



**XING**



Die fundamentale Aktienanalyse  
-MEIN AKTIENMARKT

## Inhalt

<b>GESCHÄFTSMODELLE UND STEUERUNGSSYSTEM</b>	<b>- 2 -</b>
SEGMENT B2C	- 2 -
SEGMENT B2B MARKETING SOLUTIONS & EVENTS	- 3 -
SEGMENT KUNUNU INTERNATIONAL	- 4 -
SEGMENT B2B E-RECRUITING	- 5 -
<b>STRATEGIE UND ZIELE</b>	<b>- 6 -</b>
<b>UMSATZINFORMATIONEN</b>	<b>- 7 -</b>
<b>RISIKOFAKTOREN</b>	<b>- 8 -</b>
STRATEGISCHE RISIKEN: WETTBEWERB	- 8 -
SONSTIGE ÜBLICHE RISIKEN	- 9 -
<b>AUSWERTUNG DER AKTUELLEN GESCHÄFTSBILANZ 2018</b>	<b>- 10 -</b>
<i>GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG</i>	- 10 -
<i>KONZERNBILANZ - PASSIVA</i>	- 10 -
<i>KONZERNBILANZ - AKTIVA</i>	- 10 -
<i>GELDFLUSSRECHNUNG / FREE CASH-FLOW</i>	- 11 -
<i>DIVIDENDENPOLITIK / AUSSCHÜTTUNGSPOLITIK</i>	- 11 -
<b>AUSWERTUNG DER FINANZKENNZAHLEN</b>	<b>- 12 -</b>
FINANZIELLE STABILITÄT	- 12 -
UNTERNEHMENSRENDITE - ERTRAG UND RENTABILITÄT	- 12 -
WORKING CAPITAL MANAGEMENT	- 12 -
AKTIENKURS	- 13 -
<b>INVESTMENT-SCORES VON MEIN AKTIENMARKT</b>	<b>- 14 -</b>
A24 PERFORMANCE-SCORE	- 14 -
A24 UNTERNEHMENS-QUALITÄT-SCORE	- 14 -
A24 INVESTMENTSICHERHEIT-SCORE	- 14 -
CHANCEN UND RISIKEN	- 16 -
<b>FAZIT</b>	<b>- 16 -</b>
<b>QUELLEN</b>	<b>- 17 -</b>
<b>RECHTLICHER HINWEIS NACH WPHG</b>	<b>- 17 -</b>

## Geschäftsmodelle und Steuerungssystem

Das Unternehmen orientiert sich an den folgenden Segmenten:

- ❖ B2C
- ❖ B2B E-Recruiting
- ❖ B2B Marketing Solutions & Events
- ❖ Kununu International

### Segment B2C

*„Das B2C-Segment umfasst alle Basisfunktionen der XING-Plattform (Kontaktpflege, News, Jobs) und liefert damit die Grundlage für die meisten Geschäftsbereiche. Dies beinhaltet einen Großteil der mobilen Anwendungen der XING-Plattform sowie die XING-API (technologische Schnittstelle zwischen der XING-Plattform und externen Entwicklern bzw. Drittanbietern).*

*Zusätzlich ist dieser Geschäftsbereich für den XING-Content verantwortlich. So erhalten XING-Mitglieder auf rund 30 Berufs- und Interessengruppen zugeschnittene Newsletter, die dafür sorgen, dass sie nichts mehr verpassen, was in ihrer Branche wichtig ist. Mit diesem Service ist XING einer der größten Distributoren von wirtschafts- und berufsbezogenen Nachrichten im deutschsprachigen Raum. Die Monetarisierung im B2C-Segment geschieht über kostenpflichtige Mitgliedschaften mit erweiterten Funktionalitäten und Services für die unterschiedlichen Zielgruppen. Im vergangenen Geschäftsjahr haben wir insbesondere die bestehenden Premium-, ProJobs-, ProBusiness-, ProCoach- und Executive-Mitgliedschaften weiterentwickelt bzw. ausgebaut. Die XING-Premium-Mitgliedschaft bietet eine Vielzahl von Services, wie zum Beispiel besondere Such- und Kommunikationsmöglichkeiten, exklusive On- und Offline-Angebote sowie eine Übersicht der Besucher des eigenen Profils. Sie richtet sich an ein breites Publikum, das über das beste Produktangebot von XING verfügen möchte. Die Premium-Mitgliedschaft ist grundsätzlich in zwei Laufzeitvarianten verfügbar (Drei-Monats- und Jahresmitgliedschaft). Für Mitglieder, die etwa auf Jobsuche sind und sich für diesen speziellen Zweck optimal präsentieren und schneller von Recruitern gefunden werden*

möchten, hat XING zusätzlich die ProJobs-Mitgliedschaft entwickelt. Sie ist derzeit in drei Laufzeitvarianten (3, 6 oder 12 Monate) verfügbar. Die dritte kostenpflichtige Mitgliedschaft ist ganz auf die Bedürfnisse von professionellen Coaches zugeschnitten. Mit der ProCoach-Mitgliedschaft helfen wir Coaches, sich und ihre Skills noch prominenter darzustellen und die Reichweite ihres Coaching-Profiles zu erhöhen. Die Mitgliedschaft ist derzeit in drei Laufzeitvarianten (12, 24 oder 36 Monate) verfügbar.“ [1]

## SEGMENT B2B MARKETING SOLUTIONS & EVENTS

„Im Segment-Marketing Solutions & Events werden unterschiedliche Vermarktungsangebote zusammengefasst, da die jeweiligen Umsatzanteile in der isolierten Betrachtung zu gering ausfallen. Im Teilbereich XING Marketing Solutions bieten wir Werbeformate an, die die gesamte Vermarktungsbandbreite - von Branding bis Conversion - abdecken. Werbebotschaften in einem seriösen und aktiven Nutzerumfeld im beruflichen Kontext zu platzieren und ein Targeting anhand echter Nutzerdaten zu ermöglichen, sind dabei die zwei wesentlichen Leistungsversprechen. Selektierte Zielgruppen können so exakt und ohne Streuverluste adressiert werden. Werbeformate reichen von nativen Sponsored Posts über Video Ads bis hin zu Mailings und integrierten Kampagnen. Das gesamte Werbeangebot kann unter <https://werben.xing.com> eingesehen werden. Im Bereich Events generiert XING Umsatzerlöse mit der Abwicklung von Events. Veranstalter können über die XING-Plattform die Technologie von XING nutzen, um auf alle für das Event-Management erforderlichen Prozesse - einschließlich Registrierung, Ticketausstellung und Abrechnung - zugreifen zu können. Darüber hinaus generiert XING weitere Umsätze durch professionelle Vermarktung von Events. Event-Veranstalter können beispielsweise für ein auf XING eingestelltes Event mittels eines Online-Tools die für sie relevanten Zielgruppen auswählen und ihr Event entsprechend vermarkten. Die Monetarisierung erfolgt vornehmlich auf CPC- (cost-per-click), aber auch auf TKP- (Tausend-Kontakt-Preis) Basis. Die Vermarktung der Event-Angebote erfolgt im Wesentlichen mittels der im Geschäftsbereich Events festangestellten Vertriebsmitarbeiterinnen und -mitarbeiter.“ [1]

## SEGMENT KUNUNU INTERNATIONAL

*„Im separat ausgewiesenen Segment kununu International werden im Berichtsjahr lediglich die Umsätze und Ergebnisse ausgewiesen, die kununu mit der Bereitstellung der technischen Infrastruktur und der Erbringung von Dienstleistungen an das Joint Venture mit Monster Worldwide Inc. in den USA generiert. Seit dem 30. Januar 2019 ist die Partnerschaft zwischen kununu und Monster Worldwide Inc. beendet und die Geschäftsanteile von Monster an die kununu GmbH übertragen worden.*

*Die ProBusiness-Mitgliedschaft unterstützt unsere Mitglieder dabei, hochwertige, langfristige und nachhaltige Geschäftsbeziehungen aufzubauen und zu pflegen. Neue Geschäftskontakte können schneller gefunden und zum richtigen Zeitpunkt angesprochen werden. Die Mitgliedschaft ist derzeit mit einer Laufzeit von 12 Monaten verfügbar. Die exklusive Executive-Mitgliedschaft für Entscheider und Vertreter des oberen bzw. gehobenen Managements berechtigt die von XING eingeladenen und als Top-Executives verifizierten Mitglieder, an den sogenannten Circle-Treffen (fünf Mal im Jahr) mit maximal 15 Executives teilzunehmen und sich in vertrauensvoller Atmosphäre - begleitet von einem professionellen Moderator - unter Entscheidern auf Augenhöhe auszutauschen und voneinander zu lernen.*

*Im Juli 2017 haben wir mit der Übernahme von InterNations unsere B2C-Aktivitäten gestärkt und eine weitere Erlösquelle in diesem Segment geschaffen. InterNations bietet seinen zahlenden Mitgliedern - die in der Regel als internationale Expats außerhalb der D-A-CH-Region beschäftigt sind - den Zugang bzw. kostenfreien Eintritt zu regionalen Networking-Veranstaltungen, um in neuer Umgebung schneller Anschluss zu finden und Kontakte aufzubauen. Die Vermarktung der kostenpflichtigen Mitgliedschaften erfolgt unter anderem durch Maßnahmen auf der XING-Plattform selbst (sogenannte Upselling-Kampagnen), Directsales sowie über Online- und Offline-Marketingaktivitäten. Die strategische Weiterentwicklung im B2C-Segment soll zukünftig durch die kontinuierliche Weiterentwicklung des vorhandenen Produktportfolios sichergestellt werden.“ [1]*

## SEGMENT B2B E-RECRUITING

*„Das B2B-Segment E-Recruiting umfasst Produkte aus den Bereichen Passive Recruiting, Active Recruiting, Employer Branding, Mitarbeiterempfehlungen und Candidate Relationship Management und wird durch ergänzende Dienstleistungen abgerundet. Zusätzlich gehört seit 2017 Prescreen als Anbieter von Bewerbermanagement-Lösungen zum E-Recruiting-Angebot von XING. Zwar richten sich alle Recruiting-Lösungen an Unternehmenskunden (B2B), jedoch profitieren auch XING-Mitglieder vom E-Recruiting-Angebot, da dieses wesentlich dazu beiträgt, den Mitgliedern die Möglichkeiten des Arbeitsmarktes zugänglich zu machen. Denn je mehr Recruiter die Plattform zur Personalsuche nutzen, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, ein passendes Jobangebot zu erhalten.*

*Im Hinblick auf Passive Recruiting können Personalsuchende unterschiedliche Typen von Stellenanzeigen im XING Stellenmarkt und auf der XING-Plattform veröffentlichen. Hier werden grundsätzlich zwei Abrechnungsmodelle unterschieden: Inserenten nutzen entweder die performancebasierte Methode nach dem Pay-per-Click-Modell oder das marktübliche Festpreis-Modell.*

*Im Bereich Active Recruiting bietet sich der XING TalentManager als Werkzeug der Wahl für die aktive Kandidatensuche und -verwaltung an. Dieser richtet sich an Unternehmen und Personalvermittler, die regelmäßig auf XING nach passenden Kandidaten für die Besetzung vakanter Positionen suchen und diese komfortabel kontaktieren möchten. Um zusätzliche, spannende Kandidatenprofile für das eigene Unternehmen zu gewinnen, kann der XING EmpfehlungsManager genutzt werden. Mithilfe des Tools können Unternehmen ihre eigenen Mitarbeiter als Headhunter einsetzen und sich geeignete Kandidaten vorschlagen lassen. In der Regel erhalten Mitarbeiter dieser Unternehmen eine Vermittlungsprovision für eine erfolgreiche Kandidatenempfehlung.“ [1*

## Strategie und Ziele

*„Über das Segment B2C bedienen wir die Bedürfnisse unserer Mitglieder und entwickeln Angebote, die ihnen helfen, von den Veränderungen zu profitieren, ihre Kompetenzen und Fähigkeiten auszubauen und den für sie und ihre individuellen Bedürfnisse besten Arbeitgeber zu identifizieren. Darüber hinaus bietet die XING-Plattform den Mitgliedern die Möglichkeit, andere für sie relevante Mitglieder anhand von Kenntnissen und Fertigkeiten zu finden. In den kommenden Jahren werden wir im Einklang mit unserer Mission und Vision das B2C-Angebot weiter ausbauen und neue kostenpflichtige Mitgliedschaften etablieren, zugeschnitten auf Kundengruppen, die wir heute noch nicht adäquat bedienen können. Im Segment B2B E-Recruiting werden die Umsatzerlöse mit Unternehmenskunden (B2B) erzielt. Die strategische Weiterentwicklung des Produktangebots wird sich in den kommenden Jahren konsequent entlang der HR-Wertschöpfungskette orientieren. Wir wollen in den Bereichen Kandidatensuche- und -gewinnung sowie -bindung der führende Partner für Arbeitgeber in der D-A-CH Region werden und unser Lösungsangebot weiter diversifizieren.*

*Das Segment B2B Marketing Solutions & Events soll strategisch dazu eingesetzt werden, die Monetarisierung der Plattform (unter anderem über Werbeflächenvermarktung) zu verbreitern und darüber hinaus weitere Mitglieder zu gewinnen und XING noch näher an die Menschen zu bringen. So soll insbesondere unser Event-Bereich zukünftig eine treibende Rolle dabei spielen, unser Angebot zu differenzieren, indem wir XING-Mitglieder mit lokalen Angeboten unterstützen: Wir helfen Mitgliedern sich in ihrer Stadt oder Branche zu vernetzen und Teil einer Community zu werden, diese mitzugestalten und dadurch beruflich weiterzukommen. Offline-Events spielen in dieser Strategie eine zentrale Rolle, um XING lokal erlebbar zu machen. Im Teilbereich Marketing Solutions soll durch die Vermarktung von Werbeflächen bzw. durch zusätzliche Werbeformen auf der XING-Plattform der Umsatz in diesem Segment ausgeweitet werden. Darüber hinaus wollen wir zukünftig unter anderem auch die Reichweite weiter erhöhen. Um unsere strategischen Ziele zu*

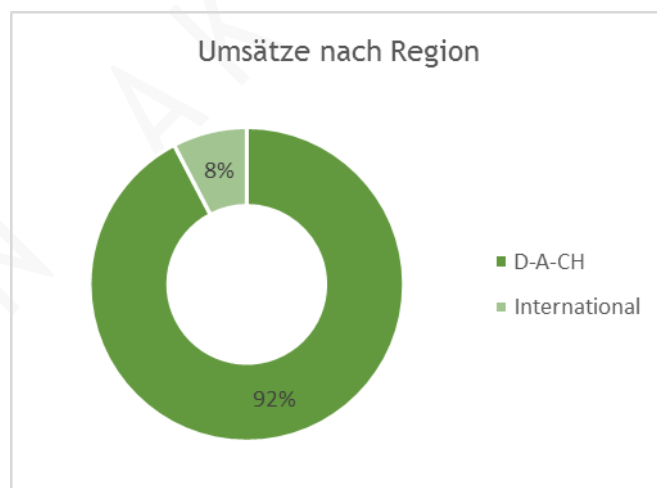
*erreichen, wollen wir insbesondere organisch wachsen, ziehen jedoch regelmäßig auch Partnerschaften und Akquisitionen in Betracht.“ [1]*

## Umsatzinformationen

### Umsätze nach Region

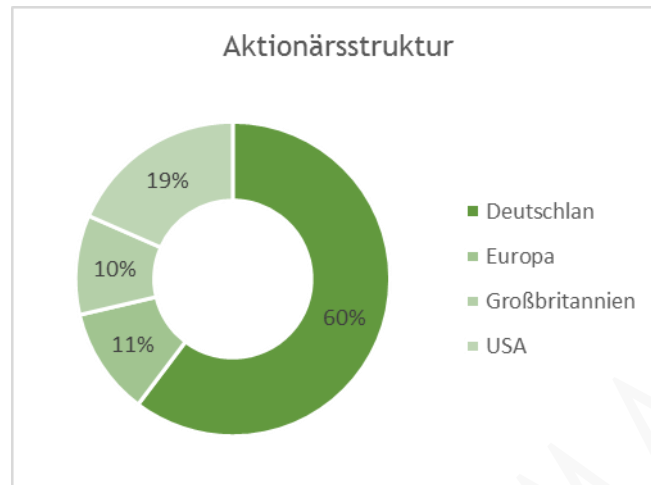
<i>Land</i>	<b>2018</b>	<b>2017</b>	<b>2016</b>
<b><i>D-A-CH</i></b>	91 %	94 %	53 %
<b><i>International</i></b>	8 %	5 %	47 %

91 % der Umsätze werden in Deutschland, Schweiz und Österreich generiert. Die restlichen 8 % werden weltweit generiert. Die Umsätze nach Regionen sind daher noch nicht gut diversifiziert. Der internationale Raum bietet hier noch sehr viel Spielraum.





## Aktionärsstruktur



## Risikofaktoren

### Strategische Risiken: Wettbewerb

„Die XING SE steht bereits im Wettbewerb mit Unternehmen, die ähnliche Leistungen anbieten. In Zukunft können neue Wettbewerber in den Markt eintreten. Verliert die XING SE Kunden an diese aktuellen oder zukünftigen Wettbewerber, wären Umsatzeinbußen zu erwarten. Wettbewerber könnten in der Lage sein, der XING SE Marktanteile abzunehmen, indem sie Leistungen anbieten, die den von der XING SE angebotenen Leistungen überlegen sind, oder indem sie besonders aggressives und erfolgreiches Marketing betreiben. Des Weiteren können durch strategische Kooperationen zwischen ausländischen Wettbewerbern und reichweiten-starken Unternehmen in der D-A-CH-Region Wettbewerber noch schneller in den XING-Heimatmarkt drängen und durch deren Preise und Dienstleistungen zusätzlich Druck auf die XING SE ausüben. Im Segment B2C könnten neben den anderen Social Networks als direkten Wettbewerbern auch branchennahe Unternehmen in der Lage sein, der XING SE Marktanteile abzunehmen. Zu denken ist zum Beispiel an Suchmaschinen, die ihr Portfolio durch Community-Strukturen erweitern, oder auch große Portalanbieter, die beispielsweise durch E-Mail-Dienstleistungen bereits über eine große Zahl an Nutzern verfügen. Außerdem kann durch die zunehmende Verbreitung

*von internetfähigen mobilen Endgeräten Wettbewerb durch mobile Communities entstehen. Das im Segment B2C bestehende Wettbewerbsrisiko stufen wir als potenziell bestandsgefährdend ein. Wir begegnen diesem Risiko vor allem durch umfangreiche Produktentwicklungs- und Marketingmaßnahmen. Durch bessere Leistungen, eine stetige Vergrößerung der Nutzerbasis und eine starke Kundenbindung reduzieren wir das Wettbewerbsrisiko so, dass wir es unter Berücksichtigung der ergriffenen Gegenmaßnahmen im Ergebnis derzeit als nicht bestandsgefährdend ansehen.*

*Im Segment B2B E-Recruiting könnte der Markteintritt von reichweitenstarken Unternehmen in der D-A-CH-Region im Bereich Stellenanzeigen zu einem Rückgang von Traffic führen. Dieses Risiko stufen wir derzeit ebenfalls als bestandsgefährdend ein. Wir begegnen diesem Risiko durch genaue Beobachtung und einen engen Austausch mit diesen Unternehmen zu möglichen Kooperationen.“ [1]*

#### Sonstige übliche Risiken

- ❖ Allgemeine Risiken, die die Ertragslage, Finanzlage und Wachstum beeinflussen
- ❖ Verbrauchervertrauen
- ❖ Preisdruck
- ❖ Produkte der Wettbewerber
- ❖ Technologietrends
- ❖ Wachstumsverlangsamung
- ❖ Unsicherheiten der Finanzwirtschaft oder Geldpolitik
- ❖ IT-Infrastruktur
- ❖ Cybersicherheitsrichtlinien
- ❖ Datenschutzrichtlinien

## Auswertung der aktuellen Geschäftsbilanz 2018

Zusammenfassend zeigt die XING SE sehr gute Geschäftszahlen. Der Umsatz und der Gewinn steigen konstant stark an.

### *Gewinn- und Verlustrechnung*

- ❖ Der Umsatz ist um ca. 24 % gestiegen
- ❖ Die operativen Kosten sind mit ca. 27 % gestiegen
- ❖ Der EBIT ist um ca. 14 % gestiegen
- ❖ Der Gewinn pro Aktie ist um ca. 20 % gestiegen

### *Konzernbilanz - Passiva*

- ❖ Der Fremdkapitaleinsatz ist um ca. 10% angestiegen
- ❖ Das Eigenkapital ist um ca. 26 % gestiegen
- ❖ Die Verbindlichkeiten aus LuL sind um ca. 43 % gestiegen

### *Konzernbilanz - Aktiva*

- ❖ Das Sachanlagevermögen ist um ca. 3 % gestiegen
- ❖ Das Goodwill ist konstant geblieben
- ❖ Die Bilanzsumme ist um ca. 15 % gestiegen

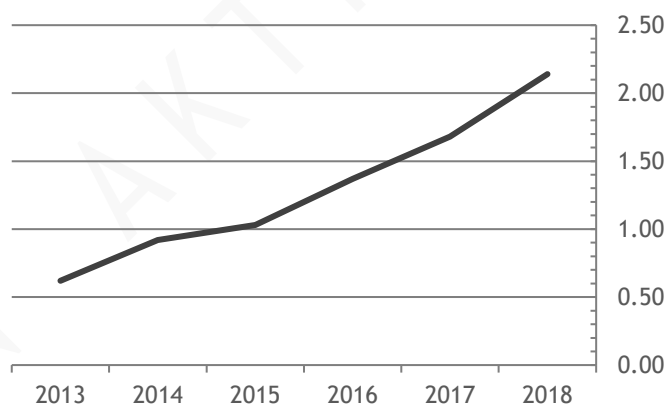
### *Geldflussrechnung / Free Cash-Flow*

- ❖ Der operative Cashflow ist um ca. 18 % stark gestiegen
- ❖ Die Investitionen in Anlagevermögen ist um ca. 25 % gestiegen
- ❖ Der Free Cashflow ist um ca. 65 % stark gestiegen

### *Dividendenpolitik / Ausschüttungspolitik*

- ❖ Die Dividende betrug im Geschäftsjahr 2018 - 2,14 €
- ❖ Die Dividende steigt stetig an
- ❖ Das Pay-Out-Ratio beträgt ca. 38 %
- ❖ Die Ausschüttungsquote beträgt ca. 16 %

Historische Dividende



## Auswertung der Finanzkennzahlen

### Finanzielle Stabilität

Trotz der durchschnittlichen Eigenkapitalquote und dem hohen Goodwill ist die finanzielle Stabilität gegeben. Die Ergebnisse der Finanzkennzahlen sind sehr gut. Das Gearing und der dynamische Verschuldungsgrad sind niedrig. Die Zinsaufwendungen und die Anlagenabdeckung spiegeln ebenso gute Ergebnisse wider.

**Ergebnis: 100 %**

### Unternehmensrendite - Ertrag und Rentabilität

Die Unternehmensrendite zeigt ein überdurchschnittliches Ergebnis. Das Return of Investment liegt mit 12 % deutlich über dem Durchschnitt von (ca. 7 - 8 %).

- Eigenkapitalrendite - 38 %
- Umsatzrendite - 13 %
- EBIT-Marge - 20 %
- Free Cash-Flow Marge - 17 %
- ROCE - 19 %
- ROI - 12 %

**Ergebnis: 117 %**

### Working Capital Management

Auch im Bereich Working Capital Management zeigt XING gute Finanzkennzahlen. Die Liquidität ist hoch.

**Ergebnis: 100 %**

## Aktienkurs

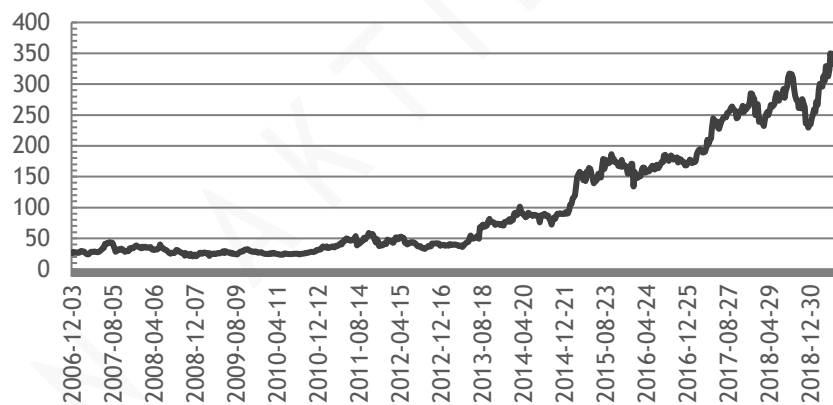
Das Ergebnis der finanziellen Stabilität und der sehr guten Unternehmensrendite spiegeln sich im Aktienpreis wider. Die XING Aktie ist sehr hoch bewertet. Hier die wichtigsten Finanzkennzahlen aus dieser Rubrik:

- KBV: 21
- KGV: 67
- EV / EBIT: 44
- EV / FCF: 51

Ergebnis: 0 %

in €

### Historischer Aktienkurs



## Investment-Scores von MEIN AKTIENMARKT

### A24 Performance-Score

Die finanzielle Stabilität und Unternehmensrendite outperformen. Jedoch ist der Aktienpreis deutlich zu hoch bewertet. Aufgrund des Aktienpreises liegt der Performance-Score bei 65 von 100 Punkten.

**Ergebnis: 65 %**

### A24 Unternehmens-Qualität-Score

XING ist ein Qualitäts-Unternehmen mit kleinen Schönheitsfehlern. Folgende Qualitätsmerkmale wurden im Geschäftsjahr 2018 nicht erreicht:

- ❖ Eigenkapitalquote > 40 %
- ❖ Umsatzrendite > 15 %

Die üblichen Qualitätsmerkmale von MEIN AKTIENMARKT sind im aktuellen Geschäftsjahr und in den vergangenen Geschäftsjahren erfüllt worden. Der Qualität-Score liegt bei der einer Gesamtpunktzahl von 85.

**Ergebnis: 85 %**

### A24 Investmentsicherheit-Score

#### *Politischer Einfluss auf das Unternehmen*

Politische Einflüsse, die die Unternehmensrendite oder finanziellen Stabilität negativ beeinflussen könnten sind nicht zu erwarten.

#### *Markstellung*

International ist XING kaum vertreten. Dieses ist gleichzeitig eine Chance und ein Risiko. Auf der einen Seite besteht die Chance mehr Kunden für XING zu begeistern. Auf der anderen Seite ist der Konkurrenzdruck sehr hoch.

### *Technologieabhängigkeit*

Das Unternehmen ist auf neue Software-Entwicklungen angewiesen und ist in diesem Bereich Konkurrenzdruck ausgesetzt. Neue Wettbewerber und Unternehmen können mit einer anderen Software-Plattform und mit guten Marketingkampagnen XING-Kunden anlocken.

### *Kundenverhalten*

XING bietet ein Produkt bzw. Dienstleistungen für den normalen Bürger und Unternehmen an. Daher ist das Kundenverhalten gut.

### *Produktdiversifizierung*

Die Produkte von XING bieten Arbeitssuchende und Unternehmen eine Plattform für Kommunikation, Bewerbungen und Informationen. Der Arbeitsmarkt ist mit den Bestandsprodukten gut abgedeckt.

**Ergebnis: 74 %**



## Chancen und Risiken

### *Chancen*

XING erobert im internationalen Bereich mehr Marktanteile und kann dadurch den Umsatz steigern.

**MEIN AKTIENMARKT: Eintrittswahrscheinlichkeit > 75 %**

### *Risiken*

Neue Wettbewerber rücken in den Markt, sodass sich Margen und Gewinne reduzieren.

**MEIN AKTIENMARKT: Eintrittswahrscheinlichkeit > 25 %**

## Fazit

Die fundamentale Aktienanalyse von XING hat gezeigt, dass eine gute Unternehmensrendite erzielt wird und dass die Bilanz sichere, stabile Zahlen aufweist. XING ist finanziell gut aufgestellt.

Aufgrund des sehr hohen Aktienpreises hält MEIN AKTIENMARKT folgendes für sinnvoll:

***Buy- & Hold-Anleger bzw. langfristige Investoren:***

**Aktie beobachten und nach einer Marktkorrektur kaufen**

***Trader, Spekulanten bzw. kurzfristige Anleger:*** **Aktie verkaufen**

## Quellen

- [1] XING Geschäftsbericht - Geschäftsjahr 2018
- XING Geschäftsbericht - Geschäftsjahr 2017
- XING Geschäftsbericht - Geschäftsjahr 2016
- XING Geschäftsbericht - Geschäftsjahr 2015
- XING Geschäftsbericht - Geschäftsjahr 2014
- XING Geschäftsbericht - Geschäftsjahr 2013
  
- XING Homepage:  
<https://www.xing.com/>
- VISA INC. IR - Investor Relations:  
<https://corporate.xing.com/de/investor-relations/>
- Finance Yahoo  
<https://de.finance.yahoo.com/quote/O1BC.DE/>
- Onvista  
<https://www.onvista.de/aktien/Xing-Aktie-DE000XNG8888>
- Wikipedia  
<https://de.wikipedia.org/wiki/XING>

## Rechtlicher Hinweis nach WPHG

Die Aktienbewertungen von der Webseite [www.mein-aktienmarkt.de](http://www.mein-aktienmarkt.de) beruhen auf das entwickelte Bewertungsschema von MEIN AKTIENMARKT. Die Aktienanalysen von MEIN AKTIENMARKT stellen keine Kauf- oder Verkaufsempfehlung von Aktien oder anderen Wertpapieren dar und zeigen lediglich die persönliche Meinung von MEIN AKTIENMARKT.

Sie alleine tragen die Verantwortung von Ihren Investments. MEIN AKTIENMARKT.de übernimmt keine Haftung und ist für Ihr Handeln nicht verantwortlich.

Wir übernehmen keine Gewähr für die Richtigkeit und Vollständigkeit der Informationen. Seien Sie sich bewusst, dass jedes Investment zu einem Totalverlust führen kann!