



XING 

Willkommen zur Hauptversammlung der XING AG

Hamburg
21. Mai 2008



Lars Hinrichs
Vorstandsvorsitzender
& Gründer (CEO)



Eoghan Jennings
Finanzvorstand
(CFO)

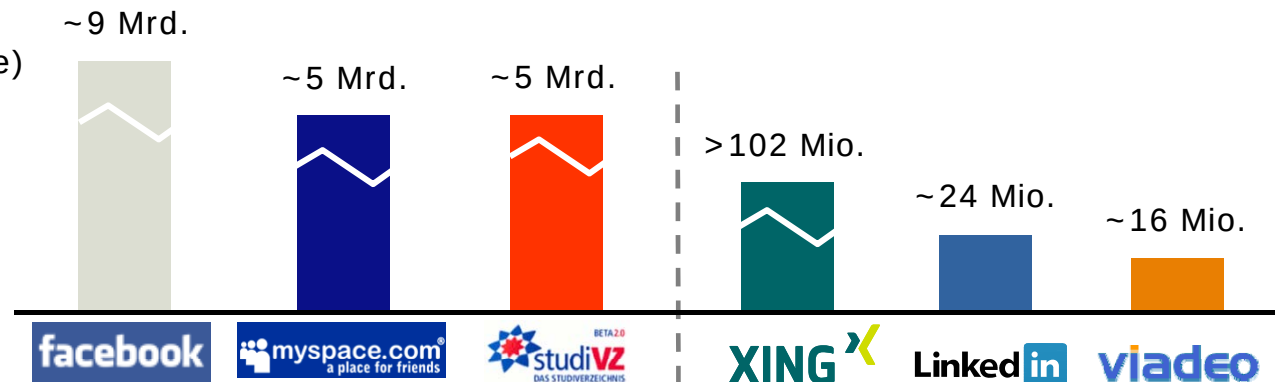


Burkhard Blum
Vorstand

02 Geschäftliche & private soziale Netzwerke



Seitenaufrufe (Europa)
Im März 2008 (ComScore)



	Private soziale Netzwerke	Business Netzwerke
Bedürfnisse	“In” sein Dazugehören	Zugang zu neuen Karriere-Möglichkeiten und Geschäften
Wert für den Nutzer	Dating Selbstdarstellung Freizeitgestaltung	Effizientes Kontaktmanagement Neue Geschäftskontakte Neue Karriere-Chancen Wissenesaustausch mit Experten
Monetarisierung	Überwiegend Werbung	Mitgliedsgebühren + Zusatz-Services
Demografische Einteilung	15-30	25-65+
Wachstumstreiber	Hype bzw. Trend “Coolness”-Faktor	Aktivität Sprungbrett für die Karriere Veränderung von Bedürfnissen
Funktionen & Tools	Blogs, Widgets, Bilder, Videos	Suche, Marketplace, Professionelle Lebensläufe

03 86 Millionen Kontaktverbindungen



Ihre Verbindung zu Dr. Robert Wessel



Lars Hinrichs  
XING AG

.....



Frank Beringer  
Barnes & Partners

.....



Dr. Robert Wessel 
KNBS Consulting



Zeige die 58 verschiedenen Verbindungen zu Dr. Robert Wessel

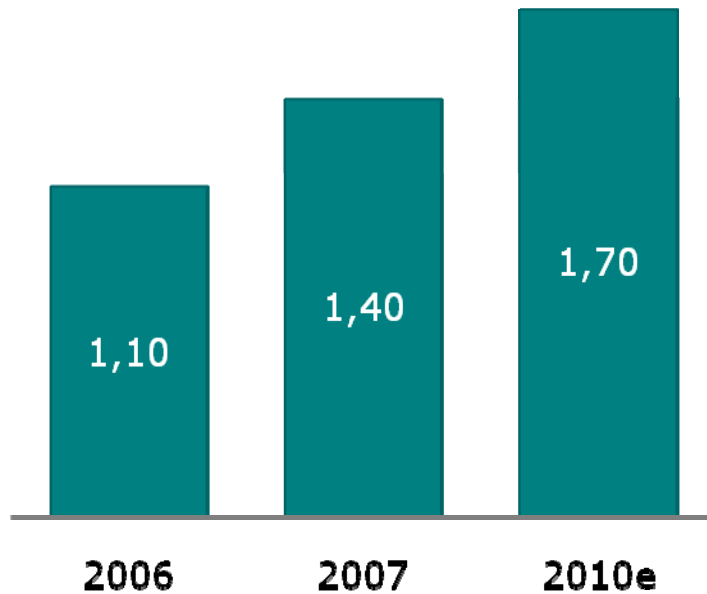
86.000.000 potenzielle...

- › ... Geschäftsabschlüsse
- › ... Geschäftsideen
- › ... Expertengespräche
- › ... Empfehlungen
- › ... Möglichkeiten zur Mitarbeiterrekrutierung

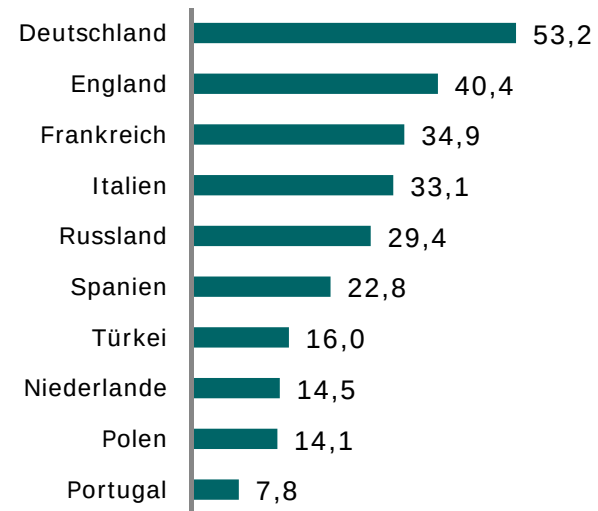
04 Internetwachstum

Die größten Internet-Sprachräume

Wachstum
Internetnutzer weltweit in Mrd.*



Wachstum
Internetnutzer Europa in Mio.*



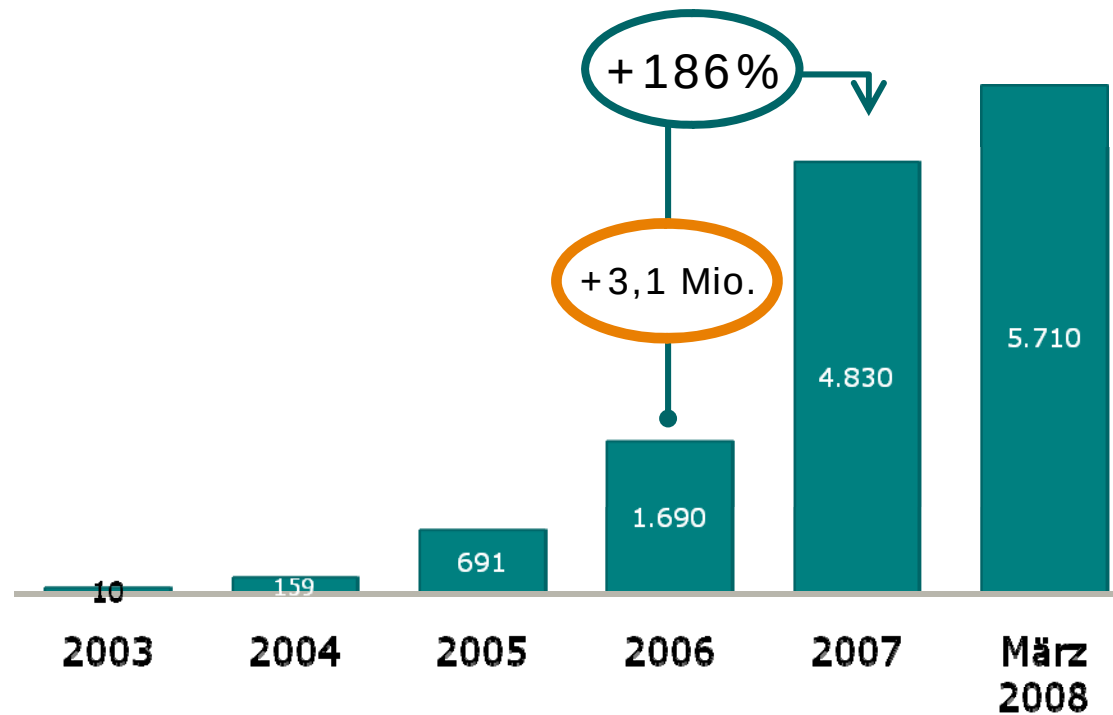
*Quelle: www.internetworldstats.com

05 Mitgliederwachstum seit Gründung

3,1 Millionen neue Mitglieder in 2007



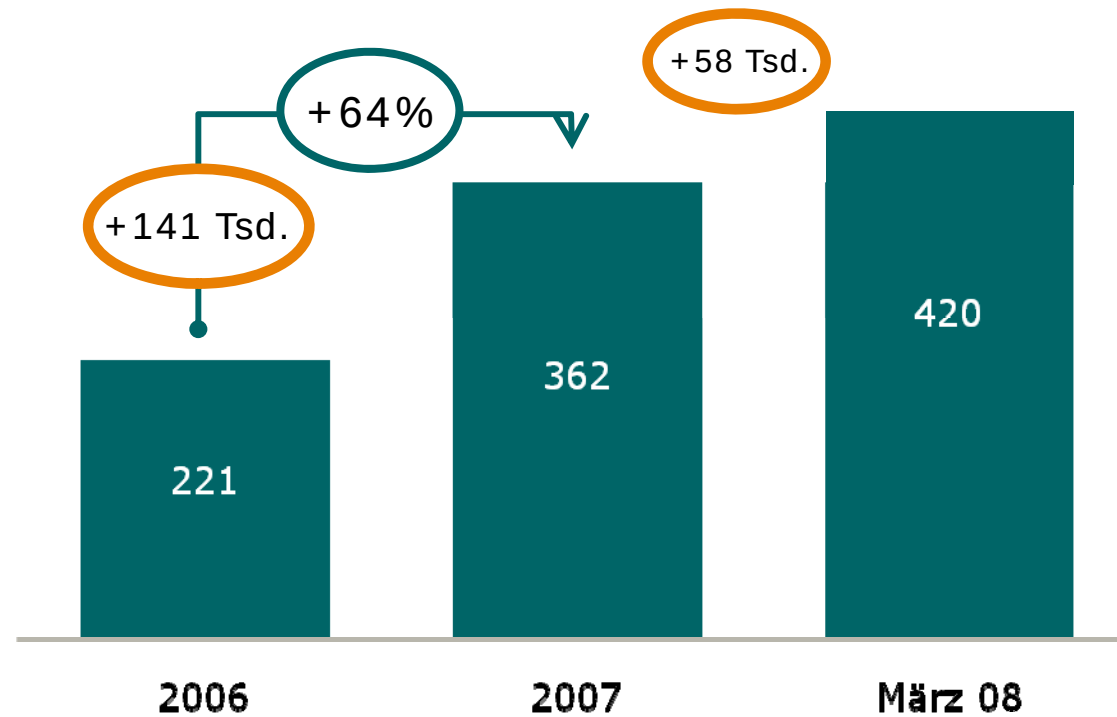
Mitgliederentwicklung in Tsd.



06 Premium-Mitglieder

Wachstum auch in 2008 ungebrochen

Premium-Mitglieder 2006 vs. 2007 und Q1'2008



07 Neue Geschäftsmodelle

XING steht zukünftig auf drei Säulen



Premium-Mitgliedschaft (seit Gründung)	eCommerce (seit 10/07)	Werbung (seit 12/07)
• Gesichert • Erfolg bestätigt • Flexibel • 420 Tsd. Zahler	• Marketplace • Partnerschaften • "Best Offers"	• Unterschiedliche Werbeformen und Werbeflächen • Nur für Basis-Mitglieder
		
Stabiles Wachstum	Großes Wachstumspotenzial	Großes Wachstumspotenzial

08 eCommerce: XING Marketplace

Mehrwert gegenüber klassischen Stellenbörsen im Internet



Abgleich von Angeboten und Kandidaten

Stellenangebote werden mit den Profilen unserer Mitglieder abgeglichen und passende Angebote auf der Startseite angezeigt

Kaum Streuverluste für Personalsuchende

Latent Jobsuchende können erreicht werden

Die besten Kandidaten sind fest im Sattel und vielleicht gar nicht aktiv auf Jobsuche, können aber über XING gefunden werden

Soziales Umfeld nutzen

Ansprachen über Empfehlungen aus dem sozialen Umfeld haben sich etabliert

XING Umfeld ist Ideal für Job-Empfehlungen unter Mitgliedern

Der **XING Marketplace** macht Personalbeschaffung effizienter durch gezielte Adressierung von Kandidaten die gesucht werden



09 Werbung Die dritte Säule



The screenshot shows the XING website interface. At the top, there's a navigation bar with links like 'Start', 'Mitglieder', 'Nachrichten', 'Adressbuch', 'Gruppen', 'Termine', 'Marketplace', and 'PremiumWorld'. Below this, there's a search bar and a section for 'Besucher meines Profils' (Visitors of my profile) listing users like Nina Heil and Katrin Oswald. There's also a section for 'Angebote, die zu Ihrem Profil passen' (Offers that fit your profile) with various job and service listings. A large orange magnifying glass is drawn over the 'Mein Netzwerk' (My network) section, which displays statistics: 46 Direct contacts, 5,978 contacts of contacts, and 416,195 contacts at 3 degrees. Below this, there's a section for 'Meine nächsten Termine' (My next events) and 'Meine letzten Gruppen-Artikel' (My last group articles).

- Vermarktungsstart 12/07
- Relevante Werbung durch demografische und geografische Ansprache
- Zusätzliche Werbeeinnahmen ermöglichen schnellere Investitionen in die Entwicklung neuer Funktionalitäten für unsere Mitglieder
- Werbung für mehr als 5 Mio. Mitglieder
- Keine Werbung für Premium-Mitglieder
- 521 Tsd. € in Q1/2008

10 Wert einer Community = Aktivität

Hochwertiges Netzwerk durch Mitgliederwachstum & Aktivität

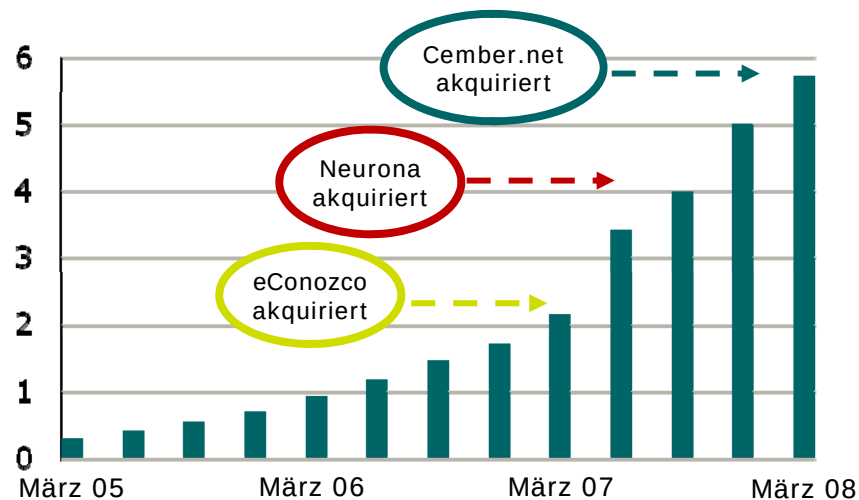


$$\text{Wert eines sozialen Netzwerks} = \text{Mitglieder} \times \text{Aktivität}$$

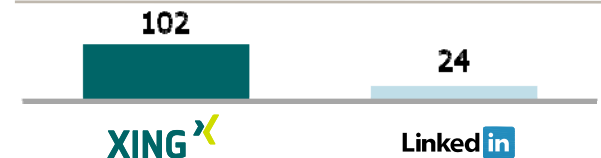
5,7 Mio. Mitglieder durch organisches Wachstum und Akquisitionen

>90% der XING Premium-Mitglieder haben sich in den letzten 30 Tagen angemeldet

Mitglieder in Mio.



Seitenaufrufe in Mio.*



Unique visitors in Mio.*



Hinweis: März 2008 (Europoa), XING inc. cember.net
Quellen: ComScore Networks, Inc.; XING

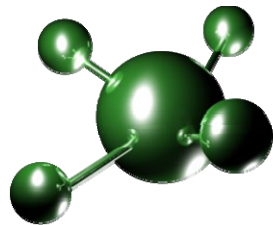


Burkhard Blum
(Vorstand)

12 XING leitet Konsolidierung ein... ...und wird Marktführer in Spanien



420 Millionen spanische Muttersprachler weltweit –
davon **113** Millionen spanischsprachige Internetnutzer



eConozco



Akquiriert im März 2007

- Erste Akquisition eines sozialen Netzwerks durch ein anderes SN weltweit
- 150 Tsd. Mitglieder zum Zeitpunkt des Erwerbs
- Integration mit über 400 Tsd. Mitgliedern
- Kaufpreis: ~1,2 Millionen Euro

Akquiriert im Juni 2007

- Kritische Masse in wichtigen Städten wie Barcelona (2%) und Madrid (1%) erreicht
- Rund 40% aller Mitglieder in Südamerika
- Kaufpreis: ~9,6 Millionen Euro

Türkei:
Aufstrebende Volkswirtschaft mit
mehr als 70 Millionen Einwohnern



- Dritte Akquisition seit IPO
- Zunehmende Internetpenetration schafft großes Wachstumspotenzial
- Schnell wachsende Volkswirtschaft
- cember.net hat bereits etablierte Geschäftsmodelle (Premium-Mitgliedschaften & Werbung)
- Kaufpreis: ~4,4 Millionen Euro
- Marktführer in der Türkei



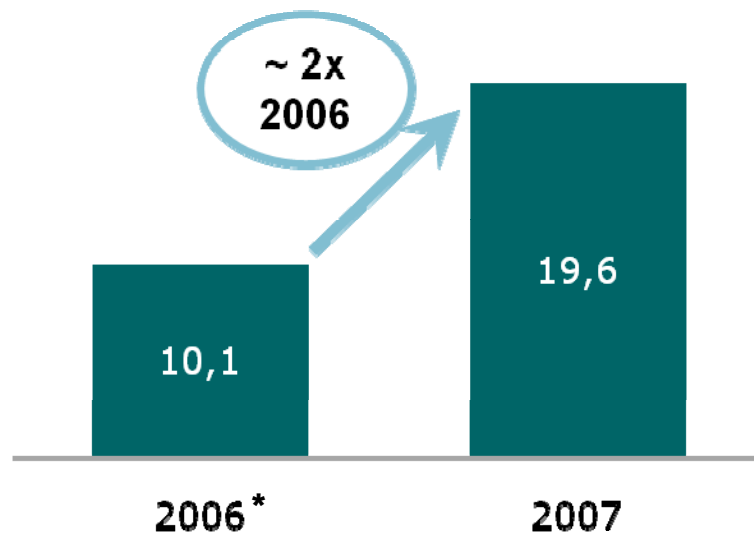
Eoghan Jennings
(Finanzvorstand)

15 Jahresprognose 2007 erreicht

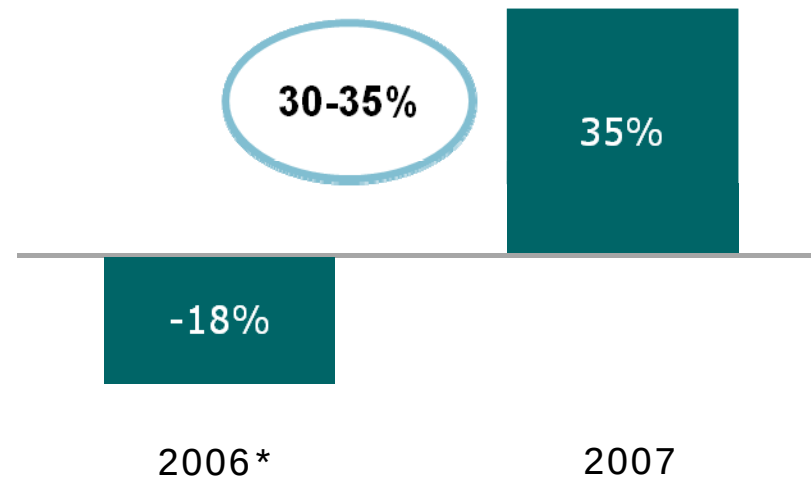
XING wächst profitabel



Umsatzentwicklung
2006 vs. 2007 in Mio. €



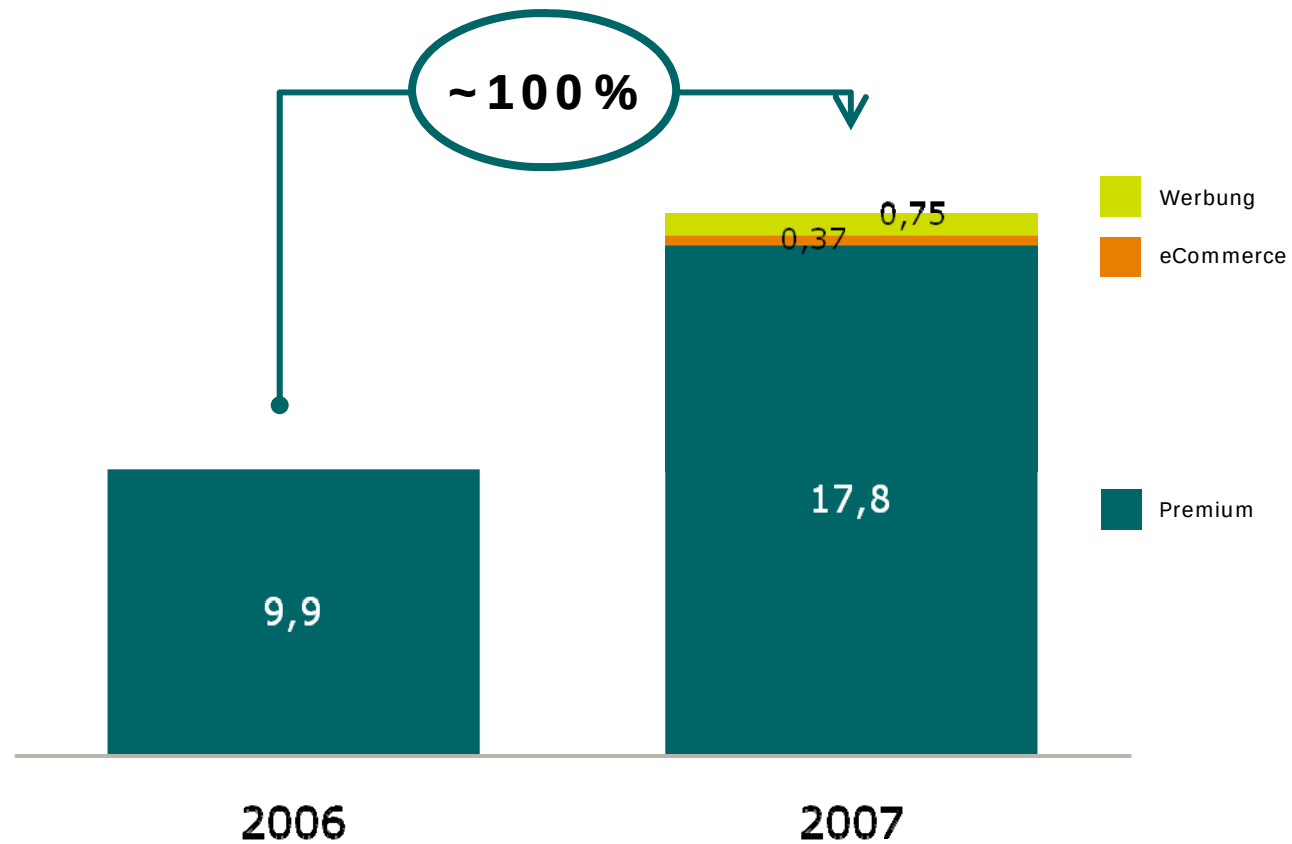
EBITDA Marge
2006 vs. 2007



* 2006: Proforma Ergebnisse

16 Entwicklung der Serviceumsätze

Serviceumsätze in Mio. €



Excl. sonstige betriebliche Erträge

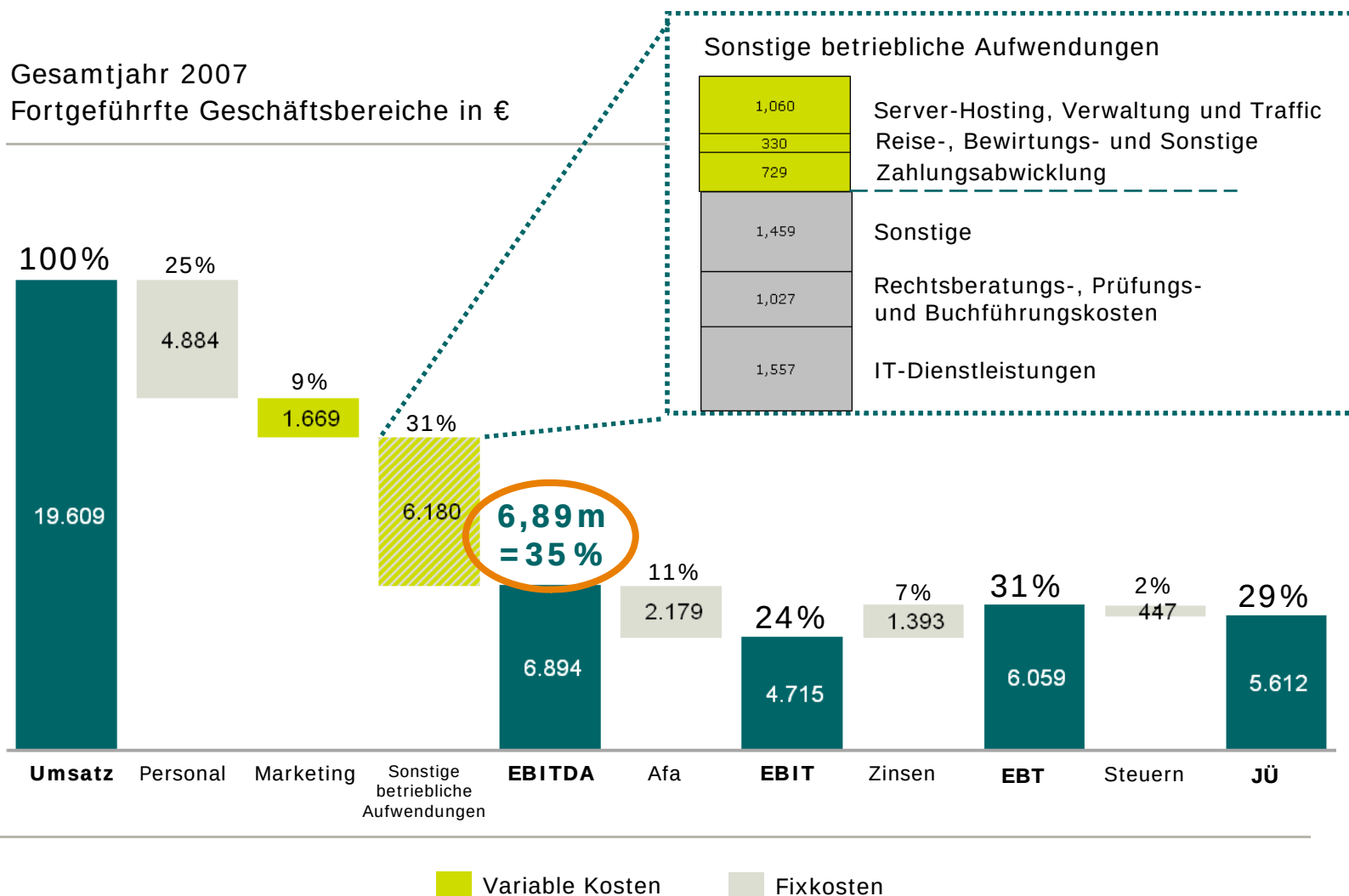
17 XING erreicht EBITDA Prognose

EBITDA Marge > 35%



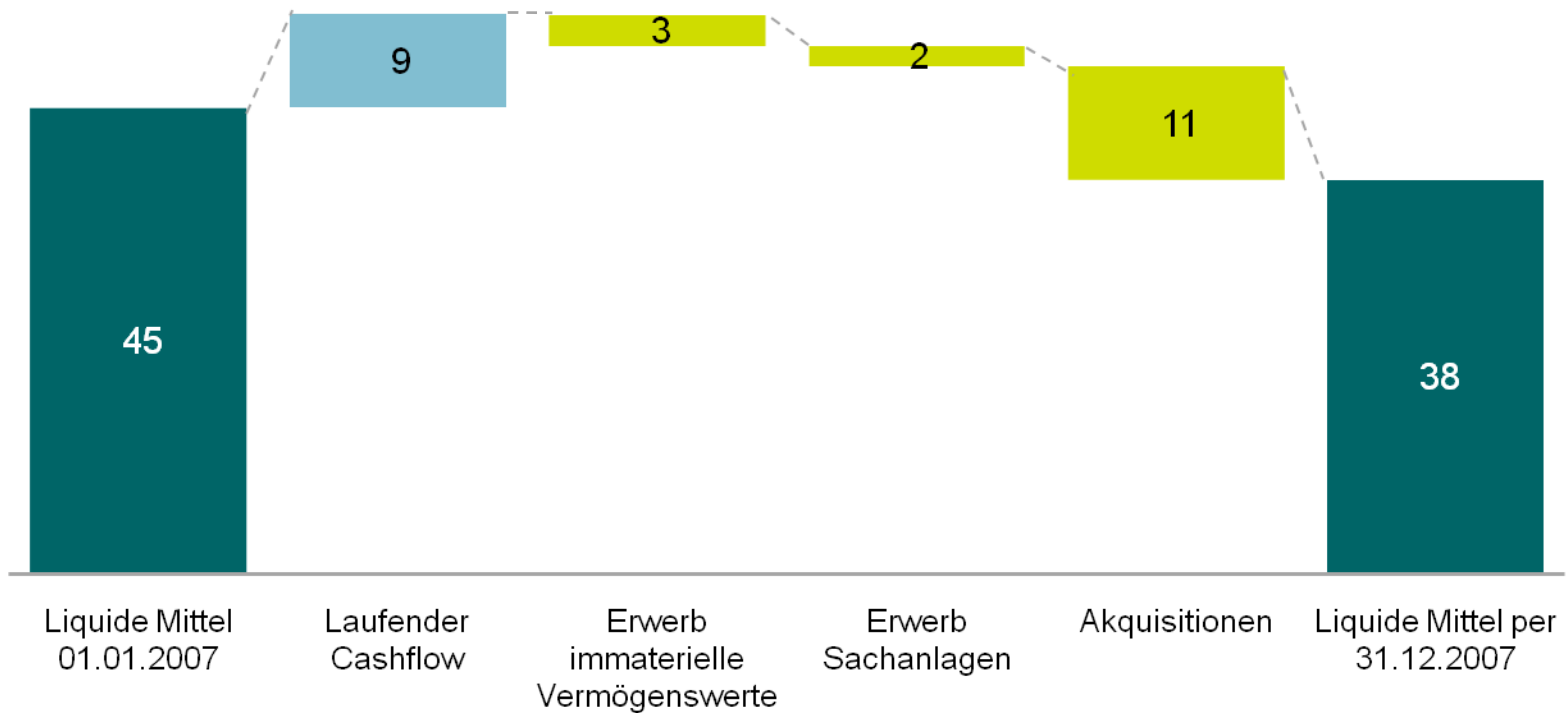
Gesamtjahr 2007

Fortgeführte Geschäftsbereiche in €



18 Cashflow

Gesamtjahr 2007
Entwicklung der liquiden Mittel

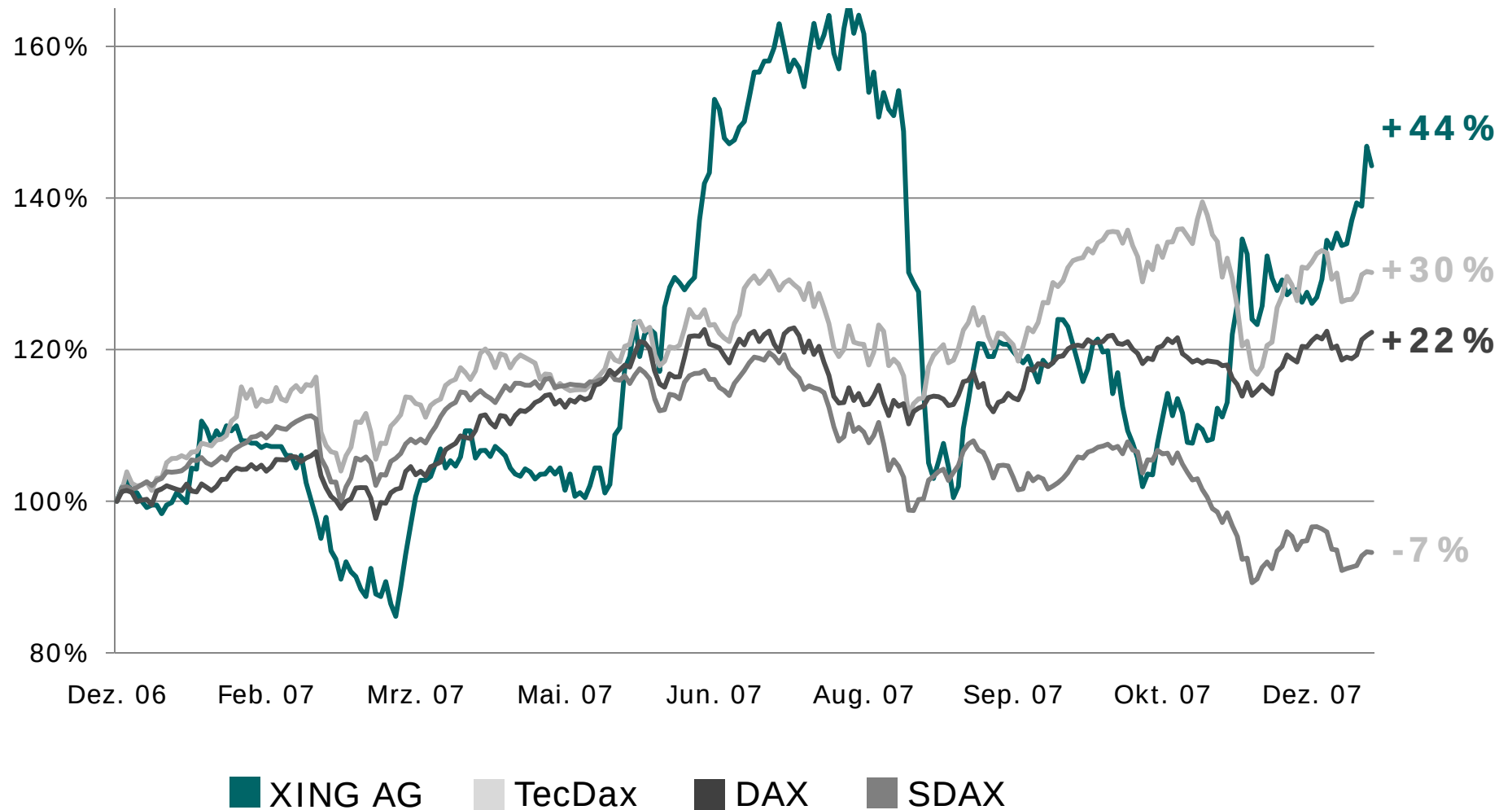




Lars Hinrichs
(Vorstandsvorsitzender)

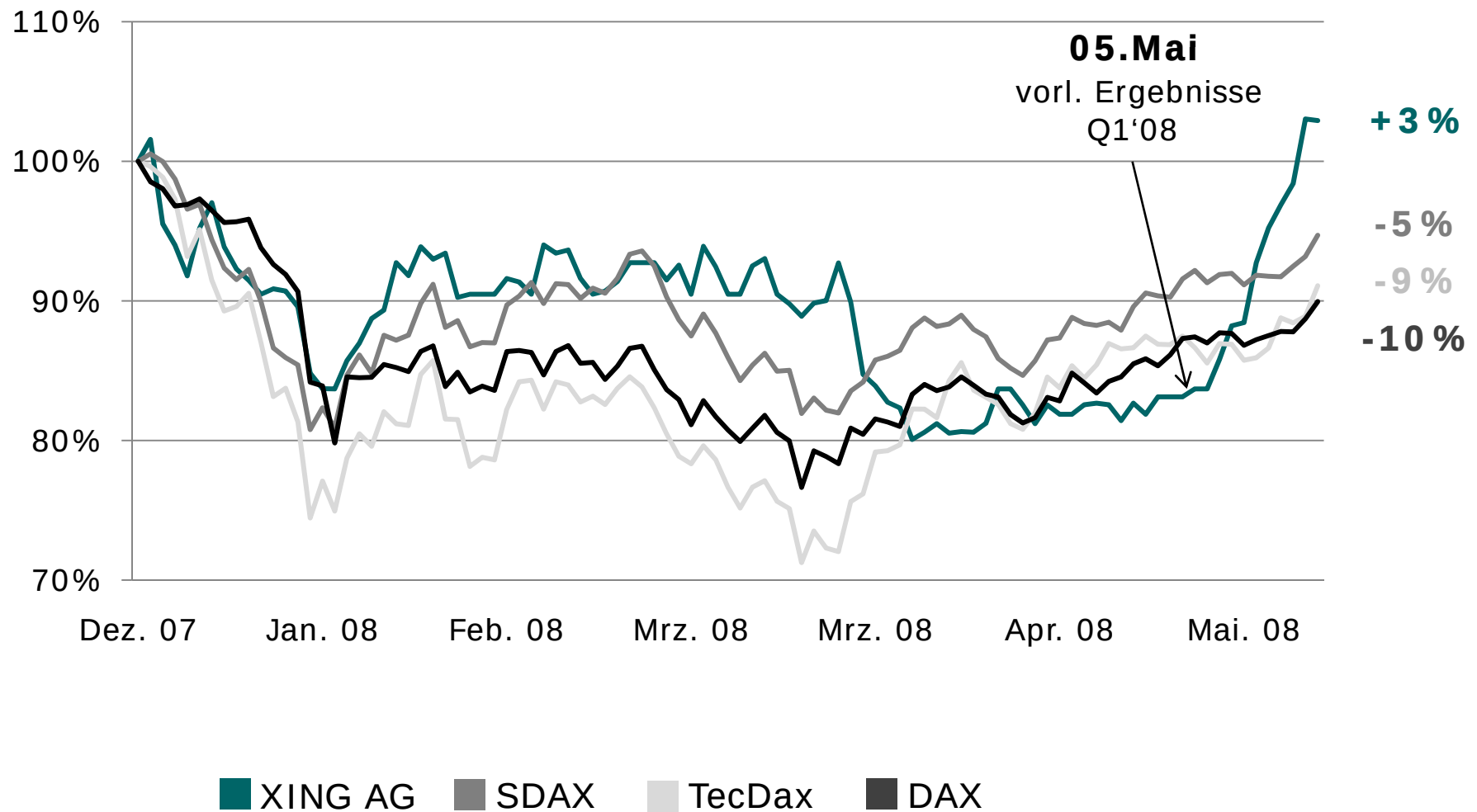
20 Aktienkursentwicklung

XING schlägt alle Indizes in 2007

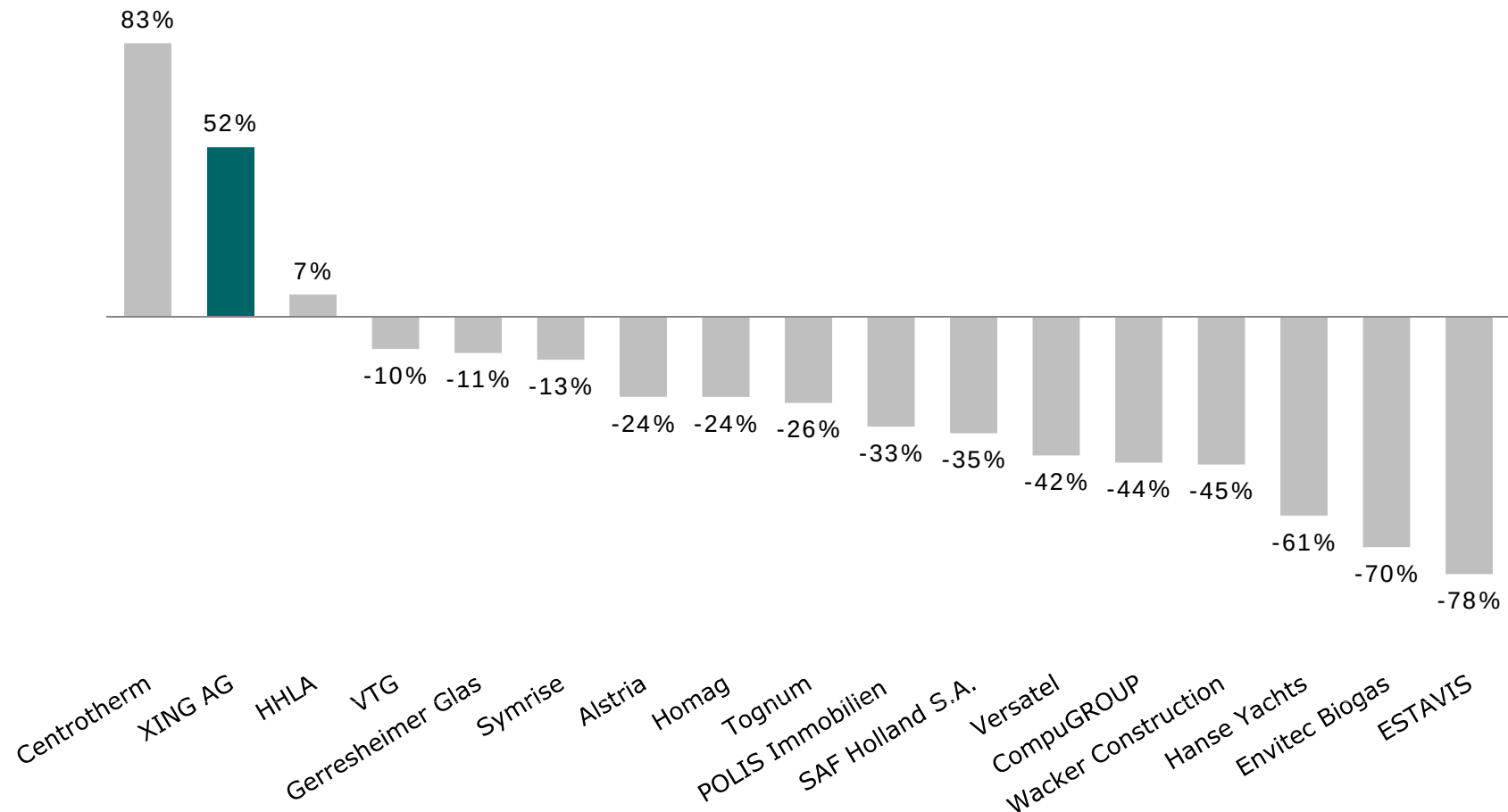


21 Aktienkursentwicklung seit Jahresanfang 2008

Quartalsergebnisse Q1'08 beflügeln XING Aktie



22 XING gehört zu den erfolgreichsten IPO's



[Schlusskurse vom 19. Mai 2008]
[IPO's mit Emmissionsvolumen >50 Mio.€]

23 Interesse des Kapitalmarktes wächst

XING AG wird bereits von 7 Banken analysiert

XING

Deutsche Bank 

Privatbankiers  gegründet 1590
BERENBERG BANK
Joh. Berenberg, Gossler & Co. H.F.

 WestLB

Sal. Oppenheim
PRIVATBANKIERS SEIT 1789

LEHMAN BROTHERS

HSBC  Trinkaus

CAZENOVE

>	Mitglieder von 1,69 Mio. auf 4,83 Mio. Premium-Mitglieder von 221 Tsd. auf 362 Tsd.
>	Umsatz von 10,1 Mio.€ auf 19,6 Mio.€ EBITDA Marge von -18% auf +35%
>	Aktive Konsolidierung: 1. Akquisition von eConozco 2. Akquisition Neurona
>	Neue Geschäftsmodelle: 1. eCommerce (Marketplace) 2. Werbung

1

Sicherung und Ausbau der Marktführerschaft in Europa

- Virales Wachstum
- Events
- PR
- Marketplace

2

Weitere Geschäftsmodelle

- Mehrwert für Mitglieder
- Neue Erlösquellen

3

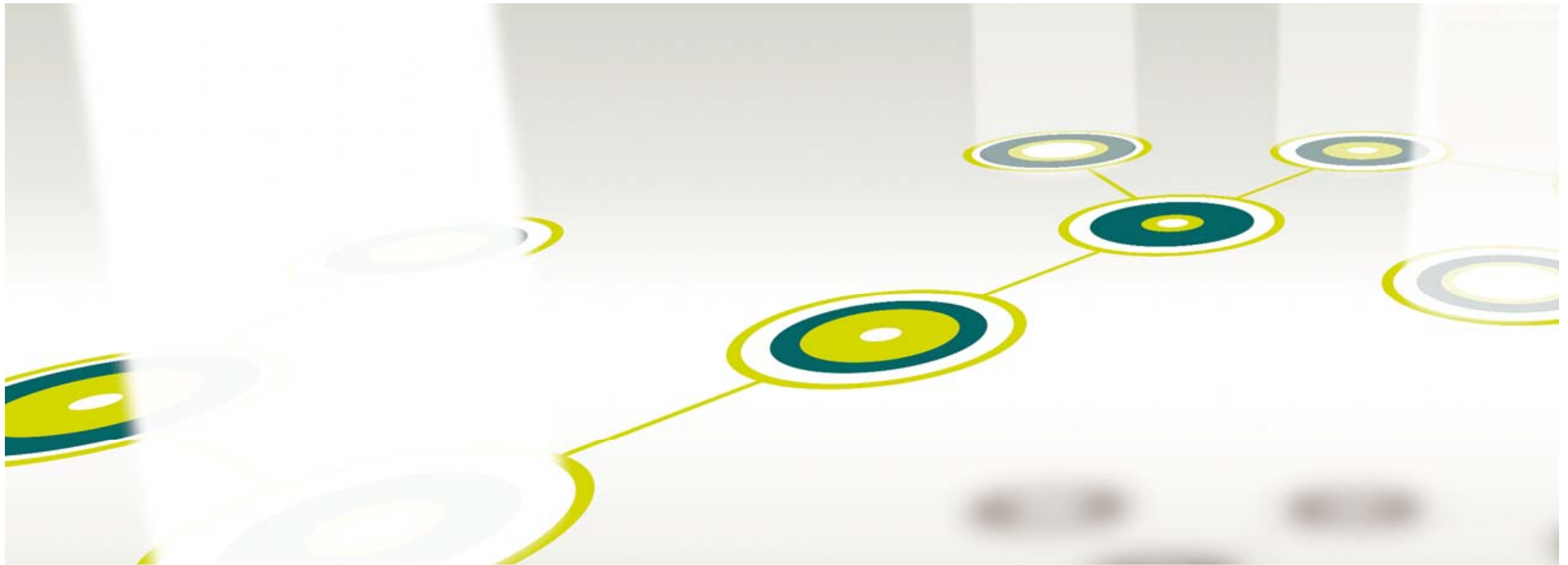
Weiterentwicklung der Plattform

- Kontinuierlich neue Funktionen
- Nutzwert weiter erhöhen

4

Konsolidierungskurs fortsetzen

- Finanzkraft durch IPO: ~38 Mio. €
- "Time to market"



Hauptversammlung 2008 der **XING AG**

XING ›‹