine auf ihre Bedürfnisse maßgeschneiderte Internet-Plattform zur Verfügung. Vertriebsprofis, IT-Fachleute oder auch Kommunikationsexperten und Banker brauchen ein effizientes Tool, um ihre beruflichen Kontakte zu managen und daraus echten Mehrwert zu generieren. Längst hat sich Business Networking als wichtiger Erfolgsfaktor etabliert und XING hat diesen Trend nachhaltig geprägt. Aktuell erweitern bereits mehr als 6 Mio. Mitglieder ihr berufliches Kontaktnetzwerk bei XING.

Neben der erfolgreichen Entwicklung zu Europas führendem Online Business Network hat sich die Aktie der XING AG seit dem erfolgreichen Börsengang als erstes Web 2.0 Unternehmen Ende 2006 längst auch am Kapitalmarkt etabliert. Kontinuierlich steigende Nutzerzahlen führen zu wachsenden Umsätzen und Erträgen. Die XING AG hat ihren Hauptsitz in Hamburg und ist mit eigenen Standorten in Barcelona, Peking und in Istanbul auch in strategisch wichtigen Wachstumsmärkten kundennah vertreten. XING bietet ihre gesamten Funktionalitäten bereits in 16 Sprachen und damit in einer einzigartigen Vielfalt an.

# Inhalt



## Überblick

- Kurzprofil und Kennzahlen
- Inhaltsverzeichnis

## An unsere Aktionäre

- 2 Brief des Vorstands

## Zwischenlagebericht

- 4 Entwicklung von  
Geschäft und Branche
- 5 Geschäftsverlauf
- 12 Forschung und  
Produktentwicklung
- 13 Risikobericht
- 14 Ausblick
- 14 Wesentliche Ereignisse nach  
Ende des Berichtszeitraums

## Konzern-Zwischenabschluss

- 15 Konzern-Gewinn-  
und Verlustrechnung
- 16 Konzern-Bilanz
- 18 Konzern-Kapitalflussrechnung
- 19 Konzern-Eigenkapitalveränderungs-  
rechnung
- 20 Erläuterungen zum Konzern-Zwischen-  
abschluss

## Weitere Informationen

- 23 XING-Aktie
- 24 Impressum und Kontakt

# Brief des Vorstands

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

2 ungeachtet der wirtschaftlich unsichereren Zeiten konnte die XING AG ihren Wachstumskurs im dritten Quartal 2008 weiter fortsetzen. Einer anhaltenden Finanzmarktkrise folgen zwangsläufig weitere Krisen in anderen Branchen und auch die Medien werden deren Folgen natürlich spüren. Aber Krisen bieten immer auch Chancen, denn Veränderungen werden durch sie noch beschleunigt. Gerade in wirtschaftlich unsicheren Zeiten bieten wir unseren Mitgliedern vielseitige Chancen, ihr berufliches Netzwerk zu erweitern und daraus echten Mehrwert zu generieren. So konnten wir in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 152 Tsd. zahlende Mitglieder hinzugewinnen. Wachsende Mitgliederzahlen führen zu steigenden Umsätzen und Ergebnisbeiträgen in allen drei Geschäftsbereichen. Dies zeigt, dass sich XING sogar zu den Gewinnern dieser Entwicklung zählen darf.

Wir sind schuldenfrei und neben den steigenden Gewinnen aus dem operativen Geschäft stehen uns liquide Mittel in Höhe von rund 43 Mio. € zur Verfügung. Damit verfügen wir über beste Voraussetzungen, um unseren erfolgreichen Wachstumskurs auch bei einer anhaltenden Finanzmarktkrise konsequent fortzusetzen.

Seit dem Börsengang im Dezember 2006 haben wir unsere Mitgliederzahlen und damit unsere Umsätze und Ergebnisse in jedem Quartal stetig ausgebaut. Mit 9,2 Mio. € Umsatz allein im dritten Quartal 2008 haben wir den Umsatz gegenüber dem dritten Quartal 2007 nahezu verdoppelt. Damit haben wir nach nur neun Monaten einen Umsatz in Höhe von 25,1 Mio. € erzielt und bereits den Gesamtjahresumsatz 2007 um mehr als 28 Prozent übertroffen.

Dieses rasante Wachstum verdanken wir in erster Linie der erfolgreichen Steigerung unserer Mitgliederzahlen, die auch zu einem Anstieg der zahlenden Mitglieder auf 513 Tsd. führte. Vor zwölf Monaten waren es noch 325 Tsd. Premium-Mitglieder.

Auch die neuen Geschäftsbereiche eCommerce und Advertising tragen mittlerweile bereits kräftig zum Umsatz bei. Schon in den ersten neun Monaten des Jahres haben wir 4,8 Mio. € mit den neuen Geschäftsmodellen erzielt. Ihren derzeitigen Umsatzanteil von rund 20 Prozent wollen wir künftig noch weiter ausbauen.

Über das Umsatzwachstum hinaus zählt XING AG zu den wenigen börsennotierten Unternehmen, das ein derart rasantes Umsatzwachstum mit einer überdurchschnittlich hohen Profitabilität vereint. Allein im dritten Quartal 2008 haben wir eine operative EBITDA-Marge von 40 Prozent erzielt. Damit zählt die XING AG zu den profitabelsten Unternehmen an den deutschen Börsen.

Der einzigartige Erfolg und die anhaltend große Wachstumsdynamik von XING sind insbesondere auf hoch motivierte und erfahrene Mitarbeiter zurückzuführen. Ihr Engagement ist unser nachhaltig produktives Kapital. Um die eingeschlagene Wachstumsstrategie weiter erfolgreich umsetzen zu können, haben wir seit Jahresbeginn 52 weitere Mitarbeiter eingestellt. Sie entwickeln neue Ideen und Geschäftsmodelle und unterstützen das Team tatkräftig bei der erfolgreichen Umsetzung zahlreicher neuer Projekte, die unseren Mitgliedern zusätzlichen Mehrwert beim Business Networking verschaffen.

Wie bereits eingangs erwähnt, verfügen wir über beste Voraussetzungen, um unseren erfolgreichen Wachstumskurs auch bei einer anhaltenden Finanzmarktkrise konsequent fortzusetzen. Die vergleichsweise erfreuliche Entwicklung unseres Aktienkurses zeigt, dass wir dafür auch auf das Vertrauen unserer Aktionäre und Aktionärinnen bauen dürfen. Dafür möchten wir uns bei Ihnen auch an dieser Stelle ganz herzlich bedanken.

Hamburg, im November 2008



Lars Hinrichs  
Vorstandsvorsitzender  
und Gründer



Eoghan Jennings  
Finanzvorstand



Burkhard Blum  
Vorstand

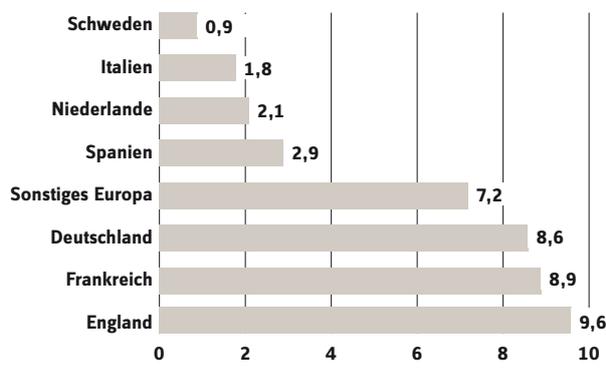
# Zwischenlagebericht

## Entwicklung von Geschäft und Branche

Das Mitgliederwachstum ist in der Social Networking-Branche weiterhin ungebrochen. Nach Einschätzung der Gesellschaft nutzen derzeit weltweit mehr als 250 Mio. Menschen soziale Netzwerke. Damit haben bereits etwa 17 Prozent aller Internetnutzer ein Profil in verschiedensten Online-Communities. Laut den Experten von Datamonitor generieren sie damit Umsatzerlöse von mehr als 600 Mio. €. Nach Einschätzung der Gesellschaft ist die Zahl der Nutzer von sozialen Netzwerken auch im dritten Quartal 2008 weiter gestiegen. Derzeit leben mehr als die Hälfte aller Nutzer in Europa und Asien.

XING fokussiert sich bei ihren Aktivitäten auf den europäischen Markt für Business Networking und hat allein in Europa mehr als 4,6 Mio. Mitglieder. Dabei ist der deutsche Heimatmarkt mit etwa 9 Mio. Mitgliedern in Social Networks nach einer BITKOM-Analyse hinter England und Frankreich der drittgrößte Markt in Europa. Mit rund 2,3 Mio. Mitgliedern in Deutschland verfügt XING hier über einen Marktanteil von mehr als 25 Prozent und beim Business Networking sehen wir uns als klaren Marktführer. Und diese Marktführerschaft hat die XING AG europaweit ausgebaut. So konnte der Marktanteil in Spanien durch die Akquisitionen der Wettbewerber eConozco und Neurona (im Geschäftsjahr 2007) deutlich ausgebaut werden.

Mitglieder in sozialen Netzwerken in Mio.



Quelle: Datamonitor

Mitglieder in sozialen Netzwerken nach Region



Mit knapp 900 Tsd. Mitgliedern ist XING heute das größte Business Netzwerk auf der iberischen Halbinsel. Rund 31 Prozent aller Social Networking-Nutzer in Spanien sind bei XING registriert.

Zu Beginn des ersten Halbjahres 2008 hat die XING AG mit einer Akquisition von cember.net ihre europaweite Marktführerschaft im Business Networking auch auf die Türkei ausgeweitet und sich eine hervorragende Ausgangsposition für weiteres virales Wachstum verschafft.

## Geschäftsverlauf

### Umsatzwachstum ungebrochen

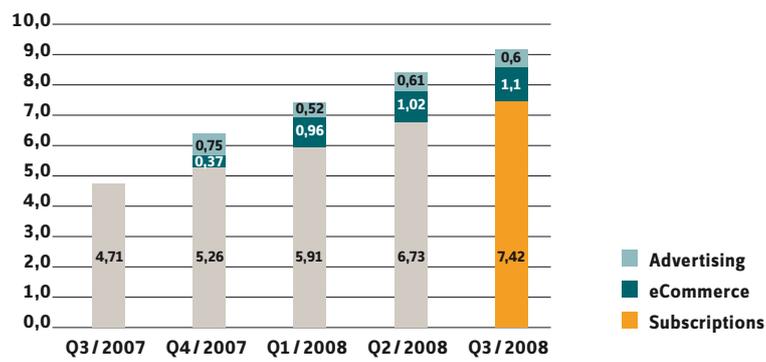
Bereits zu Beginn des dritten Quartals hat die XING AG den Jahresumsatz 2007 übertroffen und mit 25,1 Mio. € nach neun Monaten eine neue Rekordmarke erreicht. Gegenüber dem Vorjahreswert von 13,2 Mio. € hat die Gesellschaft ihren Neunmonatsumsatz nahe zu verdoppelt. Auch im dritten Quartal setzte die XING AG mit 9,2 Mio. € ihr Umsatzwachstum gegenüber dem Vorjahr (Q3/2007: 4,7 Mio. €) fort. Diese anhaltend positive Entwicklung belegt, dass die Gesellschaft eine wiederkehrende und nachhaltig wachsende Erlösquelle aus dem Kerngeschäft mit zahlenden Premium-Mitgliedern geschaffen hat.

Ende September nutzten 513 Tsd. Mitglieder die erweiterten Funktionen und Services über die bezahlte Mitgliedschaft. Entsprechend hat die XING AG ihre **Subscription-Umsätze** weiter gesteigert. In den ersten neun Monaten betragen die Umsätze im Kerngeschäft 20,1 Mio. € gegenüber 12,6 Mio. € im Vorjahreszeitraum. Entsprechend hat die Gesellschaft mit 7,4 Mio. € im Q3/2008 den höchsten Subscription-Umsatz der Unternehmensgeschichte erzielt (Q3/2007: 4,7 Mio. €) und auch im fünften Jahr der Unternehmensgeschichte gezeigt, dass das Wachstum auch zu nachhaltig und stabil wachsenden Erträgen führt.

### XING Stellenmarkt als Umsatztreiber

Neben dem Kerngeschäft der Premium-Mitgliedschaften hat die XING AG bereits im vierten Quartal letzten Jahres neue Geschäftsbereiche eingeführt, die den Mitgliedern einen echten Mehrwert bieten und darüber hinaus auch das Umsatz- und Ergebniswachstum beschleunigt haben. Insbesondere der **Marketplace** ist mit tausenden Stellenangeboten für qualifizierte Fach- und Führungskräfte trotz der jungen Historie bereits zweitgrößter Umsatztreiber der Gesellschaft.

Umsätze aus Dienstleistungen nach Bereichen in Mio. €

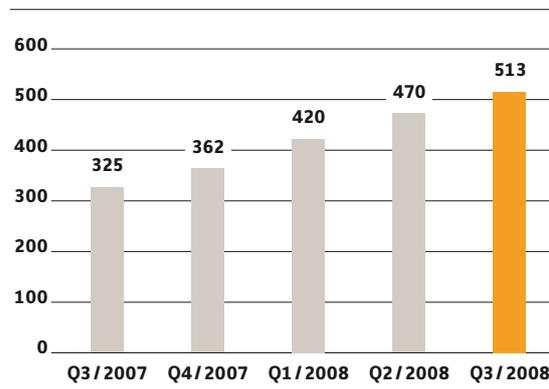


Mit einem Umsatz im Bereich eCommerce von 3,1 Mio. € in den ersten neun Monaten haben sich die Investitionen in die Entwicklung und Implementierung des Marketplace in weniger als sechs Monaten amortisiert. Längst hat sich die Entwicklung dieses zusätzlichen Serviceangebots nicht nur bei Personalentscheidern und Headhuntern etabliert. Das Interesse der XING-Mitglieder an diesem Angebot hat ebenfalls deutlich zugenommen. Nachdem die Gesellschaft bereits in der Anlaufphase im vierten Quartal 2007 rund 1,1 Mio. Klicks auf aktuelle Angebote im Marketplace verzeichnen konnte, ist die Zahl der von Mitgliedern generierten Klicks im dritten Quartal 2008 auf 2,9 Mio. angestiegen.

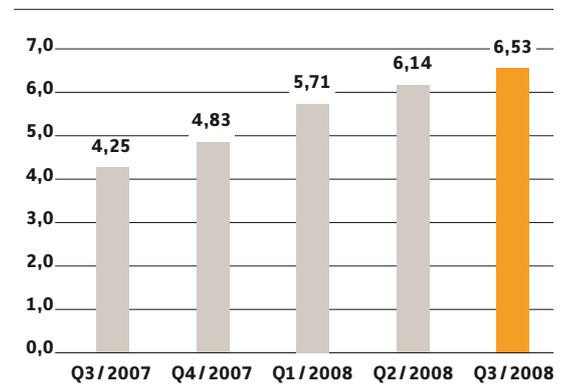
Wegen großer Nachfrage bietet XING Großkunden seit Mitte des dritten Quartals auch maßgeschneiderten Rund-um-Service mit persönlichen Ansprechpartnern und passgenauer Softwareunterstützung, um das Recruiting über XING automatisiert in ihren Prozess einzubinden.

Mit dem Bereich **Advertising** hat sich die XING AG zum Ende des vierten Quartals 2007 eine dritte Erlösquelle erschlossen und mit der zielgruppenorientierten Vermarktung von Werbeflächen in den ersten neun Monaten bereits rund 1,7 Mio. € zusätzliche Umsätze generiert. Davon entfielen rund 600 Tsd. € auf das dritte Quartal. Dieses Geschäftsfeld wird allerdings bewusst sehr dosiert vorangetrieben. Denn der Erfolg der Gesellschaft ist anders als bei vielen rein werbefinanzierten Geschäftsmodellen im Internet nicht von Werbeeinnahmen abhängig. Vielmehr ist es der Gesellschaft gelungen, auf die Networking Bedürfnisse ihrer Mitglieder mit für sie relevanten Services und Funktionalitäten einzugehen und auf dieser Basis Geschäftsmodelle zu etablieren, die weitaus nachhaltiger und wertvoller sind als kurzfristige Werbeeinnahmen. Deshalb wird die XING AG auch in Zukunft die Strategie verfolgen, Werbung zur Monetarisierung der nicht zahlenden Basis-Mitglieder einzusetzen und diese Erlösquelle auch in Zukunft sehr behutsam zu nutzen.

Premium-Mitglieder in Tsd.



Mitgliederanzahl XING AG in Mio.

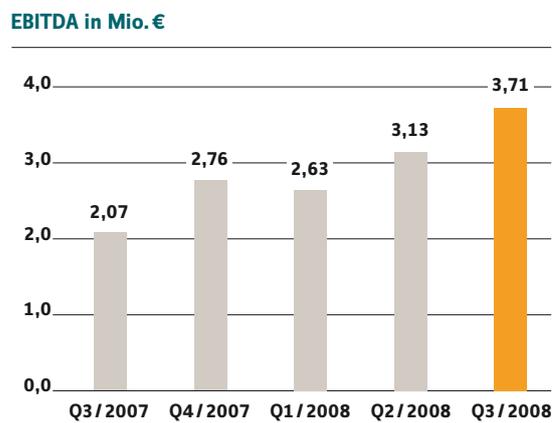
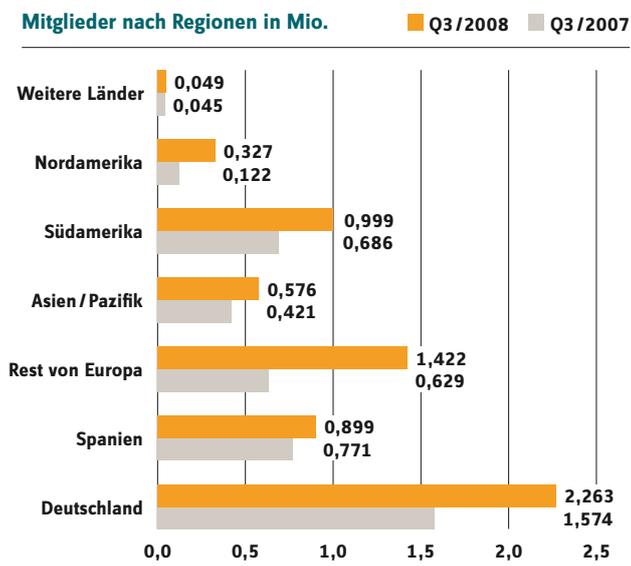


## Skalierbare Geschäftsmodelle sorgen für profitables Wachstum

Die XING AG belegt seit dem Börsengang Ende 2006 und auch wiederum in den letzten neun Monaten, dass die Gesellschaft sehr profitabel und zugleich schnell wächst. Nur sehr wenige börsennotierte Gesellschaften können ein vergleichbares Umsatzwachstum von mehr als 80 Prozent gegenüber dem Vorjahr bei einer EBITDA-Marge von 40 Prozent vorweisen. Die Grundlage für das profitable Wachstum sind die drei skalierbaren Geschäftsbereiche der XING AG. Bereits mit Aufnahme der Geschäftstätigkeit im Jahr 2003 hat sich das Unternehmen eine wiederkehrende und nachhaltige Erlösquelle aufgebaut und Ende 2007 ist es gelungen,

diese mit den Bereichen eCommerce und Advertising durch zwei weitere Geschäftsbereiche zu ergänzen. Im Stammgeschäft der Premium-Mitgliedschaften konnte die XING AG den Anteil der zahlenden Mitglieder von 362 Tsd. zum Jahresende 2007 auf 513 Tsd. Ende September 2008 steigern. Die Gesamtmitgliederbasis von 4,83 Mio. Mitgliedern zum Jahresende 2007 ist bis Ende September auf 6,53 Mio. angewachsen. Damit hat XING ihre Mitgliederzahl innerhalb der letzten neun Monate um mehr als 1,5 Mio. gesteigert.

Im dritten Quartal konnte die XING AG insgesamt 390 Tsd. neue Mitglieder gewinnen. Dabei ist zu beachten, dass sich Business Networking traditionell in der Sommer- und Urlaubszeit weniger wachstumsstark entwickelt. Seit Ende September steigt die Anzahl der Mitglieder und Zahler wieder deutlich stärker als in den Urlaubswochen zuvor.





8

### Marketingoffensive zum Ende der Ferienzeit

Nach dem Ende der Ferienzeit hat die XING AG ihre Marketingaktivitäten im dritten Quartal wieder deutlich forciert. Mit der Dach-Kampagne „My Network Value“ starteten in Italien, Großbritannien, Türkei sowie in Deutschland breit gefächerte Marketinginitiativen.

Durch die Akquisition des spanischen Wettbewerbers Neurona und dessen Integration verfügt die XING AG auch in Italien über eine große Mitgliederbasis. Mit einer ersten Italien-Kampagne

adressierte die Gesellschaft insbesondere die bestehenden Mitglieder. Darüber hinaus konnten große Plakate die Markenbekanntheit von XING weiter erhöhen. Begleitet wurde die Marketing-Kampagne von umfangreichen PR-Aktivitäten.

Der Italien-Kampagne folgten breit angelegte Marketinginitiativen in Istanbul und London.

Nach der erfolgreichen Integration von cember.net hat die XING AG mit dem Start der „My Network Value Kampagne“ in der Türkei eine große öffentliche Aufmerksamkeit in Istanbul erzielt. Die XING AG hieß damit alle neuen Mitglieder will-



kommen und positioniert sich als klarer Marktführer für Business Networking auch in der Türkei. Begleitet wurde die Kampagne mit einer großen Presstour in Istanbul.

Großbritannien ist längst auch ein strategisch sehr interessanter Markt für die XING AG. Die Gesellschaft verfügt hier bereits über gut vernetzte regionale Communities mit langjährigen Mitgliedern. Schon vor dem Start der Marketing-

initiative stieß eine umfangreiche PR-Tour des Vorstandsvorsitzenden in London auf große öffentliche Aufmerksamkeit. In der Folge konnte die XING AG unter der Headline „Start Networking - not just Linkin“ die Markenbekanntheit in Großbritannien weiter ausbauen und sorgte zugleich für eine sprunghaft angestiegene Wahrnehmung und auch Berichterstattung in den Medien. Die Kampagne wurde mit großen Plakaten im Londoner Underground und an allen wichtigen Knotenpunkten der Finanzmetropole visualisiert.



**Neue Guided Tour auf [www.xing.com](http://www.xing.com)**

Obgleich XING über eine breite Palette an Funktionalitäten und nützlichen Tools verfügt, haben viele neue und auch bestehende Mitglieder diese bisher nicht immer bemerkt und optimal genutzt. Mit der neuen Guided Tour erklärt XING nicht nur die Vorteile des klassischen Networking, sondern visualisiert dort sämtliche Funktionalitäten und Tools bei XING, mit denen Mitglieder echten Mehrwert aus ihrem Netzwerk gewinnen. Die Tour ist in allen 16 Plattform-Sprachen verfügbar und wird mit einprägsamen und auch international verständlichen Key Visuals unterstützt, um die Vorteile von XING noch klarer herauszustellen und somit die Anzahl der Neuanmeldungen weiter zu steigern.

**Optimaler Einstieg: Die neue Startseite**

Neben der neuen Guided Tour hat XING auch die Startseite zu XING neu gestaltet. Mit dem neuen Einstiegsfenster werden potenziellen Mitgliedern auf einen Blick „Key-Benefits“ des Netzwerkers auf XING präsentiert. XING steht für globales Netzwerken, Personensuche und die aktive Karriereplanung. Mit den Silhouetten spricht XING sämtliche Nationalitäten in 16 Sprachen an - unabhängig davon, ob es sich bei den Besuchern um Chinesen, Franzosen, Deutsche oder Amerikaner handelt. Auch die für Neumitglieder wichtige Personensuche ist mit der neuen Startseite auf den ersten Blick sichtbar und für eine schnelle Suchanfrage nutzbar.

## XING – Finden Sie Geschäftskontakte per Mausclick

Mit den umfangreichen Suchfunktionen von XING effizienter die richtigen Personen finden



**Globales Networking**  
Kontaktdmanagement

**Personensuche**  
Umfangreiche Suchfunktionen

**Job & Karriere**  
Schülerbewerbungen

### Jetzt kostenlos Mitglied werden!

XING - Globales Networking für Geschäftsleute

[Jetzt kostenlos anmelden!](#)

### Login für XING-Mitglieder

**Benutzername / E-Mail-Adresse**

**Passwort**

Auf diesem Computer automatisch einloggen

[Einloggen](#) [Passwort vergessen?](#)



#### Personensuche

Finden Sie Kontakte, Unternehmen und Arbeitskollegen

Suche nach Name, Firma etc.

[Finden](#)



#### XING für potenzielle Partner

Der beste Weg zu über 5 Millionen Geschäftsleuten aus mehr als 200 Ländern

[Mehr Infos](#)



#### Guided Tour

Erleben Sie die zahlreichen Features von XING

[Tour starten](#)

## Weiterentwicklung des Marketplace für Karriereplanung

Seit September 2008 testet XING mit einer ausgewählten Zielgruppe ein individuelles Bewertungssystem für den Marketplace. Damit können Mitglieder die Relevanz der im eigenen Profil angezeigten Jobangebote bewerten und so die Vorschläge für die persönliche Karriereplanung punktgenau an den eigenen Präferenzen ausrichten. Auf einer Skala von „sehr interessant“ bis „nicht interessant“ beurteilen sie die Relevanz der angezeigten Jobs für die persönliche Karriere. Damit erhöht sich die Passgenauigkeit der Angebote deutlich. Erstmals lässt sich so der Wunsch nach beruflicher Weiterentwicklung abbilden, statt wie bisher Jobangebote nur mit den allgemeinen Angaben in XING-Profilen abzugleichen. Davon profitieren insbesondere Mitglieder, die sich beruflich verändern möchten. Bereits wenige

Bewertungen sind ausreichend, um die Relevanz der Ergebnisse deutlich zu erhöhen. Dabei können abgegebene Bewertungen sich verändernden Karrierewünschen wieder zurückgesetzt und neu vergeben werden. Darüber hinaus kann die Qualität der persönlich angezeigten Jobangebote auch durch die aktive Nutzung der Suchfunktion und der Bewertung der automatisch vorgeschlagenen Angebote verbessert werden. Die Einschätzungen der Angebote durch die Mitglieder erfolgen anonym und sind weder für den Anbieter des Jobs noch für andere Mitglieder sichtbar. Wer nicht bewerten möchte, bekommt weiterhin die Angebote angezeigt, die auf das XING-Profil passen. Nach der Betatest-Phase mit einer Gruppe von 10.000 Nutzern wird das neue Bewertungssystem in Kürze allen Mitgliedern zur Verfügung stehen.

## Forschung und Produktentwicklung

XING gilt als einer der weltweiten Technologieführer im Bereich der Social Networking Plattformen und kann auf eine Vielzahl für die Branche richtungweisender Neueinführungen von Features und Funktionalitäten zurückblicken. Die Neu- und Weiterentwicklungen sowie die interaktiven Serviceleistungen auf der XING-Plattform hatten im dritten Quartal das Ziel, den Nutzen der Plattform für Mitglieder weiter zu erhöhen. Darüber hinaus soll die Performance der Online-Plattform mit immer neuen Funktionalitäten auch den steigenden Anforderungen der wachstumsorientierten Geschäftsstrategie gerecht werden. Tätigkeitsschwerpunkte waren:

- die Integration von cember.net zu XING inklusive Netzwerk und Mitglieder lief reibungslos und war technisch und operativ ein großer Erfolg
- die Implementierung eines neuen Registrierungsablaufs, mit dem Ziel einer vereinfachten Registrierung
- SEO-Maßnahmen für den Marketplace sowie der Implementierung eine Kampagnenfunktionalität für Spanien und Italien

- eine überarbeitete Homepage mit neuem Design
- Architekturarbeiten vor dem Hintergrund der künftigen Weiterentwicklung und technischen Implementierung innovativer opensocial Features in 2009
- die beginnenden Entwicklungen zur Vorbereitung der Einführung weiterer ertragsbringender Funktionen auf der Plattform.

Auch der Ausbau der IT-Infrastruktur wurde im ersten Halbjahr weiter fortgesetzt. So kann XING auch in Zukunft einer ständig wachsenden Zahl von Benutzern eine weltweit bestmögliche Performance-Qualität bieten. Außerdem hat die Gesellschaft die konsequente Verteilung ihrer IT-Infrastruktur auf mehrere Rechenzentren zur weiteren Minimierung von Ausfallrisiken erfolgreich abgeschlossen. Darüber hinaus wurde im Bereich der Performance-Optimierung und Stabilität der Plattform eine Reihe von Maßnahmen erfolgreich vorangetrieben.

Zur Sicherstellung des Betriebs und der Weiterentwicklung der Plattform setzt XING neben der bewährten Perl-Technologie auf das innovative Web-Entwicklungsframework Ruby on Rails. XING tritt hierbei als führender Arbeitgeber in diesem innovativen Bereich der Software-Entwicklung auf und macht auch bei Fachkonferenzen und Veranstaltungen innerhalb der Rails-Community gezielt durch Sponsoring und Fachbeiträge auf sich aufmerksam.

## Risikobericht

Die permanente Überwachung und das Management von Risiken zählen zu den zentralen Aufgaben eines börsennotierten Unternehmens. Zu diesem Zweck hat die XING AG das nach § 91 Abs. 2 AktG erforderliche Risikomanagementsystem zur unternehmensweiten Früherkennung von Chancen und Risiken implementiert. Dieses wird vor dem Hintergrund aktueller Markt- und Unternehmensentwicklungen fortlaufend optimiert. Die Funktionsfähigkeit des Systems wurde wie auch im Vorjahr durch die Konzernabschlussprüfer bestätigt.

Jeder einzelne Mitarbeiter ist aufgefordert, aktiv potenzielle Schäden vom Unternehmen abzuwenden. Alle Beschäftigten haben die Aufgabe, jede Gefahr in ihrem Verantwortungsbereich unverzüglich zu beseitigen und bei Hinweisen auf entstehende oder existierende Risiken umgehend die jeweiligen Ansprechpartner zu informieren. Die Voraussetzungen hierfür sind die Kenntnis des Risikomanagementsystems und ein möglichst hohes Risikobewusstsein der Mitarbeiter. Deshalb macht die Gesellschaft ihre Mitarbeiter in regelmäßigen Einführungsveranstaltungen und durch Informationsmaterial mit dem Risikomanagementsystem vertraut und sensibilisiert sie für die Bedeutung des Risikomanagements.

Die Gesellschaft identifiziert und analysiert kontinuierlich potenzielle Risiken. Dabei bewertet sie die erkannten Gefahren systematisch nach der Wahrscheinlichkeit ihres Eintritts und dem zu erwartenden potenziellen Schaden. Im Jahr 2007 hat eine umfassende Risikoinventur stattgefunden, bei der neue potenzielle Risiken identifiziert sowie bestehende Risiken gegebenenfalls neu bewertet wurden. Seit Anfang 2008 führt die XING AG regelmäßig Risikoinventuren durch.

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

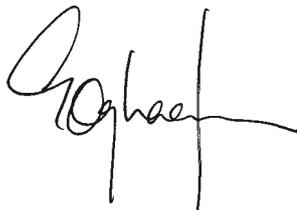
## Ausblick

Wie schon im Geschäftsjahr 2007 hat die XING AG in den vergangenen neun Monaten gezeigt, dass sie ein wachstumsstarkes und zugleich nachhaltiges Geschäftsmodell etabliert hat. Die derzeitige Krise an den Kapitalmärkten hat das Unternehmen bisher nicht belastet. Das Management der XING AG sieht hier sogar Chancen für die kommenden Monate. Denn insbesondere in Krisensituationen sind ein breit gefächertes persönliches Netzwerk und die damit verbundenen Möglichkeiten wichtige Bausteine für den beruflichen und geschäftlichen Erfolg. In den kommenden Monaten wird sich die XING AG verstärkt der Entwicklung und Implementierung weiterer Erlösquellen bzw. neuer Dienstleistungen und Funktionalitäten für ihre Mitglieder widmen. Die Gesellschaft geht davon aus, dass die gesamte Social Networking-Branche insbesondere für Geschäftsleute in den kommenden Jahren weiter an Bedeutung gewinnen wird.

Hamburg, den 22. Oktober 2008



Lars Hinrichs  
Vorstandsvorsitzender  
und Gründer



Eoghan Jennings  
Finanzvorstand



Burkhard Blum  
Vorstand

## Wesentliche Ereignisse nach Ende des Berichtszeitraums

Nach Ablauf des dritten Quartals 2008 haben sich keine wesentlichen Ereignisse ergeben.

# Konzern-Zwischenabschluss

## Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung vom 1. Januar bis 30. September 2008<sup>1)</sup>

	01.07.2008 - 30.09.2008 in Tsd. €	01.07.2007 - 30.09.2007 in Tsd. €	01.01.2008 - 30.09.2008 in Tsd. €	01.01.2007 - 30.09.2007 in Tsd. €
Umsatzerlöse aus Dienstleistungen	9.115	4.710	24.894	12.601
Sonstige betriebliche Erträge	63	303	196	629
<b>Gesamte Umsatzerlöse</b>	<b>9.178</b>	<b>5.013</b>	<b>25.090</b>	<b>13.230</b>
Materialaufwand	0	-4	-27	-4
Personalaufwand und freie Mitarbeiter	-1.896	-1.170	-6.098	-4.078
Marketingaufwand	-1.333	-226	-3.302	-966
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-2.237	-1.631	-6.957	-4.772
<b>EBITDA</b>	<b>3.712</b>	<b>1.982</b>	<b>8.706</b>	<b>3.410</b>
Abschreibungen	-1.167	-916	-2.094	-1.833
<b>EBIT</b>	<b>2.545</b>	<b>1.066</b>	<b>6.612</b>	<b>1.577</b>
Finanzerträge	397	313	1.053	1.028
Finanzaufwendungen	-4	-11	-17	-40
<b>EBT</b>	<b>2.938</b>	<b>1.368</b>	<b>7.648</b>	<b>2.565</b>
Aufwendungen aus Ertragsteuern	-1.168	-197	-2.928	-215
<b>Gesamt Periodenergebnis</b>	<b>1.770</b>	<b>1.171</b>	<b>4.720</b>	<b>2.350</b>
Davon entfallen auf:				
Anteilseigner des Mutterunternehmens	1.792	1.171	4.773	2.350
Minderheitenanteile	-22	0	-53	0
	<b>1.770</b>	<b>1.171</b>	<b>4.720</b>	<b>2.350</b>
Ergebnis je Aktie (unverwässert)	0,34	0,23	0,92	0,45
Ergebnis je Aktie (verwässert)	0,33	0,22	0,89	0,44

<sup>1)</sup> Es kann zu rundungsbedingten Abweichungen kommen.

## Konzern-Bilanz zum 30. September 2008<sup>1)</sup>

AKTIVA	30.09.2008 in Tsd. €	31.12.2007 in Tsd. €
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>		
Immaterielle Vermögenswerte		
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	4.718	2.054
Erworbene Software	288	307
Selbst entwickelte Software	4.078	2.934
Geschäfts- oder Firmenwert	13.440	9.280
Sachanlagen		
EDV-Hardware und sonstige Geschäftsausstattung	1.669	2.487
Finanzanlagen		
Beteiligungen	0	200
Andere finanzielle Vermögenswerte	20	132
Latente Steueransprüche	681	1.626
	<b>24.894</b>	<b>19.020</b>
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>		
Vorräte		
Waren	26	20
Forderungen und sonstige Vermögenswerte		
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	3.762	2.121
Sonstige Vermögenswerte	3.328	376
Steueransprüche	105	219
Zahlungsmittel und kurzfristige Einlagen	42.563	37.844
Zur Veräußerung gehaltene kurzfristige Vermögenswerte	200	0
	<b>49.984</b>	<b>40.580</b>
	<b>74.878</b>	<b>59.600</b>

<b>PASSIVA</b>	<b>30.09.2008</b> in Tsd. €	<b>31.12.2007</b> in Tsd. €
<b>Eigenkapital</b>		
Gezeichnetes Kapital	5.202	5.202
Kapitalrücklagen	38.517	38.517
Sonstige Rücklagen	1.324	636
Bilanzertag	6.518	1.744
	<b>51.561</b>	<b>46.099</b>
Minderheitenanteile	-82	-117
	<b>51.479</b>	<b>45.982</b>
<b>Langfristige Verbindlichkeiten</b>		
Verbindlichkeiten Finanzierungsleasing	8	240
Latente Steuerverbindlichkeiten	2.384	1.533
Passive Rechnungsabgrenzung	600	540
	<b>2.992</b>	<b>2.313</b>
<b>Kurzfristige Verbindlichkeiten</b>		
Verbindlichkeiten Finanzierungsleasing	164	160
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	3.865	2.320
Passive Rechnungsabgrenzung	9.061	6.380
Sonstige Verbindlichkeiten	5.441	1.702
Steuerverbindlichkeiten	1.876	743
	<b>20.407</b>	<b>11.305</b>
	<b>74.878</b>	<b>59.600</b>

<sup>1)</sup> Es kann zu rundungsbedingten Abweichungen kommen.

## Konzern-Kapitalflussrechnung vom 1. Januar bis 30. September 2008<sup>1)</sup>

	01.07.2008 - 30.09.2008 in Tsd. €	01.07.2007 - 30.09.2007 in Tsd. €	01.01.2008 - 30.09.2008 in Tsd. €	01.01.2007 - 30.09.2007 in Tsd. €
Ergebnis vor Steuern	2.938	1.368	7.648	2.565
Abschreibungen	940	586	1.513	885
Abschreibungen auf aktivierte Entwicklungskosten	227	330	581	948
Personalkosten Aktienoptionsprogramm	286	149	788	416
Zinserträge	-397	-313	-1.053	-1.028
Erhaltene Zinsen	397	308	1.053	1.026
Zinsaufwendungen	4	11	17	40
Gezahlte Zinsen	0	-1	-2	-11
Gewinn von Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens	0	0	-2	0
Veränderung der Forderungen und sonstiger Aktiva	-1.422	91	-4.491	141
Veränderung der Verbindlichkeiten und sonstiger Passiva	54	-274	2.633	-1.506
Veränderung der sonstigen Aktiva und Passiva durch die Akquisition konsolidierter Unternehmen	0	0	38	0
Veränderung der Erlösabgrenzung	611	429	2.740	1.556
<b>Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit</b>	<b>3.638</b>	<b>2.684</b>	<b>11.463</b>	<b>5.030</b>
Erwerb von selbst entwickelter Software	-779	-550	-1.725	-1.831
Erwerb von sonstiger Software	-67	4	-92	-159
Erwerb von sonstigen immateriellen Vermögenswerten	-687	-3	-1.302	-3
Erlös von Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens	0	0	3	0
Erwerb von Sachanlagen	-439	-310	-1.034	-912
Akquisition konsolidierter Unternehmen (abzüglich erworbener Finanzmittel)	0	-1.193	-2.209	-9.927
Erwerb von Minderheitenanteilen	0	0	-365	0
Investitionen in andere finanzielle Vermögenswerte	-2	0	118	-106
<b>Cashflow aus Investitionstätigkeit</b>	<b>-1.974</b>	<b>-2.052</b>	<b>-6.606</b>	<b>-12.937</b>
Tilgung von Schulden aus Finanzierungsleasing	-42	-58	-122	-114
Gezahlte Zinsen	-4	-10	-16	-29
<b>Cashflow aus Finanzierungstätigkeit</b>	<b>-46</b>	<b>-68</b>	<b>-138</b>	<b>-143</b>
Veränderung des Finanzmittelbestands	1.618	564	4.719	-8.050
Finanzmittelbestand zu Beginn der Periode	40.945	36.611	37.844	45.225
<b>Finanzmittelbestand am Ende der Periode</b>	<b>42.563</b>	<b>37.175</b>	<b>42.563</b>	<b>37.175</b>

<sup>1)</sup> Es kann zu rundungsbedingten Abweichungen kommen.

# Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung vom 1. Januar bis 30. September 2008<sup>1)</sup>

	Auf Gesellschafter des Mutterunternehmens entfallendes Eigenkapital						Eigenkapital gesamt in Tsd. €
	Gezeichnetes Kapital in Tsd. €	Kapital- rücklagen in Tsd. €	Sonstige Rücklagen in Tsd. €	Bilanz- gewinn in Tsd. €	Summe in Tsd. €	Minderheiten- anteile in Tsd. €	
<b>Stand 01.01.2007</b>	<b>5.202</b>	<b>38.517</b>	<b>53</b>	<b>- 2.862</b>	<b>40.910</b>	<b>0</b>	<b>40.910</b>
Währungsumrechnung	0	0	- 31	0	- 31	0	- 31
Summe des direkt im Eigenkapital erfassten Ergebnisses	0	0	- 31	0	- 31	0	- 31
Periodenergebnis	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	0	417	0	417	0	417
<b>Stand 30.09.2007</b>	<b>5.202</b>	<b>38.517</b>	<b>440</b>	<b>- 513</b>	<b>43.645</b>	<b>0</b>	<b>43.645</b>
<b>Stand 01.01.2008</b>	<b>5.202</b>	<b>38.517</b>	<b>637</b>	<b>1.744</b>	<b>46.100</b>	<b>- 117</b>	<b>45.983</b>
Währungsumrechnung	0	0	- 101	0	- 101	0	- 101
Summe des direkt im Eigenkapital erfassten Ergebnisses	0	0	- 101	0	- 101	0	- 101
Periodenergebnis	0	0	0	4.773	4.773	- 52	4.721
Gesamtes Periodenergebnis	0	0	- 101	4.773	4.672	- 52	4.620
Erwerb von Minderheitenanteile	0	0	0	0	0	87	87
Personalkosten Aktienoptionsprogramm	0	0	788	0	788	0	788
<b>Stand 30.09.2008</b>	<b>5.202</b>	<b>38.517</b>	<b>1.324</b>	<b>6.518</b>	<b>51.561</b>	<b>- 82</b>	<b>51.479</b>

<sup>1)</sup> Es kann zu rundungsbedingten Abweichungen kommen.

# Erläuterungen zum Konzern-Zwischenabschluss zum 30. September 2008

## Grundlage der Abschlusserstellung sowie Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Der Konzern-Zwischenabschluss für die 9-Monatsperiode zum 30. September 2008 wurde in Übereinstimmung mit den von der EU verabschiedeten International Financial Reporting Standards (IAS 34) erstellt. Der Betrachtungszeitraum umfasst den Zeitraum vom 1. Januar 2008 bis zum 30. September 2008. Als Vorperiode wird der Zeitraum vom 1. Januar 2007 bis zum 30. September 2007 dargestellt.

Die angewandten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden dieses Zwischenberichts entsprechen den angewandten Methoden des Halbjahresberichts zum 30. Juni 2008.

### Konsolidierungskreis

Der Konsolidierungskreis im Konzern-Zwischenabschluss umfasst folgende Unternehmen:

	30.09.2008	31.12.2007	Erstkonsolidierung
	in %	in %	
openBC China Ltd., China	85	55	2006
openBC Network Technology (Beijing) Co. Ltd., China <sup>1)</sup>	85	55	2006
Grupo Galenicom Tecnologias de la Información, S.L., (eConozco), Spanien	100	100	2007
XING International Holding GmbH, Deutschland	100	100	2007
Neurona Networking, S.L., (Neurona), Spanien <sup>2)</sup>	100	100	2007
EUDA Uluslararası Danışmanlık ve Bilisim Hizmetleri Limited Sirketi (cember.net), Türkei <sup>3)</sup>	80	0	2008
XING Switzerland GmbH, Schweiz <sup>4)</sup>	100	0	2008

<sup>1)</sup> Die XING AG hält 85 Prozent der Anteile an der openBC China Ltd., China, welche wiederum 100 Prozent der Anteile an der openBC Network Technology (Beijing) Co. Ltd., China, hält.

<sup>2)</sup> 100 Prozent werden mittelbar über Anteile in Höhe von 100 Prozent an der XING International Holding GmbH, Deutschland, gehalten.

<sup>3)</sup> 80 Prozent werden mittelbar über Anteile in Höhe von 79,5 Prozent an der XING International Holding GmbH und in Höhe von 0,5 Prozent an der XING AG gehalten.

<sup>4)</sup> XING Switzerland GmbH wurde am 23.9.08 in Sarnen, Schweiz gegründet. 100 Prozent des Stammkapitals werden mittelbar über Anteile in Höhe von 100 Prozent an der XING International Holding GmbH, Deutschland, gehalten.

### Aktienoptionsplan

Es wurden im Rahmen des Aktienoptionsprogramms 2008 am 5. September 2008 66.137 Aktienoptionen an ausgewählte Mitarbeiter ausgegeben. Zum Ende des dritten Quartals wurde ein Betrag von insgesamt 788 Tsd. € an Aufwendungen gebucht, davon entfallen 22 Tsd. € auf den neuen Aktienoptionsplan. Die erwartete Laufzeit des Optionsrechts liegt zwischen 3,5 und 4,5 Jahren. Der gewichtete beizulegende Zeitwert für den ausstehenden Aktienoptionsplan 2008 beträgt € 9,86. Die Bewertung des Aktienoptionsplans wurde von Mercer Deutschland GmbH vorgenommen und beruht auf denselben Bewertungsmethoden und aktualisierten Annahmen, die für den Aktienoptionsplan 2006 gelten.

## Zusammensetzung der sonstigen betrieblichen Aufwendungen

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

	01.01.2008 - 30.09.2008 in Tsd. €	01.01.2007 - 30.09.2007 in Tsd. €
Rechtsberatungs-, Prüfungs- und Buchführungskosten	1.447	865
IT-Dienstleistungen, betriebswirtschaftliche Dienstleistungen und Dienstleistungen für neue Märkte	1.736	1.220
Server-Hosting, Verwaltung und Traffic	1.174	776
Kosten für Zahlungsabwicklung	1.079	452
Reise-, Bewirtungs- und sonstige Geschäftskosten	301	287
Übrige	1.221	1.173
<b>Gesamt</b>	<b>6.958</b>	<b>4.772</b>

Die übrigen Aufwendungen umfassen Ausgaben für Public Relations- und Investor Relations-Aktivitäten, Aufsichtsratsvergütung, Raumkosten, Versicherungskosten usw.

## Segmentinformationen

Die XING AG verfügt über ein berichtspflichtiges Segment mit den Bereichen Premium-Mitgliedschaften (u. a. Umsätze aus Abonnement-Mitgliedschaften und Premium-Gruppen), Advertising (u. a. Werbeeinnahmen), eCommerce (u. a. Marketplace) und Sonstige.

	01.07.2008 - 30.09.2008 in Tsd. €	01.01.2008 - 30.09.2008 in Tsd. €
Premium-Mitgliedschaften	7.416	20.059
eCommerce	1.097	3.075
Advertising	600	1.732
Sonstige	2	28
<b>Umsatzerlöse aus Dienstleistungen</b>	<b>9.115</b>	<b>24.894</b>

	01.07.2008 - 30.09.2008 in Tsd. €	01.01.2008 - 30.09.2008 in Tsd. €
Deutschland	7.406	19.759
Rest Europa	1.540	4.386
Asien / Pazifik	64	202
Amerika	97	295
Andere	9	252
<b>Umsatzerlöse aus Dienstleistungen</b>	<b>9.115</b>	<b>24.894</b>

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

### Nahe stehende Unternehmen und Personen

Die epublica GmbH, Hamburg, die Aktionärin der Gesellschaft ist und die Software für die XING-Plattform entwickelt, erbrachte im Berichtszeitraum gegenüber XING Leistungen in Höhe von 1.636 Tsd. € (Vorperiode: 1.499 Tsd. €).

### Wesentliche Ereignisse während und nach der Zwischenberichtsperiode

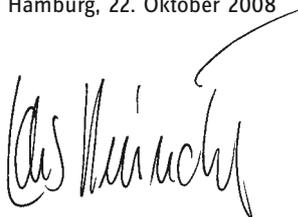
Nach Ablauf der 9-Monatsperiode haben sich keine wesentlichen Ereignisse ergeben.

### Directors' Dealings

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

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

Hamburg, 22. Oktober 2008



Lars Hinrichs  
Vorstandsvorsitzender  
und Gründer



Eoghan Jennings  
Finanzvorstand



Burkhard Blum  
Vorstand

# XING-Aktie

## Wichtige Kennzahlen zur XING-Aktie

	Q3 / 2008	Q3 / 2007
XETRA-Schlusskurs	29,94 €	37,99 €
Höchstkurs	35,50 €	50,79 €
Tiefstkurs	28,00 €	30,80 €
Marktkapitalisierung	155,7 Mio. €	197,6 Mio. €
Durchschnittliches Handelsvolumen je Handelstag	8.441	11.005
Rang im TecDAX		
nach Umsatz	62	54
nach Börsenkapitalisierung	44	51
Ergebnis je Aktie (unverwässert)	0,34 €	0,23 €
Operativer Cashflow je Aktie	0,70 €	0,52 €
Eigenkapital pro Aktie	9,90 €	8,84 €

## Stammdaten zur XING-Aktie

Anzahl Aktien	5.201.700
Aktienart	Namensaktien
Börsengang	7. Dezember 2006
Trading Symbol	O1BC
Wertpapierkennnummer (WKN)	XNG888
ISIN	DE000XNG8888
Bloomberg	O1BC
Reuters	OBCGn.DE
Marktsegment	Prime Standard
Börsen	Berlin, Bremen, Düsseldorf, Frankfurt, München, Stuttgart

## Aktienkursentwicklung im Vergleich zu den Indizes

	Q3 / 2008	Q1 bis Q3 / 2008
XING	- 12 %	- 32 %
TecDAX	- 11 %	- 30 %
DAX	- 9 %	- 28 %
SDAX	- 20 %	- 35 %

# Impressum und Kontakt

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

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

Presseinformationen und  
aktuelle Informationen zur  
XING AG erhalten Sie über:

## **XING AG**

Gänsemarkt 43  
20354 Hamburg

## **Investor Relations**

Telefon +49 40 41 91 31-793  
Telefax +49 40 41 91 31-11  
[ir@xing.com](mailto:ir@xing.com)

## **Corporate Communications**

Telefon +49 40 41 91 31-10  
Telefax +49 40 41 91 31-11  
[presse@xing.com](mailto:presse@xing.com)

## **Chefredakteur**

Patrick Möller

## **Fotos**

Holde Schneider, Hamburg  
XING AG, Hamburg

## **Konzept und Gestaltung**

HGB Hamburger Geschäftsberichte  
GmbH & Co. KG

**POWERING RELATIONSHIPS**  
**WWW.XING.COM**