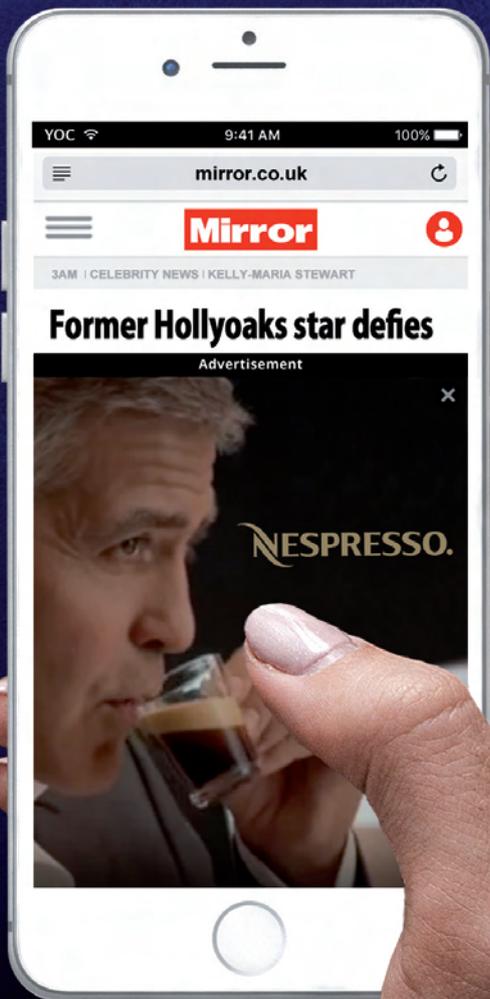


GESCHÄFTSBERICHT 2016

YOC AG



**MOBILE
ADVERTISING**

Kennzahlen der YOC-Gruppe

(in TEUR)	2016	2015	Veränderung absolut	Veränderung in %
Umsatz und Ergebnis				
Umsatz gesamt	11.960	9.735	2.225	23
Mittel- und Osteuropa ¹⁾	8.352	6.350	2.002	32
Restliches Europa ²⁾	3.607	3.385	223	7
Rohertragsmarge (in %)	36,5	33,2	3	10
Gesamtleistung	12.486	11.432	1.054	9
EBITDA ³⁾	-1.126	-1.104	-22	-2
EBITDA-Marge (in %)	-9	-10	k. A.	k. A.
Ergebnis nach Steuern	-1.699	-1.514	-185	-12
Ergebnis je Aktie verwässert in Euro	-0,52	-0,47	-0,05	-11
Ergebnis je Aktie unverwässert in Euro	-0,52	-0,47	0,05	-11
Mitarbeiter				
Durchschnittliche Anzahl Mitarbeiter ⁴⁾	50	53	-3	-6
Mitarbeiteranzahl zum 31. Dezember	48	52	-4	-8
Umsatz je Mitarbeiter (in TEUR)	239	184	56	30
Gesamtleistung je Mitarbeiter (in TEUR)	250	216	34	16
Bilanz und Kapitalflussrechnung				
Bilanzsumme	3.989	3.868	121	3
Operativer Cash-Flow	-952	-1.295	343	26

¹⁾ D-A-CH und Polen

²⁾ Spanien und Großbritannien

³⁾ Beinhaltet einmalige nicht-operative Sondereffekte in Höhe von 969 TEUR im Geschäftsjahr 2015

⁴⁾ Auf Basis der festgestellten Mitarbeiter



YOC Mystery Ad
Lufthansa
Q4/2016, Deutschland



Inhalt

1

An unsere Aktionäre

- 6 Brief an die Aktionäre
- 8 Bericht des Aufsichtsrats
- 11 Corporate Governance
- 17 Die YOC-Aktie

2

Konzernlagebericht

- 20 YOC Produkt-Übersicht
- 24 Marktumfeld Mobile Advertising
- 26 Leistungsspektrum
- 28 Geschäftsentwicklung der YOC-Gruppe
- 30 Entwicklung der Ertragslage der YOC-Gruppe
- 32 Entwicklung der Finanz- und Vermögenslage der YOC-Gruppe
- 34 Prognosebericht der YOC-Gruppe
- 36 Entwicklung der Ertragslage der YOC AG
- 38 Entwicklung der Finanz- und Vermögenslage der YOC AG
- 39 Prognosebericht der YOC AG
- 40 Chancen- und Risikobericht
- 42 Kontroll- und Risikomanagementbericht zum Rechnungslegungsprozess
- 43 Angaben zu den Aktien und erläuternder Bericht des Vorstands
- 45 Erklärung zur Unternehmensführung
- 49 Vergütungsbericht
- 51 Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

3

Konzernabschluss

- 54 Konzerngesamterfolgsrechnung
- 55 Konzernbilanz
- 56 Konzernkapitalflussrechnung
- 57 Entwicklung des Konzerneigenkapitals
- 58 Anhang
- 82 Versicherung der gesetzlichen Vertreter
- 83 Bestätigungsvermerk
- 84 Vorstand
- 84 Aufsichtsrat
- 86 Finanzkalender

DER BMW X3.

ZEIT FÜR MEHR
PERFORMANCE.



YOC & Shazam
Visual Recognition Campaign for BMW
Q4/2016, Österreich

JETZT SHAZAMEN UND
FAHRFREUDE ERLEBEN.

ZEIT FÜR mehr-fahrfreude.at
JETZT SO ATTRAKTIV WIE NIE.

BMW X3 von 110 kW (150 PS) bis 230 kW (313 PS), Hubraum
4,0 l (100 km/h bis 5,3 l/100 km, CO₂-Emission von 130 g/100 km bis 180 g/100 km)



1

An unsere Aktionäre

- 6 Brief an die Aktionäre
- 8 Bericht des Aufsichtsrats
- 11 Corporate Governance
- 17 Die YOC-Aktie

Brief an die Aktionäre

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

die YOC-Gruppe ist einer der führenden unabhängigen Anbieter für Mobile Advertising-Produkte und -Lösungen in Europa und greift auf eine seit 2001 gewachsene Expertise zurück.

In den vergangenen drei Jahren haben wir das Geschäftsmodell des Unternehmens modifiziert und eine deutlich schärfere Positionierung im Markt für Mobile Advertising aufgebaut. Die Gesellschaft konzentriert sich auf die Entwicklung innovativer, skalierbarer und plattformunabhängiger Ad Tech-Produkte, die den Nutzern des mobilen Internets zu einem positiven Markenerlebnis verhelfen und andererseits dazu beitragen, dass die Werbungtreibenden ihre angestrebten Marketingziele erreichen.

Im Geschäftsjahr 2016 konnten wir die Verfügbarkeit unserer eigenentwickelten Produkte in dem stark wachsenden Vertriebskanal des hochautomatisierten Vertriebs über interagierende Handelssysteme in Echtzeit (programmatischer Vertrieb) erweitern und die Gesellschaft damit positiv vom Wettbewerb abgrenzen. Mobile Programmatic Advertising hat sich innerhalb des Unternehmens zu einem Eckpfeiler des Umsatzwachstums entwickelt - bereits im vierten Quartal 2016 wurde rund ein Viertel der gesamten Umsatzerlöse über automatisierte Handelswege realisiert.

Im abgelaufenen Geschäftsjahr steigerte die YOC-Gruppe den Umsatz um rund 23 % auf 12,0 Mio. EUR (2015: 9,7 Mio. EUR). Neben den deutschsprachigen Standorten trug die spanische Tochtergesellschaft wesentlich zu diesem Ergebnis bei. Auch der Markteintritt in Polen führte im Jahresverlauf zu steigenden Umsatzbeiträgen. Die Geschäftsentwicklung der britischen Gesellschaft stagnierte im abgelaufenen Geschäftsjahr noch. Allerdings konnten wir hier im zweiten Halbjahr 2016 - und insbesondere im vierten Quartal - die Trendwende einläuten. Damit erreichte die YOC-Gruppe mit einem positiven Ergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) in Höhe von 0,2 Mio. EUR ihr selbst gestecktes Ziel, nämlich das Schlussquartal des Berichtsjahres mit einem ausgeglichenen operativen Ergebnis abzuschließen.

Das ansteigende Geschäftsvolumen spiegelt sich ebenfalls im wachsenden Umsatz pro Mitarbeiter wider. Dieser Schlüsselwert wuchs um 30 % auf 239 TEUR (2015: 184 TEUR) an. Im Zwei-Jahres-Vergleich bedeutet dies eine Verbesserung in Höhe von 50 % (Umsatz je Mitarbeiter 2014: 159 TEUR).

Unsere Partner erkennen unsere Positionierung im programmatischen Mobile Advertising an und schätzen unsere neuen Produkte sowie unsere Technologie. In Konsequenz verhilft dies der Gesellschaft, einen höheren Teil der Wertschöpfung zu beanspruchen. Im Geschäftsjahr 2016 stieg die Rohertragsmarge um drei Prozentpunkte auf 36 % (2015: 33 %) an. Im Vergleich zu 2013 (29 %) impliziert dies bereits einen Zuwachs in Höhe von sieben Prozentpunkten.

Parallel zu dieser positiven Entwicklung auf der Erlös- und der Rohertragsseite hielten wir die Fixkosten der Gesellschaft in 2016 auf dem Niveau des Vorjahres konstant. Auch im laufenden Geschäftsjahr 2017 sind auf der Kostenseite keine wesentlichen Steigerungen zu erwarten.

In Konsequenz erzielte die YOC-Gruppe im abgelaufenen Geschäftsjahr ein operatives Ergebnis vor Abschreibungen in Höhe von -1,1 Mio. EUR (2015: -1,1 Mio. EUR). Im Vorjahr unterstützten einmalige positive Sondereffekte in Höhe von rund 0,9 Mio. EUR das operative Ergebnis. Somit verbesserte sich das bereinigte EBITDA des Geschäftsjahres 2016 um rund 0,9 Mio. EUR.

Hinter diesen Entwicklungen steht unser Team ausgewiesener Mobile Advertising Experten, das mit hohem Engagement sowie bemerkenswerter Expertise die technologiebasierte Positionierung von YOC jeden Tag verstärkt und das Unternehmen international vorantreibt.

Mein aufrichtiger Dank gilt daher allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern des Unternehmens. Zusätzlich gebührt mein Dank unserem Aufsichtsrat, der umsichtig und couragiert hinter diesem Team steht.

Sehr verehrte Aktionärinnen und Aktionäre, das Unternehmen hat sich im Geschäftsjahr 2016 entscheidend weiterentwickelt, so dass wir erwartungsvoll in die Zukunft blicken können. Ich bin zuversichtlich, dass wir wertschöpfende Ziele realisieren werden, nämlich einerseits unsere Marktpositionierung als produktbasierter Anbieter im Markt für Mobile Advertising zu verstärken sowie andererseits eine weitere signifikante Verbesserung der Profitabilität zu erreichen. Die Entwicklung der ersten Monate des laufenden Geschäftsjahres stimmt uns in dieser Hinsicht positiv.

Für das Geschäftsjahr 2017 rechnen wir konservativ mit einem weiteren Wachstum des Umsatzes im Bereich von 20 % - 25 %. Bereits im ersten Quartal 2017 erzielte das Unternehmen einen voraussichtlichen Umsatzanstieg in Höhe von 35 % im Vergleich zum Vorjahreszeitraum und liegt damit oberhalb unserer eigenen Erwartungen.

Durch unsere Mobile Advertising-Produkte gewinnt Werbung Nutzen, Individualität und Kreativität. Werben mit YOC bedeutet, Menschen zu erreichen, sie zu unterhalten, zu inspirieren und für Marken und deren Produkte zu begeistern.

Ich danke Ihnen herzlich für das uns entgegengebrachte Vertrauen. Wir freuen uns auf die weitere Zusammenarbeit mit Ihnen.

Mit den besten Grüßen,



Dirk-Hilmar Kraus
Vorstand YOC AG

Bericht des Aufsichtsrats

Der Aufsichtsrat hat im Geschäftsjahr 2016 seine Aufgaben und Pflichten nach Gesetz, Satzung und Geschäftsordnung umfassend und sorgfältig wahrgenommen. Er hat sich intensiv mit der Lage des Unternehmens beschäftigt sowie den Vorstand bei der Leitung der Gesellschaft regelmäßig beraten und dessen Tätigkeit laufend überwacht. Dabei hat er sich von der Recht-, Zweck- und Ordnungsmäßigkeit der Geschäftsführung überzeugt.

Die Überwachung bezog sich auch auf angemessene Maßnahmen zu Risikoversorge und Compliance. Der Aufsichtsrat hat ebenfalls überwacht, dass der Vorstand die ihm nach § 91 Abs. 2 AktG obliegenden Maßnahmen in geeigneter Form getroffen hat.

In alle Entscheidungen von grundlegender Bedeutung für die Gesellschaft war der Aufsichtsrat unmittelbar eingebunden und hat diese ausführlich erörtert. Der Aufsichtsrat hat sich mittels regelmäßiger schriftlicher und mündlicher Berichte des Vorstands pflichtgemäß mit der Umsatz- und Ertragslage des Unternehmens, dem Geschäftsverlauf, der beabsichtigten Geschäftspolitik und der Unternehmensplanung sowie dem Risikomanagementsystem und dem internen Kontrollsystem befasst.

In Bezug auf Entscheidungen oder Maßnahmen des Vorstands, die nach Gesetz oder geltender Geschäftsordnung des Vorstands der Zustimmung des Aufsichtsrats bedürfen, hat der Aufsichtsrat jeweils nach gründlicher Prüfung der unterbreiteten Unterlagen und nach eingehender Erörterung seine Zustimmung erteilt.

Neben zahlreichen Sachthemen, zustimmungspflichtigen Maßnahmen und der Geschäftsentwicklung wurden im Geschäftsjahr 2016 grundsätzliche Fragen der Unternehmensstrategie, der Finanzierung, der Entwicklung des internationalen Geschäftes sowie Personalentscheidungen ausführlich beraten. Kurzfristige, mittelfristige und langfristige Themen wurden gleichermaßen behandelt.

Zusammensetzung des Aufsichtsrats

Der Aufsichtsrat der YOC AG setzte sich im Jahr 2016 aus drei Personen zusammen: Dr. Nikolaus Breuel übt den Vorsitz des Gremiums aus. Seine Stellvertretung übernimmt Konstantin

Graf Lambsdorff. Das dritte Aufsichtsratsmitglied ist Sacha Berlik.

Wesentliche Themen der Aufsichtsrats Tätigkeit

Im Berichtszeitraum fanden insgesamt fünf Präsenzsitzungen des Aufsichtsrats statt. Zudem wurden weitere telefonische Sitzungen sowie schriftliche Beschlussfassungen des Aufsichtsrats durchgeführt. Der Aufsichtsrat wurde vom Vorstand der YOC AG kontinuierlich über die aktuelle Entwicklung der Geschäftslage und alle wesentlichen Geschäftsvorfälle unterrichtet.

Über Vorkommnisse von besonderer Bedeutung wurde der Aufsichtsrat auch zwischen den Sitzungen durch den Vorstand informiert. Darüber hinaus führten der Aufsichtsratsvorsitzende und der Vorstand regelmäßig Informations- und Beratungsgespräche.

Der Aufsichtsrat machte ebenfalls von der Möglichkeit Gebrauch, sich ohne die Anwesenheit des Vorstands zu besprechen. In den Präsenzsitzungen und den sonstigen Beschlussfassungen im Geschäftsjahr 2016 war der Aufsichtsrat jederzeit beschlussfähig und vollständig. Anhaltspunkte für mögliche Interessenkonflikte von Aufsichtsratsmitgliedern traten im Geschäftsjahr 2016 nicht auf.

Vorrangige Aufmerksamkeit widmete der Aufsichtsrat wirtschaftlichen und strategischen Punkten wie der Geschäftsentwicklung in Deutschland, Österreich, Polen, Spanien und Großbritannien, der Produktentwicklung, der Transformation des Geschäftsmodells sowie der Liquiditätsplanung und den Finanzierungsmaßnahmen der Gesellschaft.

In der Aufsichtsratssitzung vom 12. Februar 2016 befasste sich der Aufsichtsrat nach einem Rückblick auf die Entwicklung des Geschäftsjahres 2015 mit der aktuellen Umsatzlage der YOC-Ländergesellschaften sowie der Liquiditätsentwicklung. Die Sitzung am 18. April 2016 hatte hauptsächlich den Jahresabschluss 2015 zum Gegenstand. Der Aufsichtsrat billigte diesen per gleichem Datum mit entsprechendem Beschluss.

Am 19. April 2016 traf der Aufsichtsrat den Beschluss für eine Kapitalerhöhung mit Ausschluss des Bezugsrechts aus genehmigtem Kapital 2015/I. Fünf Tage später beschloss der Aufsichtsrat alle Beschlussvorschläge zur Hauptversammlung der YOC AG.

In der Sitzung vom 07. Juli 2016 standen – wie auch in früheren Zusammenkünften – die Liquiditätsplanung und der Status der Geschäftsaktivitäten in Großbritannien im Fokus. Die Entwicklung der regionalen Vertriebsaktivitäten sowie die weitere Liquiditätsplanung beriet der Aufsichtsrat in seiner Sitzung am 13. Oktober 2016.

Am 08. Dezember 2016 genehmigte der Aufsichtsrat den Wirtschaftsplan der Gesellschaft für das Geschäftsjahr 2017. In derselben Sitzung setzte sich das Gremium intensiv mit dem aktuellen Stand sowie der Planung der Produktentwicklung auseinander.

Prüfung des Jahres- und Konzernabschlusses 2016

Der durch den Aufsichtsrat beauftragte Abschlussprüfer, die Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, hat den vom Vorstand aufgestellten Jahres- und Konzernabschluss sowie den in zusammengefasster Form erstellten Konzern- und Lagebericht für das Geschäftsjahr 2016 geprüft und mit einem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehen.

Der Abschlussprüfer hat zudem im Rahmen seiner Prüfung zusammenfassend festgestellt, dass der Vorstand ein den gesetzlichen Vorschriften entsprechendes Risikomanagementsystem eingerichtet hat und dass dieses grundsätzlich geeignet ist, Tendenzen, die die positive Weiterentwicklung des Unternehmens gefährden könnten, frühzeitig zu erkennen.

Die vorstehenden Unterlagen und die Prüfungsberichte wurden allen Aufsichtsratsmitgliedern rechtzeitig zur Verfügung gestellt. Die Unterlagen wurden in Anwesenheit des Abschlussprüfers in der Bilanzsitzung am 20. April 2017 umfassend geprüft und erörtert. Der Abschlussprüfer berichtete dabei über die wesentlichen

Ergebnisse seiner Prüfung und stand für ergänzende Auskünfte zur Verfügung.

Der Abschlussprüfer ging auch auf Umfang, Schwerpunkte und Kosten der Abschlussprüfung ein. Umstände, die die Befangenheit des Abschlussprüfers besorgen lassen, lagen nicht vor. Den Bericht des Abschlussprüfers nahm der Aufsichtsrat zur Kenntnis und schloss sich dem Ergebnis der Prüfung durch den Abschlussprüfer an. Der Aufsichtsrat stimmte mit dem Vorstand in seiner Einschätzung der Lage der YOC AG und der YOC-Gruppe überein.

Da die eigene Prüfung keine Einwendungen ergab, billigte der Aufsichtsrat den vom Vorstand aufgestellten Jahres- und Konzernabschluss sowie den in zusammengefasster Form erstellten Konzern- und Lagebericht für das Geschäftsjahr 2016. Der Jahresabschluss der YOC AG ist damit festgestellt

Corporate Governance

Der Aufsichtsrat hat sich auch im Geschäftsjahr 2016 mit den Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex beschäftigt. In diesem Zusammenhang überprüfte der Aufsichtsrat ebenfalls die Angemessenheit und Üblichkeit der Vorstandsvergütung.

Weiterhin hat der Aufsichtsrat die Effizienz seiner Tätigkeit sowie die Inhalte der Erklärung zur Unternehmensführung, einschließlich der Entsprechenserklärung zum Deutschen Corporate Governance Kodex nach § 161 AktG, erörtert. Vorstand und Aufsichtsrat haben im Februar 2017 ihre gemeinsame Entsprechenserklärung erneuert.

Die Gesellschaft entspricht den Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex weitgehend. Die Entsprechenserklärung mit Erläuterungen hinsichtlich der Abweichungen von den Empfehlungen befindet sich als Bestandteil der Erklärung zur Unternehmensführung in diesem Geschäftsbericht. Zudem wurde diese auf der Internetseite der Gesellschaft dauerhaft zugänglich gemacht.

Weitere Informationen zur Corporate Governance bei der YOC AG können Sie dem Corporate Governance Bericht in diesem Geschäftsbericht entnehmen.

Personelle Veränderungen im Vorstand

Zum 30. September 2016 schied Michael Kruse aus dem Vorstand der YOC AG aus.

Dank an die Mitglieder des Vorstands und die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der YOC AG

Der Aufsichtsrat dankt dem Vorstand und allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der YOC AG und aller Konzerngesellschaften für ihren hohen Einsatz im zurückliegenden Geschäftsjahr.

Berlin, im April 2017



Dr. Nikolaus Breuel
Vorsitzender
Der Aufsichtsrat

Corporate Governance

Corporate Governance hat bei der YOC AG einen hohen Stellenwert: Sie steht für eine verantwortungsbewusste und auf langfristige Wertschöpfung ausgerichtete Führung und Kontrolle unseres Unternehmens.

Effiziente Zusammenarbeit zwischen Vorstand und Aufsichtsrat, Achtung der Aktionärsinteressen sowie Offenheit und Transparenz der Unternehmenskommunikation sind wesentliche Aspekte guter und verantwortungsvoller Unternehmensführung und -kontrolle.

Vorstand und Aufsichtsrat berichten wie folgt über Corporate Governance bei der YOC AG:

Die YOC AG entspricht den Empfehlungen der "Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex" in der aktuellen Fassung vom 05. Mai 2015 mit Ausnahme der Ziffern 3.8 Abs. 3, Ziffer 4.1.5, Ziffer 4.2.1, Ziffer 4.2.2. Abs. 2, Ziffer 5.1.2 Abs. 1 Satz 2, Ziffer 5.1.2 Abs. 2 Satz 3, Ziffer 5.3.1, 5.3.2 und 5.3.3, Ziffer 5.4.1 Abs. 2, Ziffer 5.4.3 Satz 2, und Ziffer 7.1.2 Satz 4. Vorstand und Aufsichtsrat der YOC AG haben die am Ende dieses Berichts aufgeführte Erklärung zum Corporate Governance Kodex (Entsprechenserklärung 2016) verabschiedet.

Sie ist auf der Internetseite der YOC AG unter www.yoc.com (Bereich Investor Relations) veröffentlicht.

1. Aktionäre und Hauptversammlung

Die YOC AG berichtet ihren Aktionären viermal im Geschäftsjahr über die Geschäftsentwicklung sowie über die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Konzerngesellschaften.

Die Hauptversammlung beschließt unter anderem über die Gewinnverwendung, die Entlastung des Vorstands und des Aufsichtsrats sowie die Wahl des Abschlussprüfers. Satzungsänderungen und kapitalverändernde Maßnahmen werden ausschließlich von der Hauptversammlung beschlossen und vom Vorstand umgesetzt.

Aktionäre können Gegenanträge zu Beschlussvorschlägen von Vorstand und Aufsichtsrat stellen und Beschlüsse der Hauptversammlung anfechten. Die Beschlüsse der Hauptversammlung bedürfen der Mehrheit der abgegebenen Stimmen, soweit das Gesetz oder die Satzung nicht etwas anderes vorschreibt.

Die Satzung kann auf der Internetseite der YOC AG unter www.yoc.com (Bereich Investor Relations) eingesehen werden.

Durch den Einsatz elektronischer Kommunikationsmittel, insbesondere des Internets, erleichtert der Vorstand den Aktionären die Information über die Hauptversammlung und ermöglicht ihnen durch Stimmrechtsvertreter, ihr Stimmrecht auch in Abwesenheit auszuüben.

Alle erforderlichen Berichte und Unterlagen werden den Anteilseignern zuvor auch über die Internetseite der Gesellschaft zugänglich gemacht.

2. Führungs- und Kontrollstruktur

Gemäß dem deutschen Aktienrecht hat die YOC AG eine zweigeteilte Führungs- und Kontrollstruktur, die Vorstand und Aufsichtsrat umfasst. Im dualen Führungssystem sind Geschäftsleitung (Vorstand) und Geschäftskontrolle (Aufsichtsrat) personell strikt getrennt.

Eine gleichzeitige Tätigkeit in Aufsichtsrat und Vorstand ist rechtlich nicht zulässig. Aufgaben und Verantwortlichkeiten dieser beiden Organe sind gesetzlich jeweils klar festgelegt.

Der Vorstand leitet das Unternehmen, während der Aufsichtsrat den Vorstand berät und überwacht.

2.1 Vorstand

Der Vorstand bestand zum 31. Dezember 2016 aus einem Mitglied. Aktuelle Informationen zum alleinigen Vorstand Dirk-Hilmar Kraus finden Sie in diesem Geschäftsbericht. Weitere Informationen sind im Internet unter www.yoc.com (Bereich Investor Relations) verfügbar.

Der Vorstand leitet das Unternehmen in eigener Verantwortung und kontrolliert die Konzerngesellschaften. Er ist dabei an das Unternehmensinteresse gebunden und der Steigerung des nachhaltigen Unternehmenswertes verpflichtet. Er ist für die strategische Ausrichtung des Unternehmens in Abstimmung mit dem Aufsichtsrat zuständig.

Der Vorstand arbeitet eng mit dem Aufsichtsrat zusammen. Er informiert ihn regelmäßig, zeitnah und umfassend über alle für das Gesamtunternehmen relevanten Fragen der Stra-

ategie und Strategieumsetzung, der Planung, der Geschäftsentwicklung, der Finanz- und Ertragslage, der Compliance sowie über unternehmerische Risiken. Der Vorstand ist zuständig für die Aufstellung der Quartalsberichte, der Halbjahres- und der Jahresabschlüsse der YOC AG sowie des Konzernabschlusses.

Er sorgt für die Einhaltung der gesetzlichen Bestimmungen sowie für ein angemessenes Risikomanagement im Unternehmen.

2.2 Aufsichtsrat

Der Aufsichtsrat der YOC AG besteht aus drei Mitgliedern, die gemäß § 101 AktG in Verbindung mit § 10 Abs. 2 der Satzung von der Hauptversammlung für die Zeit bis zur Beendigung der Hauptversammlung bestellt werden, die über die Entlastung für das vierte Geschäftsjahr nach dem Beginn der Amtszeit beschließt, gewählt werden.

Näheres zu den Mitgliedern des Aufsichtsrats finden Sie unter www.yoc.com (Bereich Investor Relations) oder in diesem Geschäftsbericht.

Der Aufsichtsrat überwacht und berät den Vorstand bei der Führung der Geschäfte. In regelmäßigen Abständen erörtert der Aufsichtsrat mit dem Vorstand die Geschäftsentwicklung und -planung sowie die Strategie und deren Umsetzung. Nach Erörterung mit dem Abschlussprüfer und eigener Prüfung billigt der Aufsichtsrat den Jahresabschluss und nimmt den Konzernabschluss billigend zur Kenntnis. Er bestellt ferner den Vorstand.

Grundlegende Entscheidungen, die die YOC AG betreffen, bedürfen seiner Zustimmung. Hierzu gehören Entscheidungen oder Maßnahmen, die die Vermögens-, Finanz- oder Ertragslage des Unternehmens grundlegend verändern.

Der Aufsichtsrat hat die Informations- und Berichtspflichten des Vorstands festgelegt. Die Mitglieder des Aufsichtsrats sind in ihren Entscheidungen unabhängig und nicht an Vorgaben oder Weisungen Dritter gebunden.

Außerdem bedürfen Beratungs-, Dienstleistungs- und andere Verträge zwischen der YOC AG und ihren Tochtergesellschaften einerseits und Mitgliedern des Aufsichtsrats andererseits der Zustimmung des Aufsichtsrats.

3. Vergütungsbericht

Der Vergütungsbericht richtet sich nach den „Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex“. Er fasst die Grundsätze zusammen, die auf die Festlegung der Vergütung des Vorstands der YOC AG Anwendung finden und erläutert Höhe und Struktur des Vorstandseinkommens. Außerdem werden Grundsätze und Höhe der Vergütung des Aufsichtsrats beschrieben.

Der Vergütungsbericht beinhaltet außerdem Angaben, die nach den Erfordernissen des deutschen Handelsrechts Bestandteile des Konzernanhangs nach § 314 HGB sowie des Konzernlageberichts nach § 315 HGB sind.

3.1 Vergütung des Vorstands

Für die Festlegung der Vorstandsvergütung ist der Aufsichtsrat zuständig. Dabei werden die Größe und die Tätigkeit des Unternehmens, seine wirtschaftliche und finanzielle Lage, die Aufgabe des jeweiligen Vorstandsmitglieds sowie die Höhe und Struktur der Vorstandsvergütungen im branchenspezifischen Vergleichsumfeld berücksichtigt.

Die Vergütung ist leistungsorientiert. Sie ist so bemessen, dass sie am Markt für hoch qualifizierte Führungskräfte wettbewerbsfähig ist und Anreiz für erfolgreiches Arbeiten gibt. Sie setzte sich im Geschäftsjahr 2016 aus einer fixen Grundvergütung, einem variablen Bestandteil sowie der Teilnahme am Virtuellen Aktienoptionsprogramm zusammen:

- Die Grundvergütung ist eine fixe, auf das Gesamtjahr bezogene Barvergütung, die an dem Verantwortungsbereich des jeweiligen Vorstandsmitglieds ausgerichtet ist und in zwölf monatlichen Raten ausbezahlt wird.
- Den variablen Bestandteil bildet eine Barvergütung als Erfolgsbeteiligung, die sich am operativen Ergebnis nach IFRS (EBITDA) der YOC AG orientiert und in der Höhe nach oben begrenzt ist.
- Mit der Teilnahme an dem im Jahr 2014 aufgelegten Virtuellen Aktienoptionsprogramm erhalten vom Aufsichtsrat zu bestimmende Mitglieder des Vorstands der Gesellschaft virtuelle Aktienoptionen (Phantom Stocks).

Mit dem Virtuellen Aktienoptionsprogramm wird ein auf die tatsächliche Beteiligung der Berechtigten am Eigenkapital der

Gesellschaft gerichtetes Aktienoptionsprogramm nachgebildet. Anders als bei einem mit "echten" Aktienoptionen unterlegten Optionsprogramm berechtigen die virtuellen Optionen bei ihrer Ausübung nicht zum Bezug von Aktien an der Gesellschaft, sondern räumen dem Berechtigten nach näherer Maßgabe der Optionsbedingungen einen Anspruch gegen die Gesellschaft auf Zahlung eines bestimmten Geldbetrages in bar ein.

Durch die virtuellen Optionen wird keine gesellschaftsrechtliche Beteiligung an der Gesellschaft begründet, insbesondere besteht kein aktienrechtlicher Anspruch auf Informations- oder Teilhaberechte, Stimmrechte oder Teilhabe am Jahresergebnis.

3.2 Vergütung des Aufsichtsrats

Die Vergütung des Aufsichtsrats ist auf Vorschlag von Vorstand und Aufsichtsrat durch die Hauptversammlung der YOC AG festgesetzt worden. Die Vergütung des Aufsichtsrats besteht aus einer festen Vergütung in Höhe von 12,5 TEUR für ein Geschäftsjahr.

Der Aufsichtsratsvorsitzende erhält das Doppelte dieses Betrages, der Stellvertretende Aufsichtsratsvorsitzende das 1 ½-fache dieses Betrages. Pro Aufsichtsratsitzung, die eine Präsenzsitzung ist, erhält jedes Aufsichtsratsmitglied einen Betrag in Höhe von 1,0 TEUR, der Aufsichtsratsvorsitzende das Doppelte und der Stellvertretende Aufsichtsratsvorsitzende das 1 ½-fache.

Es wurden keine Vergütungen für persönlich erbrachte Leistungen außerhalb der Gremientätigkeit, insbesondere für etwaige Beratungs- und Vermittlungsleistungen, gewährt.

Die Vergütung für die Tätigkeit des Aufsichtsrats belief sich im Geschäftsjahr 2016 auf insgesamt 73 TEUR*.

Vergütung des Aufsichtsrats für das Geschäftsjahr 2016 (in TEUR)

Name	Feste Vergütung	Sitzungsgeld	Gesamt
Dr. Nikolaus Breuel (Aufsichtsratsvorsitzender)	23	10	33
Konstantin Graf Lambsdorff	17	8	24
Sacha Berlik	11	5	16
Gesamt	51	23	73

*Zur Unterstützung der Gesellschaft hat jedes Aufsichtsratsmitglied im Geschäftsjahr 2016 auf 10 % seiner festen Vergütung verzichtet. Dies ist in den Berechnungen berücksichtigt.

4. Rechnungslegung und Abschlussprüfung

Der Konzernjahresabschluss und die Zwischenabschlüsse werden nach IFRS aufgestellt. Der Konzernabschluss wird vom Vorstand aufgestellt und vom Abschlussprüfer sowie vom Aufsichtsrat geprüft.

Beim Konzernabschluss konnte im Geschäftsjahr 2016 die Frist zur öffentlichen Zugänglichmachung von 90 Tagen nach Geschäftsjahresende gemäß Ziffer 71.2 Satz 4 des Deutschen Corporate Governance Kodex nicht eingehalten werden.

Die Gesellschaft wird sich bemühen, der Empfehlung nach Ziffer 71.2 Satz 4 des Deutschen Corporate Governance Kodex Folge zu leisten, kann dies aber für das Jahr 2017 nicht zusichern.

Mit dem Abschlussprüfer, der Ernst & Young GmbH, Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Stuttgart, Niederlassung Berlin, wurde vereinbart, dass der Vorsitzende des Aufsichtsrats über Ausschluss- oder Befangenheitsgründe, die während der Prüfung auftreten, unverzüglich unterrichtet wird und dass der Abschlussprüfer über alle für die Aufgaben des Aufsichtsrats wesentlichen Fragestellungen und Vorkommnisse, die sich bei der Durchführung der Abschlussprüfung ergeben, unverzüglich berichtet.

5. Transparenz

Alle Teilnehmer am Kapitalmarkt werden von der YOC AG einheitlich, umfassend, zeitnah und zeitgleich informiert. Die Berichterstattung über die Geschäftslage und die Ergebnisse der YOC AG und des YOC-Konzerns erfolgt durch den Geschäftsbericht, den Halbjahresbericht und die Zwischenberichte.

Darüber hinaus erfolgen Informationen durch Ad-hoc-Mitteilungen, soweit dies rechtlich erforderlich ist, sowie durch Pressemitteilungen und die Internetseite der Gesellschaft.

Um die Gleichbehandlung aller Kapitalmarktteilnehmer zu gewährleisten, veröffentlicht die YOC AG kapitalmarktrelevante Informationen zugleich auf Deutsch und Englisch auch auf der Internetseite der Gesellschaft.

Die Termine der Finanzberichterstattung werden mit ausreichendem zeitlichen Vorlauf im Finanzkalender veröffentlicht.

Meldepflichtige Änderungen der Zusammensetzung der Aktionärsstruktur gemäß § 26 WpHG sowie Erwerb und Veräußerung von Aktien der Personen, die bei der YOC AG Führungsaufgaben wahrnehmen (Directors' Dealings gemäß § 15 a WpHG), werden ebenfalls vom Vorstand veröffentlicht. Nachfolgend wird der Anteilsbesitz von Mitgliedern des Vorstands und des Aufsichtsrats, der direkt oder indirekt größer als 1% der von der Gesellschaft ausgegebenen Aktien ist, aufgelistet:

Anteilsbesitz des Vorstands zum 31. Dezember 2016

Name	Anzahl der Aktien
Dirk-Hilmar Kraus	607.685

6. Nähere Angaben über das Aktienoptionsprogramm der YOC AG

Im Jahr 2009 wurde das YOC Management-Incentive Programm in Höhe von insgesamt bis zu 175.000 Bezugsrechten aufgelegt.

Ein Bezugsrecht berechtigt zum Bezug einer Aktie der YOC AG.

Die Bezugsrechte zum Erwerb von YOC-Aktien konnten an Mitglieder des Vorstands (bis zu 115.500 Bezugsrechte) und an Mitarbeiter (bis zu 59.500 Bezugsrechte) ausgegeben werden. Die Ausgabe von Bezugsrechten aus dem YOC Management-Incentive Programm konnte in genau definierten Erwerbszeiträumen, letztmalig im Geschäftsjahr 2012 erfolgen.

Zum 31. Dezember 2016 waren an ehemalige Mitglieder des Vorstands keine Bezugsrechte zum Erwerb von Aktien und an Mitarbeiter Bezugsrechte zum Erwerb von 20.000 Aktien ausgegeben.

Die Bezugsrechte können durch die Berechtigten frühestens drei Jahre nach der jeweiligen Ausgabe eingelöst werden. Der Ausübungspreis der Bezugsrechte orientiert sich am durchschnittlichen Xetra-Schlusskurs der YOC-Aktie der letzten acht Börsenhandeltage vor dem Beginn des Erwerbszeitraums.

Der Ausübungspreis muss dabei aber mindestens dem Schlusskurs der YOC-Aktie am Tag der Ausgabe des Bezugsrechts entsprechen. Ausübungsvoraussetzung ist unter anderem ein zum Zeitpunkt der Ausübung ungekündigtes Arbeitsverhältnis des Berechtigten sowie die Erfüllung bestimmter Erfolgsziele.

Die Erfolgsziele sehen die Steigerung des Börsenkurses der YOC-Aktie vor. Die Ausübung der Bezugsrechte darf nur in genau definierten Ausübungszeiträumen erfolgen. Die Ausübungszeiträume orientieren sich dabei an der Durchführung der Bilanzpressekonferenz der Gesellschaft und der Veröffentlichung des Berichts über das erste Halbjahr.

Die Ausübungszeiträume umfassen jeweils 17 Börsenhandeltage. Alle Berechtigten sind verpflichtet, die Bestimmungen des Insiderrechts einzuhalten.

Bis zum Ablauf des Geschäftsjahres 2016 sind keine Bezugsrechte ausgeübt worden.

7. Nähere Angaben über das Virtuelle Aktienoptionsprogramm der YOC AG

Mit der Teilnahme an dem im Jahr 2014 aufgelegten Virtuellen Aktienoptionsprogramm erhalten a) vom Aufsichtsrat zu bestimmende Mitglieder des Vorstands der Gesellschaft sowie b) vom Vorstand der Gesellschaft zu bestimmende Mitarbeiter der zweiten Führungsebene sowie andere herausgehobene Mitarbeiter virtuelle Aktienoptionen (Phantom Stocks).

Mit dem Virtuellen Aktienoptionsprogramm wird ein auf die tatsächliche Beteiligung der Berechtigten am Eigenkapital der Gesellschaft gerichtetes Aktienoptionsprogramm nachgebildet. Anders als bei einem mit "echten" Aktienoptionen unterlegten Optionsprogramm berechtigen die virtuellen Optionen bei ihrer Ausübung nicht zum Bezug von Aktien an der Gesellschaft, sondern räumen dem Berechtigten nach näherer Maßgabe der Optionsbedingungen einen Anspruch gegen die Gesellschaft auf Zahlung eines bestimmten Geldbetrages in bar ein.

Durch die virtuellen Optionen wird keine gesellschaftsrechtliche Beteiligung an der Gesellschaft begründet, insbesondere besteht kein aktienrechtlicher Anspruch auf Informations- oder Teilhaberechte, Stimmrechte oder Teilhabe am Jahresergebnis.

Den optionsberechtigten Mitgliedern des Vorstands können insgesamt 80.000 virtuelle Optionen zugeteilt werden.

Den optionsberechtigten Mitarbeitern der zweiten Führungsebene sowie anderen herausgehobenen Mitarbeitern können jeweils höchstens 20.000 virtuelle Optionen zugeteilt werden.

Insgesamt ist das Virtuelle Optionsprogramm für Mitarbeiter der zweiten Führungsebene sowie andere herausgehobene Mitarbeiter auf 90.000 virtuelle Optionen beschränkt. Im Umfang verfallener virtueller Optionen können neue gewährt werden.

Virtuelle Optionen konnten erstmals im Jahr 2014 ausgegeben werden und zwar jeweils innerhalb von einem Monat nach der Veröffentlichung des Zwischenberichts für das dritte Quartal bzw. des Jahresabschlussberichts. Letztmalig können virtuelle Optionen im Ausgabezeitraum des Geschäftsjahres 2017 erworben werden.

Zum Stichtag 31. Dezember 2016 sind 40.000 virtuelle Aktienoptionen an Mitglieder des Vorstands und weitere 60.000 an Mitarbeiter der zweiten Führungsebene und andere herausgehobene Mitarbeiter ausgegeben worden. Die virtuellen Optionen können durch die Berechtigten frühestens drei Jahre nach der jeweiligen Ausgabe ausgeübt werden.

Der Ausübungspreis orientiert sich am durchschnittlichen Xetra-Schlusskurs der YOC-Aktie der letzten 30 Tage vor dem Zuteilungstag. Ausübungsvoraussetzung ist unter anderem ein nach dem Zuteilungstag mindestens ein Jahr bestehendes ungekündigtes Arbeitsverhältnis des Berechtigten sowie die Erfüllung bestimmter Erfolgsziele. Die Erfolgsziele sehen die Steigerung des Börsenkurses der YOC-Aktie vor.

Die Ausübung der virtuellen Optionen darf nur in genau definierten Ausübungszeiträumen erfolgen. Die Ausübungszeiträume orientieren sich dabei wieder an der Veröffentlichung des Quartals- bzw. des Halbjahres- bzw. des Jahresabschlussberichts der Gesellschaft. Die Ausübungszeiträume umfassen jeweils 19 Bankarbeitstage.

8. Erklärung von Vorstand und Aufsichtsrat der YOC AG gemäß § 161 AktG zum Deutschen Corporate Governance Kodex in der Fassung vom 05. Mai 2015 (Entsprechenserklärung 2016)

Nach § 161 AktG haben Vorstand und Aufsichtsrat einer börsennotierten Aktiengesellschaft jährlich zu erklären, dass den vom Bundesministerium der Justiz im amtlichen Teil des elektronischen Bundesanzeigers bekannt gemachten Empfehlungen der "Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex" entsprochen wurde und wird oder welche Empfehlungen begründet nicht angewendet wurden oder werden.

Die Erklärung ist auf der Internetseite der Gesellschaft öffentlich zugänglich zu machen.

Der Deutsche Corporate Governance Kodex (DCGK) enthält Regelungen unterschiedlicher Bindungswirkung. Neben Darstellungen des geltenden Aktienrechts enthält er Empfehlungen, von denen die Gesellschaften abweichen können; sie sind dann aber verpflichtet, dies jährlich offen zu legen.

Nach § 161 AktG müssen Abweichungen von den Empfehlungen des DCGK auch begründet werden. Darüber hinaus enthält der DCGK Anregungen, von denen ohne Offenlegung abgewichen werden kann.

Die nachfolgende Erklärung betrifft den Zeitraum seit der letzten Entsprechenserklärung vom Februar 2016 und bezieht sich auf die Anforderungen des DCGK in seiner aktuellen Fassung vom 05. Mai 2015.

Vorstand und Aufsichtsrat der YOC AG erklären, dass den Empfehlungen "Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex" grundsätzlich entsprochen wird und in der Vergangenheit entsprochen wurde. Vorstand und Aufsichtsrat der YOC AG beabsichtigen, diese auch in Zukunft zu beachten.

Lediglich die folgenden Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex wurden und werden nicht angewendet:

- **Ziffer 3.8 Abs. 3 DCGK:** Die Gesellschaft ist der Ansicht, dass die Motivation und Verantwortung, mit der die Mitglieder des Aufsichtsrats ihre Aufgaben wahrnehmen, durch einen Selbstbehalt nicht verbessert werden. Die D&O-Versicherung dient der Absicherung wesentlicher Eigenrisiken der Gesellschaft und allenfalls in zweiter Linie dem Vermögensschutz der Organmitglieder. Die D&O-Versicherung für den Aufsichtsrat wurde deshalb ohne Selbstbehalt abgeschlossen.
- **Ziffer 4.1.5 DCGK:** Eine angemessene Beteiligung von Frauen in den beiden Führungsebenen unterhalb des Vorstands ist abhängig von der individuellen Eignung für die jeweilige Position. Unter dieser Prämisse wird der Vorstand bei der Besetzung von Führungspositionen auf Vielfalt achten und die angemessene Beteiligung von Frauen anstreben.

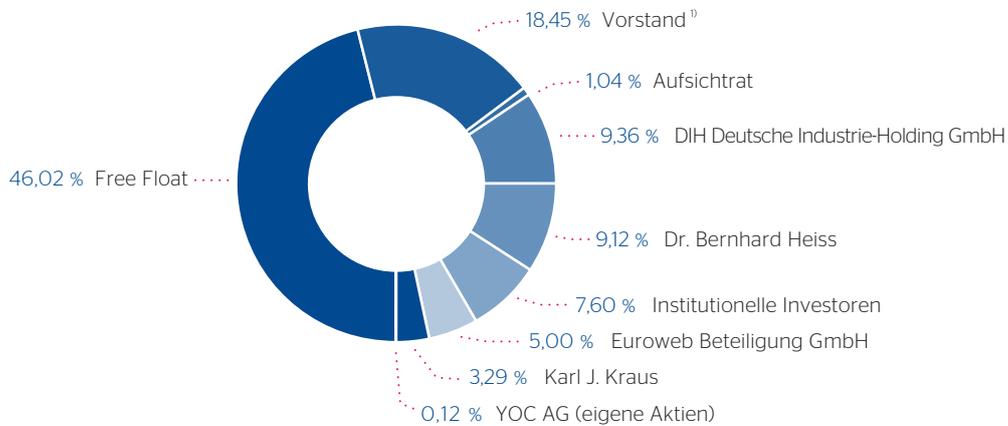
- **Ziffer 4.2.1 DCGK:** Nach Ziffer 4.2.1 des DCGK soll der Vorstand aus mehreren Personen bestehen und einen Vorsitzenden oder Sprecher haben. Der Vorstand der YOC AG bestand im Geschäftsjahr 2016 nur teilweise aus zwei Personen. Seit dem 01. Oktober 2016 ist er nur noch mit einem Vorstandsmitglied besetzt. Im Einvernehmen von Aufsichtsrat und Vorstand verzichtet die Gesellschaft bis auf weiteres auf die Bestellung weiterer Vorstandsmitglieder, da führungsrelevante Aufgaben teilweise auch an die zweite Führungsebene vergeben wurden.
- **Ziffer 4.2.2. Abs. 2 DCGK:** Der Aufsichtsrat soll das Verhältnis der Vorstandsvergütung zur Vergütung des oberen Führungskreises und der Belegschaft insgesamt auch in der zeitlichen Entwicklung berücksichtigen, wobei der Aufsichtsrat für den Vergleich festlegt, wie der obere Führungskreis und die relevante Belegschaft abzugrenzen sind. Eine explizite Abgrenzung ist nicht erfolgt, um die ökonomischen Spielräume der Organe bei Gehaltsverhandlungen nicht einzuschränken.
- **Ziffer 5.1.2 Abs. 1 S. 2 DCGK:** Derzeit ist der Aufsichtsrat nur mit männlichen Mitgliedern besetzt, so dass die Vorgaben für Diversity nicht vollumfänglich umgesetzt wurden. Die Mitgliedschaft im Aufsichtsrat orientiert sich in erster Linie an der individuellen Eignung für das Gremium.
- **Ziffer 5.1.2 Abs. 2 S. 3 DCGK:** Eine Altersgrenze für Vorstandsmitglieder ist durch den Aufsichtsrat nicht festgelegt worden. Die Mitglieder des Aufsichtsrats sind davon überzeugt, dass die Eignung zur Unternehmensleitung maßgeblich von der individuellen Leistungsfähigkeit abhängt.
- **Ziffer 5.3.1, 5.3.2 und 5.3.3 DCGK:** Die Einrichtung von Ausschüssen, insbesondere die Einrichtung eines Prüfungsausschusses (Audit Committee) und eines Nominierungsausschusses, ist aufgrund der Größe des Aufsichtsrats der YOC AG mit drei Aufsichtsratsmitgliedern schwer handhabbar und entspricht auch nicht den Best Practice Standards. Die durch den DCGK mit der Einrichtung eines Prüfungsausschusses beabsichtigte Steigerung der Effizienz bei der Prüfung der Rechnungslegung würde nicht erreicht, da der Prüfungsausschuss mit nahezu sämtlichen Plenumsmitgliedern besetzt werden müsste. Ebenso müsste der Nominierungsausschuss mit nahezu sämtlichen Plenumsmitgliedern besetzt werden, was zu keiner verbesserten Vorbereitung der Beschlussvorschläge des Aufsichtsrats zu den Wahlvorschlägen der Anteilseigner führen würde.
- **Ziffer 5.4.1 Abs. 2 DCGK:** Eine angemessene Beteiligung von Frauen kann nicht im Voraus reglementiert werden, da sich die Mitgliedschaft an der individuellen Eignung für das Gremium orientiert. Eine Altersgrenze oder eine Regelgrenze für die Zugehörigkeitsdauer für Aufsichtsratsmitglieder ist nicht festgelegt worden. Die Eignung, als Mitglied des Aufsichtsrats den Vorstand überwachen zu können und ebenbürtiger Ansprechpartner des Vorstands zu sein, hängt maßgeblich von der individuellen Leistungsfähigkeit ab.
- **Ziffer 5.4.3 Satz 2 DCGK:** Nach Ziffer 5.4.3 Satz 2 des DCGK soll ein Antrag auf gerichtliche Bestellung eines Aufsichtsratsmitglieds bis zur nächsten Hauptversammlung befristet sein. Der Antrag auf gerichtliche Bestellung der gegenwärtigen Aufsichtsratsmitglieder wurde nicht befristet, um Kontinuität und damit effiziente und zielführende Arbeit im Aufsichtsrat zu gewährleisten.
- **Ziffer 7.1.2 Satz 4 DCGK:** Die Gesellschaft wird sich bemühen, der Empfehlung Folge zu leisten, dass der Konzernabschluss binnen 90 Tagen nach Geschäftsjahresende und die Zwischenberichte binnen 45 Tagen nach Ende des Berichtszeitraums öffentlich zugänglich sein sollen. Die Gesellschaft kann dies jedoch nicht immer gewährleisten, da dies nur mit deutlich erhöhtem personellen und organisatorischen Aufwand und damit nur mit erheblichen Mehrkosten zu erreichen wäre. Die Veröffentlichungen erfolgen daher im Rahmen der gesetzlichen und börsenrechtlichen Fristen.

Berlin, im Februar 2017

YOC AG
Der Vorstand
Der Aufsichtsrat

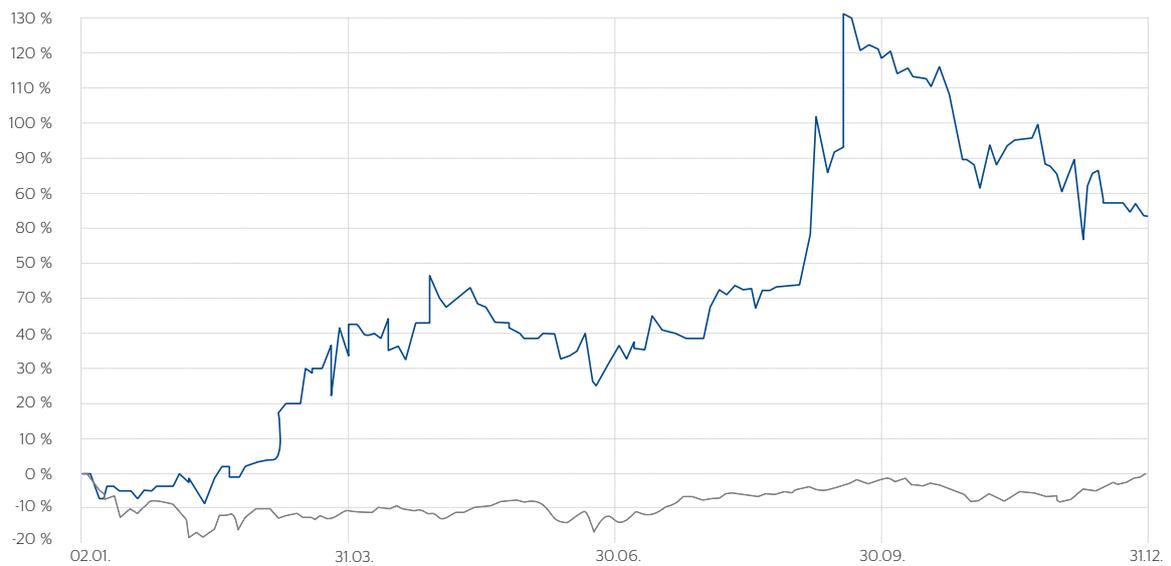
Die YOC-Aktie

Anteilseigner der YOC AG



¹⁾ Die Beteiligung der dkam GmbH ist Dirk-Hilmar Kraus zuzurechnen.

Aktionärsstruktur Stand 31.12.2016



■ YOC AG +74,87 %

■ TecDAX + 0,11 %

Entwicklung YOC-Aktie und TecDAX Performance Index

Entwicklung YOC-Aktie und TecDAX Performance Index	YOC AG	TecDAX Performance Index
04.01.2016	1,95	1.810,34
30.12.2016	3,41	1.812,40
Veränderung	+74,87 %	+0,11 %

Angaben zur Notierung

Aktientyp	Inlandsaktie
Handelsplatz	Xetra
Börsensegment	Prime Standard
Wertpapierkennnummer	593273
ISIN	DE0005932735

Angaben zur Aktie (in Euro)

	2016	2015	Veränderungen
Jahresschlusskurs	3,60	1,92	87,50 %
Höchstkurs	4,75	3,65	30,14 %
Tiefstkurs	1,80	1,69	6,50 %

Anzahl der Aktien zum 31.12.2016

3.292.978



YOC Interstitial Ad
Sony Music
Q4/2016, Großbritannien



2

Konzernlagebericht

- | | | | |
|----|---|----|--|
| 20 | YOC Produkt-Übersicht | 38 | Entwicklung der Finanz- und Vermögenslage der YOC AG |
| 24 | Marktumfeld Mobile Advertising | 39 | Prognosebericht der YOC AG |
| 26 | Leistungsspektrum | 40 | Chancen- und Risikobericht |
| 28 | Geschäftsentwicklung der YOC-Gruppe | 42 | Kontroll- und Risikomanagementbericht zum Rechnungslegungsprozess |
| 30 | Entwicklung der Ertragslage der YOC-Gruppe | 43 | Angaben zu den Aktien sowie erläuternder Bericht des Vorstands |
| 32 | Entwicklung der Finanz- und Vermögenslage der YOC-Gruppe | 45 | Erklärung zur Unternehmensführung |
| 34 | Prognosebericht der YOC-Gruppe | 49 | Vergütungsbericht |
| 36 | Entwicklung der Ertragslage der YOC AG | 51 | Ereignisse nach dem Bilanzstichtag |

YOC Produkt-Übersicht

Mit dem Anspruch, dem mobilen Nutzer durch kreative, innovative, nutzerzentrierte Werbeformate ein besonderes Markenerlebnis zu verschaffen, hat YOC im Geschäftsjahr 2016 neue innovative Formate entwickelt.

Werbetreibende setzen überdies die bewährten mobilen Werbeformate von YOC für reichweitenstarke Kampagnen ein. Im Folgenden ein Überblick über Neuentwicklungen und Bestseller.

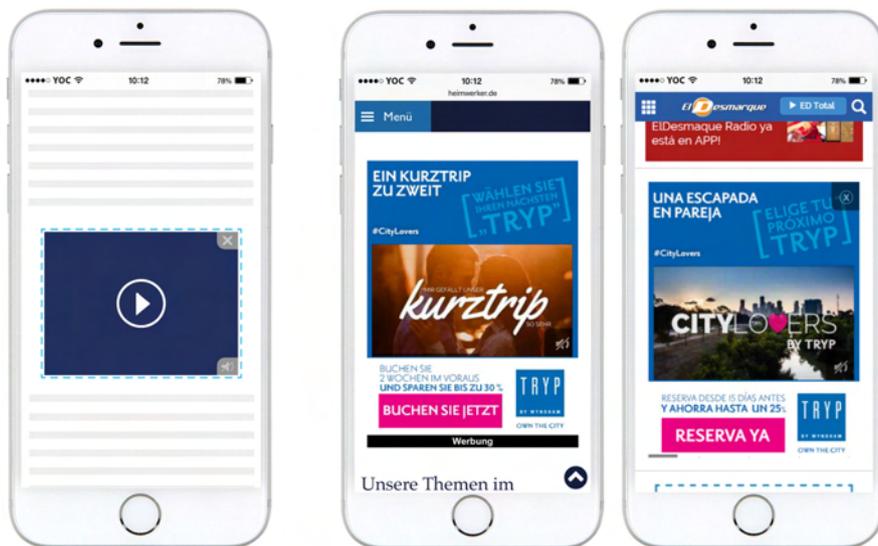
Die neuen YOC Mobile Ad Formats

YOC Inline Video Ad

Das unaufdringliche YOC Inline Video Ad ist eine Alternative zur Pre-Roll im Mobile Web. Weil das Video nur dann abgespielt wird, wenn es sich zu mindestens 50 % im sichtbaren Bereich befindet, gewinnt das Werbemittel von Beginn an eine hohe Aufmerksamkeit des Nutzers.

Die Fakten:

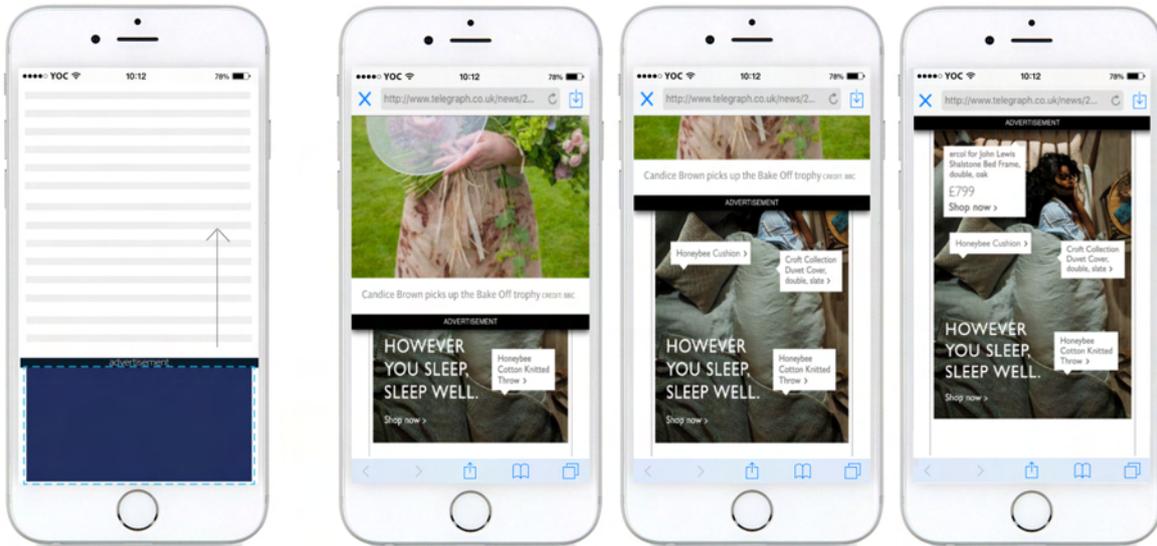
- positive Markenwahrnehmung
- Emotionale Ansprache
- Hohe Video-Sichtrate
- Untertitel bei Stummschaltung



YOC Inline Video Ad, TRYP, Q4/2016 Deutschland und Spanien

YOC Understitial Ad

Das YOC Understitial Ad ist ein vollflächige mobile Werbemittel von YOC, das direkt im redaktionellen Inhalt integriert ist. Es wird durch Hinwegscrollen des Nutzers über eine Seite sukzessive aufgerufen, bis es vollständig sichtbar ist.



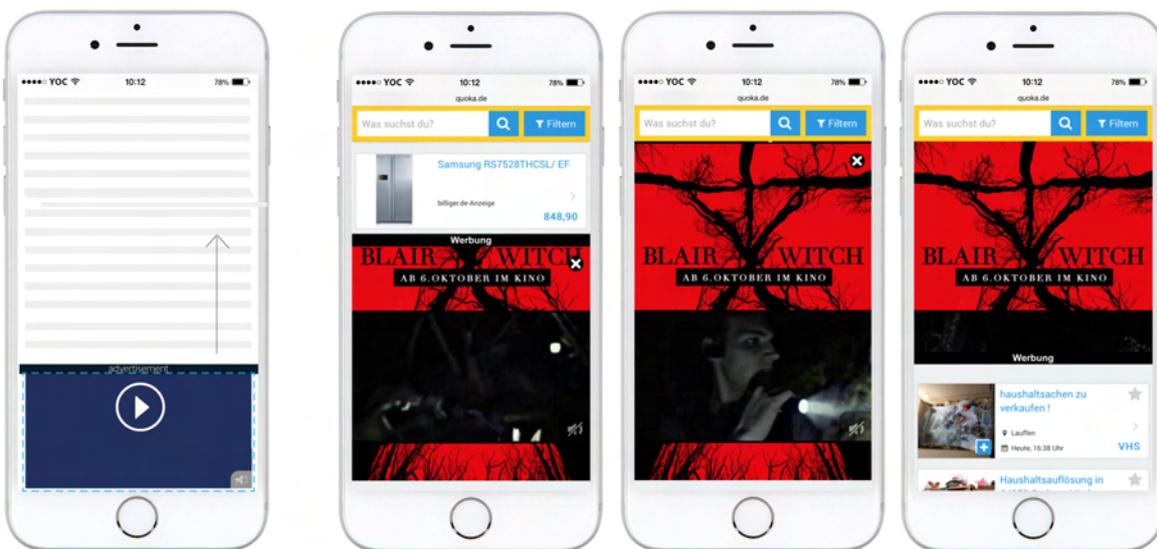
YOC Understitial Ad, John Lewis, Q4/2016, Großbritannien

Die Fakten:

- Aufmerksamkeitsstarkes Fullscreen-Ad
- Unaufdringliche Inline-Einbindung
- Nutzerfreundliche Interaktion
- Keine Unterbrechung des Leseflusses

YOC Understitial Video Ad

Das Understitial Video Ad kombiniert die Vorzüge aufmerksamkeitsstarker Mobile Video-Ads mit den userzentrierten Eigenschaften des YOC Understitial Ads.



YOC Understitial Video Ad, Blair Witch, Q3/2016, Deutschland

Die Fakten:

- Emotionale Ansprache
- Integration eines Videos
- Unaufdringliche Inline-Einbindung
- Start-Stop Automatik

Die kreativen Bestseller

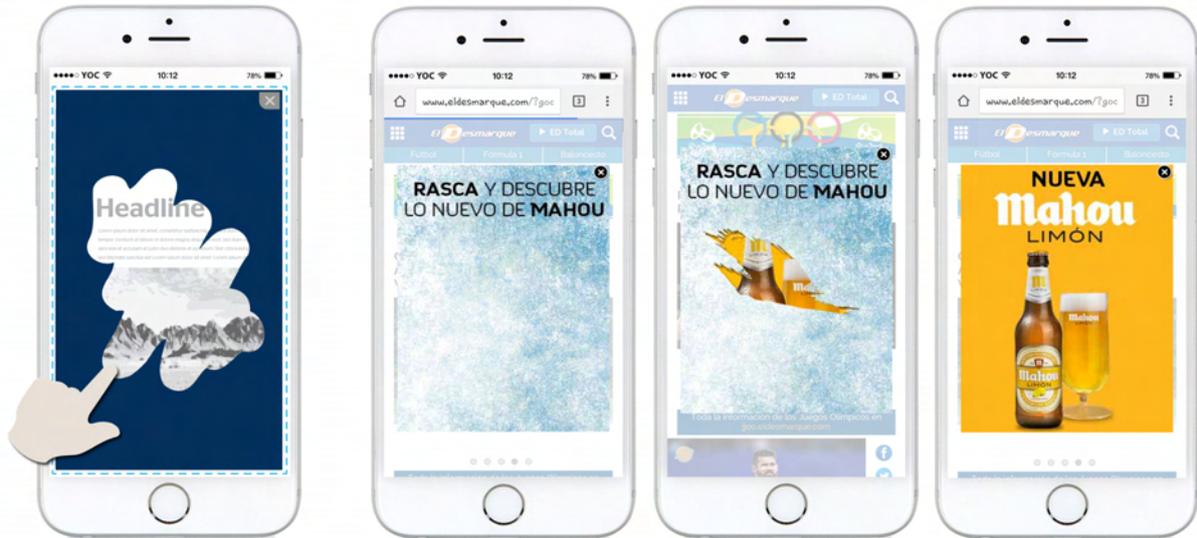
YOC Mystery Ad



Die Fakten:

Ausgezeichnet mit dem Cannes Mobile Lions Gold Award ist das YOC Mystery Ad ein interaktives Werbemittel. Kreative Elemente wie Wischen, Schütteln u.a. können hinzugefügt werden.

- Hohes User-Engagement
- Besonderheiten eines Produkts werden erlebbar
- Vielfältige HTML5-Effekte einsetzbar



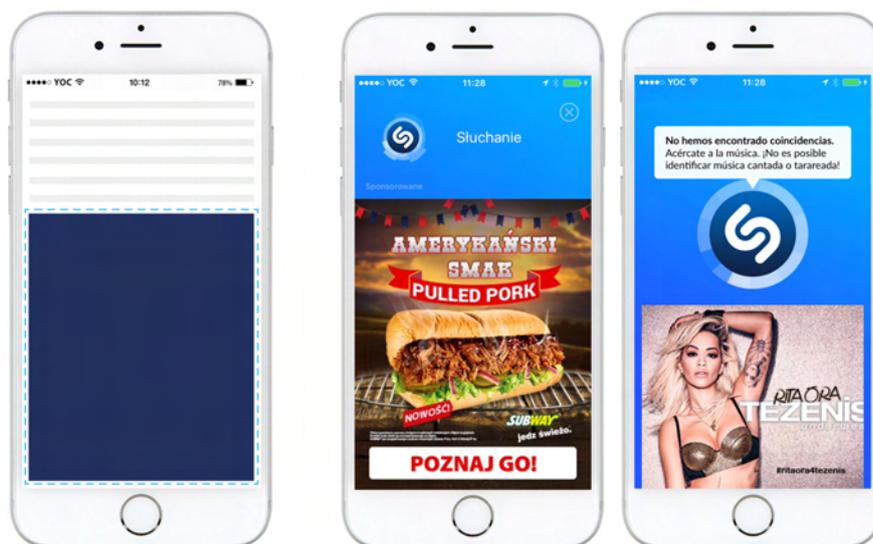
YOC Mystery Ad, Mahou, Q3/2016, Spanien

Shazam Sonderformate

Die Fakten:

Die Kooperation mit Shazam in Österreich, Polen und Spanien bietet Werbekunden speziell von YOC für Shazam adaptierte Anzeigenflächen in einem höchst attraktiven und werbewirksamen Umfeld.

- Rich Media kompatibel
- Hohe Aufmerksamkeit
- Hohe Reichweite



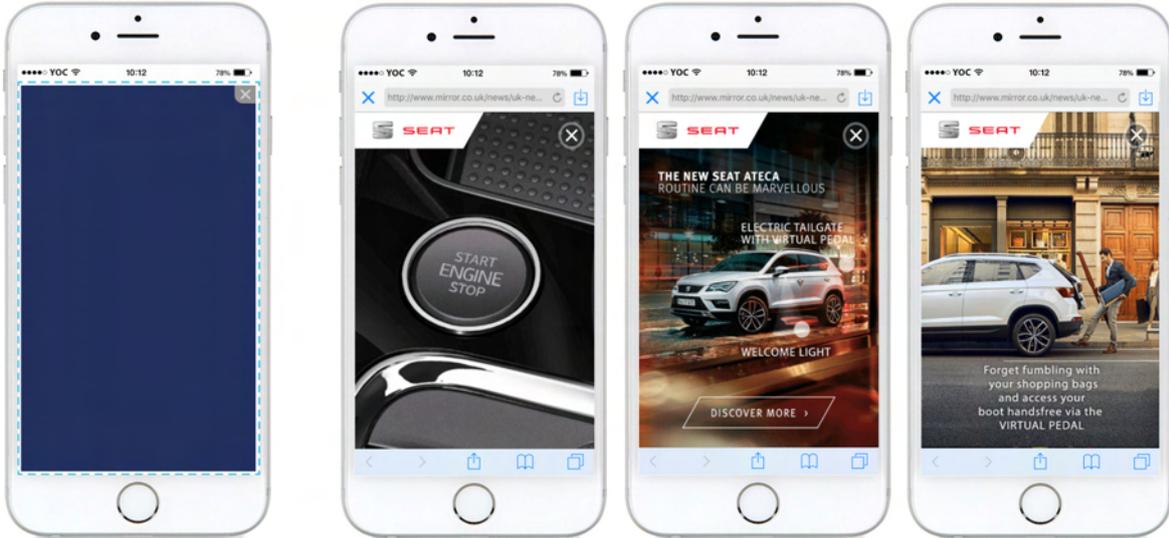
Shazam Format, Subway, Q4/2016, Poland; Rita Ora, Q4/2016, Spanien

YOC Interstitial Ad

Ein aufmerksamkeitsstarkes, vollflächiges Werbemittel, das dem Nutzer beim Aufrufen einer mobilen Seite oder einer App angezeigt wird.

Die Fakten:

- Vollflächiges Overlay-Format
- Aufmerksamkeitsstark



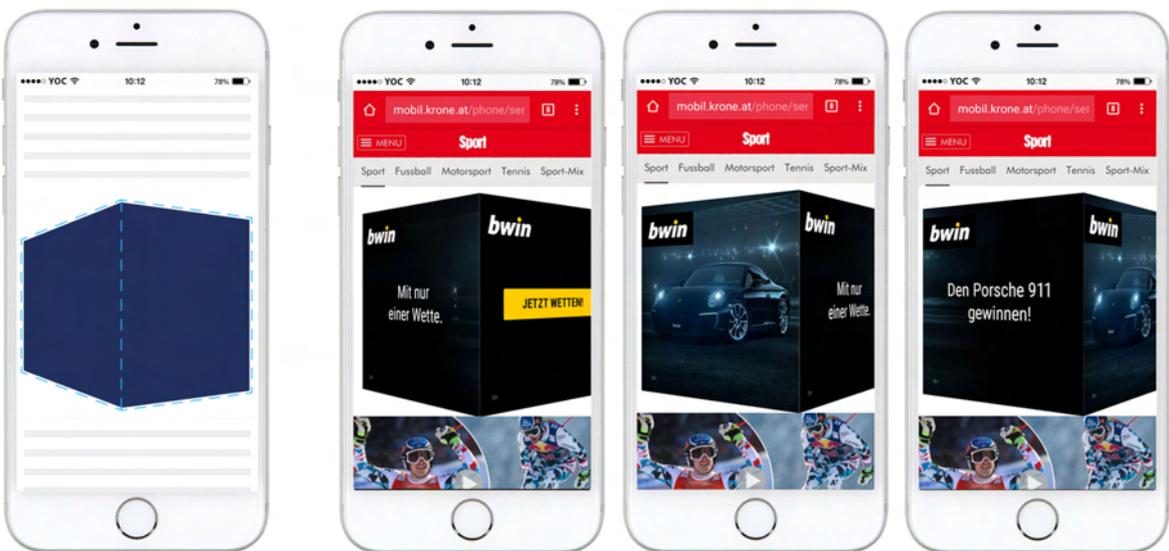
YOC Interstitial Ad, SEAT, Q3/2016, Großbritannien

YOC Cube Ad

YOC Cube Ad besteht aus vier Bildern, welche zu einem Würfel angeordnet sind und sich in einer Dauerschleife im Uhrzeigersinn um die vertikale Achse drehen. Zusätzlich kann der User den Würfel mit dem Finger selbst drehen.

Die Fakten:

- Hohe Interaktionsrate
- Inline oder Overlay Belegung möglich
- Aufmerksamkeitsstark



YOC Cube Ad, bwin, Q1/2017, Österreich

Marktumfeld Mobile Advertising

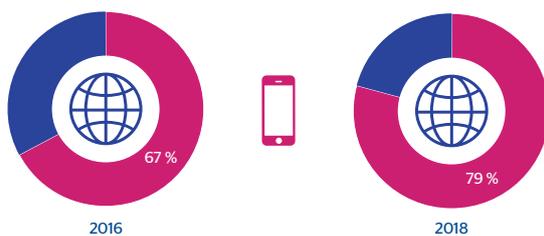
Smartphonedichte bildet Grundlage für Internetkonsum

Das mobile Internet nimmt im Alltag der Menschen einen immer größeren Raum ein. Weltweit lag die mobile Internetnutzung im Jahr 2016 bereits bei 68 %. Für das Jahr 2018 prognostiziert die global operierende Mediaagentur Zenith auf Basis einer Untersuchung der 60 führenden digitalen Märkte 79 % (Zenith 2016b).

Für Deutschland deklarieren die öffentlich-rechtlichen Medien das Smartphone als meist genutztes Gerät für den Internetzugang und sprechen davon, dass etwa zwei Drittel der Bevölkerung unterwegs in der Bahn, im Café oder bei Freunden mobil online gehen.

Ursächlich für die kontinuierlich steigenden Nutzungsraten ist die Verbreitung mobiler Endgeräte. Die höchste Smartphone-Durchdringung weist Zenith Westeuropa und Asien zu. In Irland besitzen 92 % der Bevölkerung ein Smartphone. Es folgen Singapur (91 %), Spanien (88 %), Norwegen (86 %) und Südkorea (84 %). Deutschland verzeichnet eine Smartphonedichte von 79 %. Auch 2018 sollen die Iren Spitzenreiter bei der Verbreitung von Mobilgeräten bleiben (94 %) vor der Schweiz und Singapur (jeweils 92 %) sowie Norwegen und Taiwan (jeweils 91 %; Zenith 2016b).

Entwicklung globale Smartphonedurchdringung



Quelle: Zenith Mobile Advertising Forecast 2016

Smartphones sind mobil deutlich beliebter als Tablets, was daran liegt, dass letztere als Luxusprodukt betrachtet werden, deren Anschaffung optional ist (Zenith 2016b). Die Verbreitung von Tablets ist daher in hohem Maß von Region und Einkommensverhältnissen abhängig. Derzeit besitzen 15 % der Bevölkerung weltweit ein Tablet. Dieser Wert steigt bis 2018 auf etwa 17 %.

Die höchste Tablet-Durchdringung weist Singapur mit 75 % auf. Den letzten Platz teilt sich China mit Thailand (jeweils 3 %). In Europa weisen Großbritannien und Deutschland mit rund 38 Mio. bzw. 37 Mio. Einwohnern, die regelmäßig ein Tablet benutzen, die höchste Durchdringung dieses mobilen Endgeräts aus (Statista 2016c). In Spanien nutzen 21 Mio. Menschen ein Tablet – das Land hat somit die fünftgrößte Durchdringung in Europa.

Schnelle Information bestimmt Nutzerverhalten

Die stetig wachsende Anzahl mobiler Endgeräte und der schnelle Zugang zu Informationen verändern das Verhalten der Nutzer. Am häufigsten verwenden Nutzer ihr Smartphone dem Research-Institut Statista zufolge zum Empfangen und Versenden von E-Mails (25,6 %), zum Abrufen von Wetterinformationen (23,5 %), zum Aufrufen von Land- und Straßenkarten (19,6 %), zum Anschauen von Videos (14,8 %) sowie zum Surfen in Nachschlagewerken (Statista 2016a).

Die stark wachsende Zahl an Situationen, in denen Menschen ein Smartphone oder Tablet in die Hand nehmen, schlagen sich in der täglichen mobilen Nutzungsdauer nieder: Nutzer mit mobilen Endgeräten sind täglich 35 Minuten länger im Internet – somit durchschnittlich rund zweidreiviertel Stunden täglich (ARD/ZDF 2016).

Wie Google darlegt, recherchieren mobile Nutzer intensiv bevor sie ein Produkt kaufen und sind besser informiert, da sie 2,3 Mal so häufig Produktbewertungen im Vergleich zu Online-Nutzern lesen. Jede zweite Urlaubsreise wird vor der Buchung bereits mobil recherchiert (Google 2016).

Bei der Recherche wechseln Internetnutzer bis zu 26 Mal zwischen Geräten wie Smartphone, Tablet oder Laptop, bevor sie die Reisebuchung letztlich vornehmen. Sie verwenden immer genau das Gerät, das ihnen am zeitsparendsten erscheint (Google 2016). 69 % der mobilen Nutzer verwenden ihr Smartphone oder Tablet, um mobil einzukaufen.

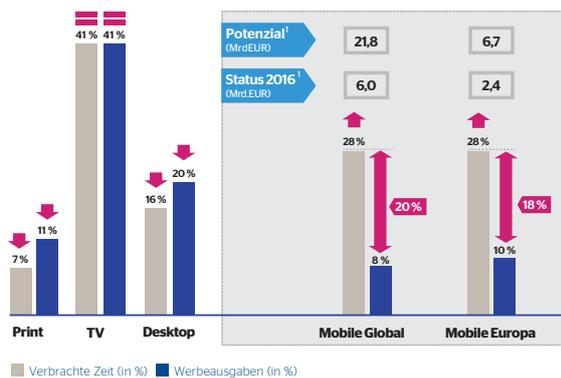
Für den deutschen mCommerce Markt bedeutete dies im Geschäftsjahr 2016 ein Wachstum von mehr als 40 % (eMarketer 2016a). Derzeit bevorzugen 60 % der Konsumenten immer noch, Produkte in einem lokalen Geschäft zu kaufen – die meisten recherchieren jedoch zuvor auf ihrem Smartphone.

Analysen zeigen, dass 50 % der Nutzer, die eine Suche auf ihrem Smartphone ausführten, noch am selben Tag ein Geschäft für den Kauf aufsuchen (Google 2015).

Mobile Nutzung vs. mobile Werbeausgaben

Die mobile Internetnutzung hat im Geschäftsjahr 2016 zum wiederholten Mal einen enormen Fortschritt gemacht. Dennoch besteht weiterhin eine Kluft zwischen der Nutzung des mobilen Kanals und den zugehörigen Werbeausgaben. Dies ist in den führenden Werbemärkten USA, China, Großbritannien und Deutschland zu beobachten.

Enormes Potenzial für Mobile Advertising: Medienkonsum vs. Werbeausgaben (in %)



¹ Ohne Google und Facebook
Quellen & Grundlage für YOC Schätzung: Globale Kennzahlen 'Verbrachte Zeit': Zenith 2016; Global Kennzahlen Werbeausgaben: Carat 2016; Kennzahlen Europa: eMarketer 2016.

Die Experten der Media-Agenturgruppe Carat geben die weltweiten Ausgaben für Mobile Advertising im Geschäftsjahr 2016 mit 39,5 Mrd. EUR an. Dies entspricht 7,6 % der Gesamtwerbeausgaben (Carat 2016). Das Research-Unternehmen eMarketer beziffert die mobilen Werbeausgaben für Westeuropa - dem drittgrößten Werbemarkt nach den USA und China - mit umgerechnet 15,7 Mrd. EUR in 2016 (inkl. Google und Facebook). Für 2020 soll sich diese Summe bereits verdoppelt haben (eMarketer 2016c).

In Deutschland liegen die Netto-Werbeausgaben für Mobile Advertising in 2016 (ohne Facebook und Google) zwischen 0,4 bis 0,5 Mrd. EUR (Basis Nielsen 2017). Dies entspricht einem Anteil in Höhe von 2,5 % an den gesamten Werbeausgaben in Höhe von insgesamt 19,6 Mrd. EUR in Deutschland (Zenith 2016b). eMarketer errechnet für das Geschäftsjahr 2016 in Deutschland bereits 2,4 Mrd. EUR für Mobile Advertising, berücksichtigt aller-

dings auch Facebook und Google (eMarketer 2017). Diese Kalkulation entspricht einem Anteil in Höhe von 12 % an den gesamten deutschen Werbeausgaben.

Im Vergleich zu allen anderen Medienkanälen wachsen die mobilen Werbeausgaben weltweit am stärksten: Mit Steigerungsraten von bis zu 50 % entwickelt sich das Werbevolumen von Mobile Advertising stärker als vormals erwartet und ist der Treiber innerhalb der digitalen Medien. Die digitalen Medien - bestehend aus Suchmaschinen- und Desktop-Displaywerbung sowie Mobile Advertising - verzeichnen insgesamt ein Wachstum von 15,6 % und verzeichnen einen Marktanteil von 27,7 % an den globalen Gesamtwerbeeinnahmen (Carat 2016).

Demgegenüber verlieren die klassischen Printmedien weitere Umsatzanteile (Zeitung -7,1 %; Zeitschriften -2,5 %). Für das Geschäftsjahr 2017 erwarten die Experten von Zenith, dass die weltweiten Werbeausgaben für Mobile Advertising die Budgets von Zeitungen, Zeitschriften, Kinos und Außenwerbung zusammen übersteigen. Erstmals sollen die Marktanteile der mobilen Werbeausgaben (Prognose 2017: 10,1 %) die Umsätze von desktop-basierter Displaywerbung (Prognose 2017: 8,5 %) übertreffen (Zenith 2016b).

Für Westeuropa geht eMarketer im Geschäftsjahr 2016 von einem 35-prozentigen Anstieg der Marktanteile von digitaler Werbung aus. Auch hier ist die mobile Werbung mit einer Wachstumsrate in Höhe von 45 % hauptsächlich verantwortlich für diese überdurchschnittliche Entwicklung. Die globale Entwicklung spiegelt sich in Deutschland - als dem zweitgrößten europäischen Werbemarkt - wider: Print- und Desktop-Advertising sind hier rückläufig, während der Anteil mobiler Werbeausgaben weiter ansteigt.

Ausgehend von dem starken Wachstumskurs des programmatischen Handels von digitalen Werbeflächen in 2016, gewinnt Mobile Programmatic Advertising im Mediaindustrie zunehmend an Relevanz. In seinem Programmatic Advertising Forecast schreibt Zenith für das abgelaufene Geschäftsjahr Programmatic Advertising weltweit für alle digitalen Kanäle 37,0 Mrd. EUR zu, wobei etwa zwei Drittel davon auf die Vereinigten Staaten von Amerika als globalen Wachstumsmotor für Programmatic Advertising entfallen (Zenith 2016c). In Nordamerika und Europa bestehen global betrachtet die größten Chancen zur weiteren Verbreitung dieses Handelskanals (BVDW 2016).

Für Mobile Programmatic Advertising in Deutschland prognostiziert eMarketer Werbeausgaben in Höhe von rund 469 Mio. EUR für das Geschäftsjahr 2016 (eMarketer 2016b). Bis 2018 rechnen die Analysten hierzulande mit einem starken Anstieg des automatisierten programmatischen Handels. Allein für Mobile Programmatic Advertising werden dann voraussichtlich 1,0 Mrd. EUR an Werbeausgaben investiert (eMarketer 2016b).

Ausblick

Das mobile Internet verändert das Leben der Nutzer nachhaltig. Allerdings bilden die aktuellen Werbeausgaben, die auf den Bereich Mobile Advertising entfallen, die tatsächlichen Nutzergewohnheiten noch nicht adäquat ab. In zahlreichen Prognosen wird jedoch deutlich, dass sich die Werbebudgets mit wachsender Geschwindigkeit in Richtung des mobilen Internets bewegen und somit die Werbetreibenden und Media-Agenturen den Nutzern folgen.

Die Media-Agenturgruppe Zenith prognostiziert, dass bereits im laufenden Geschäftsjahr das mobile Internet das stationäre Internet als wichtigsten digitalen Werbekanal ablöst. Weltweit sollen bereits 2017 für mobile Internetwerbung 94,2 Mrd. EUR ausgegeben werden und für Werbung im stationären Internet 92,4 Mrd. EUR (Zenith 2016a).

Neben dem quantitativen Wachstum mobiler Werbeausgaben kommt es in Zukunft immer mehr auf die Auslieferung qualitativer Werbeformate an (IAB 2016). Diese müssen die Nutzer begeistern und weniger stören. Diese Entwicklung wird unter dem Trend „Non-intrusive Advertising“ zusammengefasst, der beschreibt, dass mobile Werbeformate den Nutzer in seinen Surfgehnheiten nicht behindern und diese deshalb in den Inhalt einer mobilen Webseite beziehungsweise einer mobilen Applikation eingebettet sein sollten. Häufig wird dazu mobile Videowerbung eingesetzt, da Nutzer heutzutage weniger über ein Produkt oder eine Marke lesen, sondern diese in Bild und/oder Ton erleben wollen. Mobile Video Advertising ist daher aktuell der Treiber der mobilen Werbung. Bis 2020 werden entsprechend Forbes allein hierfür mehr als 100 Mrd. EUR an weltweiten Werbeausgaben erwartet (Forbes 2016).

Der Erfolg von mobilen Werbekampagnen benötigt letztlich immer messbare Belege. Für die Auslieferung mobiler Werbekampagnen haben sich deshalb internationale technische Standards etabliert, um die Auslieferungsqualität in Bezug auf ihre Sichtbarkeit zu messen. Ziel ist es, dem Nutzer einerseits eine wertvolle Werbeerfahrung zu bieten und gleichzeitig die Wiedergabe der Werbung und die anschließende Interaktion der mobilen Web-Surfer mit der Werbung zu erfassen.

Leistungsspektrum

YOC ist einer der führenden unabhängigen Anbieter für Mobile Advertising-Produkte und -Lösungen in Europa und greift auf eine seit 2001 gewachsene Expertise zurück. Namhafte Marken wie Telefonica, Vodafone, McDonald's, Coca-Cola, Mercedes, Volkswagen, Samsung oder Unilever arbeiten bereits mit der Technologie von YOC. Zu den rund 400 ausgewählten internationalen Partnern zählen Premium-Publisher wie Shazam, The Telegraph, krone.at, Tagesspiegel oder Eurosport. Sie vertrauen auf YOC aufgrund technologischer und marktspezifischer Kompetenzen sowie einer gewachsenen, nutzbringenden Zusammenarbeit.

Im Fokus des Unternehmens liegt die Positionierung als Anbieter von Mobile Advertising-Produkten und -Lösungen in den Kernmärkten Großbritannien, Deutschland, Österreich, Spanien und Polen. Folgerichtig entwickelt YOC neue Produkte und skalierbare Inhouse-Technologien und liefert diese über alle nachgefragten Vertriebskanäle aus, insbesondere im

stark wachsenden und hochautomatisierten Umfeld Mobile Programmatic Advertising.

YOC hat in den vergangenen drei Jahren als Konsequenz aus den modifizierten technologiebedingten Rahmenparametern eine schärfere Positionierung im Markt für Mobile Advertising eingenommen und entscheidende Veränderungen vollzogen. Die Gesellschaft hat dazu wesentliche Bestandteile der Wertschöpfungskette im Mobile Advertising internalisiert. Diese betrifft die Entwicklung von eigenen, performanten Werbeprodukten, die einerseits eine hohe Werbewirkung für Advertiser entfalten und andererseits den Nutzer nicht stören.

Zudem baute das Unternehmen eine starke Systemlandschaft auf, bestehend aus eigenentwickelter Software und Lösungen dritter namhafter Anbieter wie Google, SAP oder Salesforce. Auf dieser Basis bedient YOC alle relevanten Vertriebskanäle.

Die Kombination von innovativen Mobile Advertising-Produkten und einer leistungsstarken IT-basierten Infrastruktur ist das hervorstechende Wettbewerbsmerkmal von YOC mit dem sich das Unternehmen wesentlich von seinen Mitbewerbern differenziert.

YOC-Produkte

Das Unternehmen hat die Produktlinien YOC Understitial Ad, YOC Inline Video Ad sowie YOC Mystery Ad eingeführt. Ziel der Produkte ist es, die mobilen Werbefotoschaften von Werbetreibenden nachhaltig und zielgerichtet bei den Endverbrauchern zu lancieren. Der Einsatz von verschiedenen Anzeigemethoden, zusätzlichen interaktiven Elementen, sowie unaufdringlicher Funktionsweisen führt letztlich zu einer besseren Nutzerakzeptanz. Zusätzlich ermöglichen die YOC-Produkte gegenüber klassischen Standardformaten erweiterte Methoden zur Messung verschiedener Interaktions- und Abrufstatistiken und tragen somit maßgeblich zur Messbarkeit des Werbeerfolges für Werbetreibende bei.

Insbesondere die Produktvarianten mit Video-Komponenten bieten Werbetreibenden die Möglichkeit einer umfangreichen und in hohem Maße steuerbaren audiovisuellen Bewerbung ihrer Marken und Produkte auf mobilen Endgeräten.

Die Kerneigenschaft des **YOC Understitial Ad** ist seine wirksame und dennoch unaufdringliche Platzierung im inhaltlichen Umfeld einer mobilen Webseite oder mobilen Applikation. Werbetreibende erreichen den Smartphone-User mit einem vollflächigen Werbemittel, ohne ihn in seinen Nutzungsgewohnheiten einzuschränken. YOC vereint in diesem Werbemittel seine technische Erfahrung mit seiner Kompetenz in der Ansprache von Nutzern in mobilen Umfeldern. Im Geschäftsjahr 2016 erfuhr das YOC Understitial Ad wesentliche Verbesserungen, sowie die Einbettung einer völlig neu entwickelten Video-Komponente.

Im abgelaufenen Geschäftsjahr 2016 entwickelte das Unternehmen das **YOC Inline Video Ad**. Dieses innovative mobile Werbeformat ermöglicht es Werbetreibenden, Video-Anzeigen auf klassischen Webseiten zu schalten. Es ist kompatibel mit branchenüblichen Standards und spielt Video bei Bedarf in hoher Qualität aus. Die Besonderheit dieses Formats ist es, dass es überall einsetzbar ist und keine feste Platzierung innerhalb der mobilen Website der Publisher benötigt. Durch integrierte Funktionen wie die Start-Stopp-Automatik läuft das Video nur, wenn der Nutzer es gerade ansieht.

Das **YOC Mystery Ad** ist ein ausgezeichnetes, vollflächiges mobiles Werbeformat. Die Besonderheit des Produktes liegt in der Möglichkeit, den Nutzer mit beliebigen, kreativen Interaktionen zu animieren. Das YOC Mystery Ad bietet somit umfangreiche gestalterische Möglichkeiten, um eine hohe Aufmerksamkeit der Nutzer zu garantieren.

Neben den vorgenannten Produkten bietet YOC alle klassischen Werbeformen nach den international gültigen IAB- und MMA-Standards an. Darüber hinaus ist das Expertenteam von YOC je nach Kundenwunsch in der Lage, zusätzliche Funktionen wie beispielsweise Responsive Formate, erweiterte Tracking-Möglichkeiten oder den Einsatz besonderer Werbemittel innerhalb von Standard-Formaten zu entwickeln.

Für die Steuerung, Optimierung und Auswertung einer Kampagne sind die Messungen der Sichtbarkeit (Viewability) zu einem entscheidenden Faktor avanciert. YOC entwickelte daher im Geschäftsjahr 2016 eine neue technische Infrastruktur zur Messung und Auswertung der Sichtbarkeit von mobilen Werbeformaten. Die YOC-Produkte orientieren sich an marktüblichen Messstandards (nach IAB und MRC) und bieten den Advertisern damit international vergleichbare Erfolgskennzahlen für ihren Werbeerfolg im Mobile Advertising. YOC eröffnet seinen Werbekunden infolgedessen alternative Abrechnungsmodelle auf Basis der erhobenen Viewability-Daten. Hierbei erfolgt die Abrechnung einer Kampagne erst, sobald beispielsweise ein Video komplett im Sichtfeld des Nutzers abgespielt wurde.

Zusätzliche Mobile Advertising-Leistungen

YOC bietet seinen Werbekunden effektive Mobile Advertising-Lösungen für erfolgreiche Werbekampagnen an:

Kreativleistung

Bereits seit mehr als einem Jahrzehnt berät YOC Werbetreibende bei der Wahl des richtigen mobilen Werbeformates und übernimmt gegebenenfalls auch die Produktion des Werbemittels. Neben diesen Leistungen stellen die Experten auch ihr Knowhow zur Verfügung, wenn es um die Aussteuerung der Kampagnen auf mobilen Endgeräten geht.

Re-Engagement

Die Re-Engagement Lösung von YOC ist eine komplexe Maßnahme zur Steigerung des Branding-Effekts und des Wiedererkennungswertes einer Marke oder eines Produkts. Hierzu verwendet YOC eine datengetriebene Nutzererkennung, um die Nutzer mit sequentieller Ansprache auf Marken aufmerksam zu machen. Des Weiteren kann diese Lösung eingesetzt werden, um Nutzungsraten von Apps zu erhöhen oder potenzielle Interessenten eines Online-Shops zum Kaufen zu animieren.

YOC Hub

Die Business Intelligence-Plattform YOC Hub dient einerseits zur internen Prozesssteuerung von YOC und andererseits als Werkzeug für Publisher zur Kontrolle und Optimierung von Vermarktungsaktivitäten. Durch die umfassende und frei konfigurierbare Software-Oberfläche des YOC Hub erhalten die Nutzer einen aktuellen Überblick über den Vermarktungserfolg der YOC-Produkte.

Geschäftsentwicklung der YOC-Gruppe

Im Geschäftsjahr 2016 unternahm die YOC-Gruppe einen entscheidenden Schritt in Richtung Profitabilität und verzeichnete ein Umsatzwachstum in Höhe von rund 23 % auf 12,0 Mio. EUR (2015: 9,7 Mio. EUR). Das im zweiten Halbjahr 2015 begonnene spürbare Umsatzwachstum der YOC-Gruppe setzte sich somit im gesamten Geschäftsjahr 2016 fort.

In allen Quartalen weist YOC ein zweistelliges Umsatzwachstum aus. Im Abschlussquartal 2016 verzeichnete das Unternehmen ein Umsatzplus in Höhe von 24 % im Vergleich zum vierten Quartal 2015. Die Pfeiler dieser Entwicklung sind die Positionierung als produktbasierter Mobile Programmatic Advertising Anbieter, die zugehörige Entwicklung von erfolgreichen Produkten in einer sich schnell ändernden Branche sowie die Bindung und Rekrutierung von Fachpersonal.

Das ansteigende Geschäftsvolumen zeigt sich im wachsenden Umsatz pro Mitarbeiter um 30 % auf 239 TEUR (2015: 184 TEUR). Im Zwei-Jahres-Vergleich weist dieser Wert eine Verbesserung in Höhe von 50 % (Umsatz je Mitarbeiter 2014: 159 TEUR) auf.

Die Effizienz der neuen Produkte schlägt sich im Anstieg der Rohertragsmarge um drei Prozentpunkte im Vergleich zum Vorjahr auf 36 % (2015: 33 %) beziehungsweise im Anstieg in Höhe von sieben Prozentpunkten im Vergleich zu 2013 (2014: 32 %; 2013: 29 %) nieder.

Das operative Ergebnis vor Abschreibungen des Geschäftsjahres 2016 beträgt -1,1 Mio. EUR (2015: -1,1 Mio. EUR). Im Vorjahr wurden einmalige Sanierungserträge in Höhe von rund 0,9 Mio. EUR erzielt. Damit verbesserte sich das bereinigte EBITDA im Geschäftsjahr 2016 um rund 0,9 Mio. EUR.

Internationale Geschäftstätigkeit

Die YOC-Gruppe profitierte im Geschäftsjahr 2016 von ihrer Präsenz in den Kernmärkten Europas, ihrem innovativen Produktspektrum sowie der Marktexpertise seit 2001.

Im Februar 2016 eröffnete YOC ein weiteres Büro in Polen. Zum Start der neuen Dependence in Warschau kooperierte das Unternehmen wie schon in Spanien und Österreich exklusiv mit Shazam, eine der weltweit führenden mobilen Applikationen für Musik- und TV-Erkennung.

Neben dem Hauptsitz in Berlin und einem Büro in Düsseldorf verfügt das Unternehmen somit insgesamt über vier weitere Dependancen in Großbritannien (London), Spanien (Madrid), Österreich (Wien) und Polen (Warschau).

Die deutschsprachigen Standorte in Österreich und Deutschland entwickelten sich im Geschäftsjahr 2016 auf einem hohen Niveau weiter. Insbesondere der deutsche Markt legte mit einem bedeutenden Umsatzwachstum in Höhe von 28 % (2015: 9 %) zu. In Österreich ist die YOC-Gruppe Marktführer – dies zeigt sich in Platz 1 des österreichischen Vermarkter-rankings. Basis des Umsatzwachstums im Geschäftsjahr 2016 war weiterhin die hohe Nachfrage nach den verschiedenen Varianten des proprietären Produkts YOC Understitial Ad.

Die spanische Tochtergesellschaft verzeichnete mit 85 % (2015: 97 %) das höchste Umsatzwachstum aller YOC-Standorte, da sich die Aufbauarbeit der Vorjahre materialisierte. Entscheidend für diesen Markt war die erfolgreiche exklusive Zusammenarbeit mit bekannten Publishern wie Shazam oder El Desmarque und der steigende Anteil programmatischer Umsätze.

Erfreulich verlief der Markteintritt in Polen, da die dortige Niederlassung im Jahresverlauf wachsende Umsatzbeiträge lieferte.

Die unterplanmäßige Umsatzentwicklung aus Großbritannien beeinträchtigte das Gesamtwachstum der Gesellschaft dagegen. Nach dem Austausch der vollständigen Führung sowie von Mitarbeitern im Geschäftsjahr 2016 konnte die britische Tochtergesellschaft im zweiten Halbjahr wieder steigende Umsätze durch den programmatischen Vertrieb YOC-eigener Produkte verzeichnen. Insgesamt erzielte die YOC Mobile Advertising Ltd. im Geschäftsjahr 2016 lediglich stagnierende Umsätze im Vergleich zum Vorjahr, erreichte aber im Abschlussquartal des Berichtsjahres ein starkes Umsatzwachstum.

Advertiser & Publisher

Im abgelaufenen Geschäftsjahr gewann das Unternehmen namhafte Werbetreibende für den Launch neuer nutzerzentrierter Produkte. Zusammen mit Unilever launchte YOC das YOC Inline Video Ad. Brau Union war der Kooperationspartner für das YOC Understitial Vertical Video Ad. Für eine crossmediale Out-of-home-Kampagne arbeiteten YOC und Shazam mit dem Automobilhersteller BMW zusammen.

Das internationale Publisherportfolio konnte im vergangenen Jahr weiter ausgebaut werden. YOC vertiefte europaweit seine Beziehungen zu Premium Publishern wie Der Tagesspiegel, Börsennews, krone.at, Shazam, El Desmarque, Kidealia, Trinity Mirror oder Evening Standard & Independent (ESI Media).

Auf dieser Basis ist das Unternehmen in der Lage, seinen Werbekunden eine große sowie ansprechende internationale Reichweite zu ermöglichen. Mit der Business Intelligence-Plattform YOC Hub können Publisher ihre Vermarktungsaktivitäten verwalten, auswerten und optimieren.

Auch im Geschäftsjahr 2016 konnte YOC daher zahlreiche internationale Werbetreibende aus unterschiedlichen Branchen überzeugen: Airbnb, Telefonica, McDonald's, Converse, Mercedes-Benz, Coca-Cola, Samsung, Netflix, Lufthansa, BMW, Coty, Ford, Deutsche Bahn, Google, Microsoft und viele andere setzten die Produkte von YOC für effektives Mobile Advertising ein.

Transformation des Geschäftsmodells

Als produktbasierter Mobile Programmatic Advertising Anbieter ist die YOC-Gruppe ein Mobile Advertising Dienstleister mit automatisierten Plattformen, Technologie-, Produkt-, Service- und Qualitätsverständnis.

Der Wandel des Geschäftsmodells ist im Geschäftsjahr 2016 in eine neue produktive Phase eingetreten. YOC baute seinen programmatischen Handel von mobilem Inventar kontinuierlich aus. Parallel dazu nimmt die Produktentwicklung einen immer größeren Stellenwert ein, in dem sie beständig neue Produkte für die Gesellschaft entwickelt und in den Markt einführt.

Die global konkurrenzfähigen YOC-Werbeprodukte erzielen die gewünschten Branding- und Awareness-Effekte der Werbetreibenden, ohne die Menschen in der Nutzung des mobilen Internets zu stören. Dadurch wird das Geschäftsmodell hin zum innovativen Anbieter hochpreisiger Mobile Advertising Produkte transformiert.

Im vergangenen Geschäftsjahr konnte das Unternehmen noch mehr Publisher an seine programmatischen Plattformen anbinden. YOC baut seine Aktivitäten in den Bereichen Private Auctions und Preferred Deals kontinuierlich aus, um Mobile Programmatic Advertising für seine Publisher und Advertiser am Markt verfügbar zu machen.

Europäische YOC Publisher wie Shazam, El Desmarque, The Telegraph, Eurosport etc. sind via YOC an diverse Plattformen angebunden und Advertiser wie Samsung, McDonald's, Sainsbury und Starbucks nutzen diese Plattformen des automatisierten Mediahandels zum Einkauf von Mobile Advertising Produkten von YOC.

Produktentwicklung und Infrastruktur

Die IT-Strategie verfolgte im Geschäftsjahr 2016 drei wesentliche Ziele:

- 1) Neu- und Weiterentwicklung der Mobile Advertising Produkte,
- 2) Vollständige Integration programmatischer Handelswege und Produkte in alle Länderorganisationen,
- 3) Verbesserung der Prozessautomatisierung zum Zwecke der Skalierbarkeit und Effizienz.

Durch die Entwicklung von interaktiven und unaufdringlichen Mobile Advertising-Produkten differenziert sich YOC von vergleichbaren Wettbewerbern. Mit Hilfe dieser Produkte gelingt es namhaften Werbetreibenden, ihre Kunden zielgerichtet und nachhaltig anzusprechen. Im Jahr 2016 veröffentlichte die Gesellschaft das neue YOC Inline Video Ad. Mit diesem mobilen Werbeformat ist es möglich, hochwertige Video Werbung unaufdringlich auf normalen (nicht-Video) Webseiten zu platzieren.

Das YOC Understitial Ad, das YOC bereits in der zweiten Jahreshälfte 2015 in den Markt eingeführt hatte, wurde mit zahlreichen funktionellen Verbesserungen ausgestattet. Zudem wurde eine Video-Komponente für hochauflösende und großformatige Videos integriert. Für den Kundenstamm besitzen diese innovativen YOC-Videoprodukte einen hohen Stellenwert.

Des Weiteren gelang es YOC, die eigenentwickelten Werbeprodukte in programmatische Handelsprozesse zu integrieren. Dieser Ausbau der programmatischen Infrastruktur hatte im vergangenen Geschäftsjahr maßgeblichen Anteil am wachsenden Umsatz des Unternehmens.

Die Verbesserung der Prozessautomatisierung und Skalierbarkeit wurde im Geschäftsjahr 2016 konsequent fortgeführt. YOC verfügt über eine leistungsstarke IT-Systemlandschaft sowie über proprietäre Softwareprodukte,

die dies ermöglichen. Die zugrundeliegenden Technologie-Plattformen werden inhouse entwickelt und zeichnen sich durch Flexibilität, Leistungsstärke, Zuverlässigkeit und Skalierbarkeit aus. Sie verfügen über zahlreiche Schnittstellen, die die Integration vernetzter Anwendungen erlauben. YOC verfügt hierzu über eigene IT-Abteilungen, die die jeweilige Software betreuen und weiterkonzipieren.

Des Weiteren wird die eigene IT-Infrastruktur durch Softwarelösungen namhafter Partner aus dem Technologie- und Advertising-Bereich wie SAP, Google oder Salesforce ergänzt.

Die Entwicklung von Werkzeugen zur Prozessautomatisierung ist ein wichtiges Element der IT-Leistung von YOC. Durch ein flexibel und skalierbar angelegtes System wird die Vernetzung verschiedener Technologien ermöglicht.

Die daraus gewonnenen Daten werden anschließend zur Unterstützung der Geschäftsprozesse, zur Automatisierung sowie für die Business Intelligence und für das Controlling genutzt. Die zentralisierte Auswertung der im Geschäftsbetrieb entstehenden Daten hilft dabei, Erkenntnisse über Änderungen und Chancen zu gewinnen, wodurch dem Unternehmen kurze Reaktionszeiten ermöglicht werden.

Die von YOC verwendeten Datenbank- und Applikationsserver sind in Berlin installiert und werden von der hauseigenen IT-Abteilung verwaltet. Weitere Server

betreibt und verwaltet YOC in einem TÜV-zertifizierten Rechenzentrum. Zur dauerhaften Sicherstellung der Service-Qualität in der Auslieferung der eigenentwickelten Produkte und in Bezug auf die starke Internationalisierung wurde im Jahr 2016 eine neue Kooperation mit einem Dienstleister vereinbart.

Dadurch ist YOC nun in der Lage, in 32 Rechenzentren in 27 verschiedenen Ländern eine schnellstmögliche und zuverlässige Auslieferung sicherzustellen.

Mitarbeiter

Gegenüber dem Vorjahr reduzierte sich der durchschnittliche Personalbestand (ohne Vorstand) der YOC-Gruppe um 6 % auf 50 Mitarbeiter (2015: 53 Mitarbeiter).

Zum 31. Dezember 2016 beschäftigte die YOC-Gruppe 48 festangestellte Mitarbeiter - im Vergleich zum Vorjahr bedeutet dies eine Reduzierung in Höhe von 8 % (2015: 52 festangestellte Mitarbeiter).

Im Geschäftsjahr 2016 konnte YOC Leistungsträger an das Unternehmen binden sowie neue qualifizierte Mitarbeiter für Schlüsselpositionen gewinnen.

Dem Fachkräftemangel konnte die Gesellschaft somit effektiv entgegenwirken.

Entwicklung der Ertragslage der YOC-Gruppe

Umsatzentwicklung und Gesamtleistung

Im Geschäftsjahr 2016 verzeichnete die YOC-Gruppe einen Gesamtumsatz in Höhe von 11.960 TEUR (2015: 9.735 TEUR). Dies entspricht einem Anstieg in Höhe von rund 23 % im Vergleich zum Vorjahr. Die erfolgreiche Transformation der YOC-Gruppe hin zum Mobile Premium Programmatic Anbieter verbessert sowohl umsatzseitig als auch rohertragsseitig die Ertragslage des Konzerns.

Die Gesamtleistung des Konzerns liegt mit 12.486 TEUR um 1.054 TEUR über Vorjahresniveau (2015: 11.432 TEUR).

Umsatz nach Regionen

Die Umsätze stiegen auf dem deutschsprachigen Markt im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 25 % (2015: 13 %) auf 7,9 Mio. EUR (2015: 6,3 Mio. EUR) an. Insbesondere in Deutschland konnte YOC mit einem Umsatzwachstum in Höhe von 28 % (2015: 9 %) die sich bietenden Chancen im Wachstumsmarkt aufgrund der Einführung neuer Produkte nutzen.

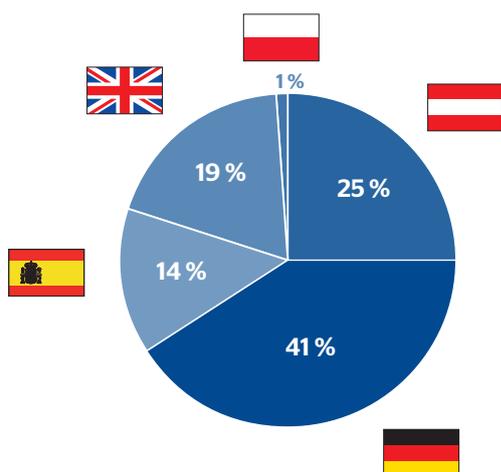
Die spanische Tochtergesellschaft konnte nach dem Aufbau des neuen Teams im Jahr 2014 ein weiteres deutliches Umsatzwachstum in Höhe von 85 % (2015: 97 %) verzeichnen.

Die im abgelaufenen Geschäftsjahr gesteckten Umsatzziele in den Märkten Deutschland, Österreich und Spanien konnten beziehungsweise übertroffen werden.

Auch der für die YOC-Gruppe neue Markt Polen erzielte im Jahresverlauf 2016 zunehmend wachsende Umsatzbeiträge.

In Großbritannien verlief die Geschäftsentwicklung im ersten Halbjahr 2016 hingegen noch nicht zufriedenstellend. Allerdings zeigte die Entwicklung im zweiten Halbjahr 2016 und insbesondere im Schlussquartal, dass die hier getroffenen Personalmaßnahmen sowie die konsequente Einführung programmatischer Produkte Wirkung zeigten und deutliche Fortschritte auf der Umsatz- und Ergebnisseite realisiert werden konnten. Insgesamt verzeichneten die Länder Großbritannien, Spanien und Polen einen Umsatzanstieg in Höhe von 18 % auf 4,0 Mio. EUR (2015: 3,4 Mio. EUR).

Die Umsatzanteile je Region stellen sich im Berichtszeitraum wie folgt dar:



Rohhertrag

Da der Materialaufwand im Vergleich zur Umsatzentwicklung lediglich unterproportional um 17 % auf 7.588 TEUR (2015: 6.504 TEUR) anstieg, konnte in Konsequenz dessen die Rohertragsmarge im Geschäftsjahr 2016 von 33,2 % auf 36,5 % gesteigert werden. Diese Zunahme stellt einen wichtigen Baustein zur nachhaltig positiven Unternehmensentwicklung dar.

Personalaufwand und Personalentwicklung

Gegenüber dem Vorjahr reduzierte sich der durchschnittliche Personalbestand (ohne Vorstand) der YOC-Gruppe

um 6 % auf 50 Mitarbeiter (2015: 53 Mitarbeiter). Zum 31. Dezember 2016 beschäftigte die YOC-Gruppe 48 festangestellte Mitarbeiter (2015: 52 Mitarbeiter).

Der Personalaufwand lag mit 4,0 Mio. EUR (Vorjahr: 3,9 Mio. EUR) leicht über dem Niveau des Vorjahres. Das ansteigende Geschäftsvolumen spiegelt sich im Anstieg des Umsatzes je Mitarbeiter um 30 % auf 239 TEUR im Vergleich zum Vorjahr (2015: 184 TEUR) wider.

Der kontinuierliche Anstieg der Produktivität zeigt sich insbesondere auch im Zwei-Jahres-Vergleich mit einer Verbesserung in Höhe von 50 % (Umsatz je Mitarbeiter 2014: 159 TEUR).

Die Personalaufwandsquote, die den Personalaufwand ins Verhältnis zur Gesamtleistung stellt, sank auf 32 % (2015: 34 %).

Sonstige betriebliche Aufwendungen

Im Geschäftsjahr 2016 lagen die sonstigen betrieblichen Aufwendungen in Höhe von 2,0 Mio. EUR (2015: 2,1 Mio. EUR) leicht unter dem Wert des Vorjahres.

Insgesamt zeigten die im Rahmen der Restrukturierung im Geschäftsjahr 2015 sowie im Geschäftsjahr 2016 weiter umgesetzten Maßnahmen zur Einsparung von Kosten in diversen Bereichen ihre Wirkung, so dass die Relation zur Gesamtleistung von 18 % im Vorjahr auf 16 % im Geschäftsjahr 2016 sank.

EBITDA

Das operative Ergebnis vor Abschreibungen ist mit -1,1 Mio. EUR im Geschäftsjahr 2016 insgesamt noch negativ und zeigt sich im Vergleich zum Vorjahreszeitraum (2015: -1,1 Mio. EUR) unverändert.

Bereinigt um einmalige Sondereffekte des Vorjahres in Höhe von insgesamt 906 TEUR, die in den sonstigen betrieblichen Erträgen in Höhe von 969 TEUR sowie damit verbundenen sonstigen betrieblichen Aufwendungen in Höhe von 63 TEUR enthalten sind, verbesserte sich das bereinigte EBITDA um 893 TEUR im Vergleich zum Vorjahr (2015: -1.104 TEUR).

Damit hat sich das um Sondereffekte bereinigte operative Ergebnis weiter signifikant um 47 % verbessert. Ursächlich hierfür sind insbesondere das Umsatzwachstum in Höhe von rund 23 %, der Anstieg der Rohertragsmarge in Höhe von drei Prozentpunkten sowie eine weiter steigende Kosteneffizienz.

Ergebnis nach Steuern

Das Ergebnis nach Steuern (inklusive Corporate Functions) beträgt im Berichtszeitraum -1,7 Mio. EUR (2015: -1,5 Mio. EUR).

Die YOC-Gruppe verzeichnete planmäßige Abschreibungen und Wertminderungen in Höhe von 0,4 Mio. EUR (2015: 0,3 Mio. EUR), ein negatives Finanzergebnis in Höhe von 0,1 Mio. EUR (2015: 0,0 Mio. EUR) sowie Steuern vom Einkommen und Ertrag in Höhe von 0,1 Mio. EUR (2015: 0,1 Mio. EUR).

Entwicklung der Finanz- und Vermögenslage der YOC-Gruppe

Langfristige Vermögenswerte

Die langfristigen Vermögenswerte betragen zum Bilanzstichtag 0,5 Mio. EUR (2015: 0,7 Mio. EUR). Der Rückgang basiert maßgeblich auf dem Rückgang der **immateriellen Vermögenswerte** von 0,6 Mio. EUR auf 0,4 Mio. EUR. Im Posten der selbst erstellten Software wurden Eigenentwicklungen in Höhe von 0,2 Mio. EUR (2015: 0,5 Mio. EUR) aktiviert.

Die planmäßigen Abschreibungen und Wertminderungen beliefen sich auf 0,4 Mio. EUR.

Die **Sachanlagen** verblieben aufgrund des geringeren Investitionsbedarfs mit 0,1 Mio. EUR auf Vorjahresniveau (2015: 0,1 Mio. EUR).

Kurzfristige Vermögenswerte

Die kurzfristigen Vermögenswerte betragen zum Bilanzstichtag 3,5 Mio. EUR (2015: 3,2 Mio. EUR) und stiegen gegenüber dem Vorjahr um 0,3 Mio. EUR an.

Die **Forderungen aus Lieferungen und Leistungen** stiegen zum Bilanzstichtag um 0,7 Mio. EUR auf 2,7 Mio. EUR (2015: 2,0 Mio. EUR) an. Diese Entwicklung ist unter anderem auch auf das gestiegene Geschäftsvolumen in Spanien und Polen und den damit verbundenen, im europaweiten Vergleich langen Zahlungszielen, zurückzuführen.

In den **sonstigen Vermögenswerten** basiert der Rückgang in Höhe von 0,2 Mio. EUR vorwiegend auf der Realisierung von Forderungen gegen den Käufer des Geschäftsbereichs Affiliate Marketing aus Erstattungen von Zinsen für sonstige Steuern in Höhe von 0,2 Mio. EUR.

Die **liquiden Mittel** verzeichneten einen Rückgang in Höhe von 0,2 Mio. EUR auf 0,7 Mio. EUR (2015: 0,9 Mio. EUR). Dies resultierte vornehmlich aus dem im Berichtsjahr erzielten negativen Cash-Flow aus operativer Geschäftstätigkeit.

Eigenkapital

Zum 31. Dezember 2016 beträgt das Eigenkapital der YOC-Gruppe -3,6 Mio. EUR (Vorjahr -2,5 Mio. EUR). Am 19. April 2016 beschlossen Vorstand und Aufsichtsrat der YOC AG eine Kapitalerhöhung aus dem genehmigten Kapital gegen Bareinlagen im Umfang von 180.505 neuen Stückaktien unter Ausschluss des Bezugsrechts der bestehenden Aktionäre. Mit einem Ausgabepreis in Höhe von 2,77 EUR je Aktie erzielte die Gesellschaft einen Bruttoemissionserlös in Höhe von 0,5 Mio. EUR.

Das **Jahresergebnis** in Höhe von -1,7 Mio. EUR (2015: -1,5 Mio. EUR) wirkt gegenläufig, so dass insgesamt daraus ein Rückgang des Eigenkapitals in Höhe von 1,1 Mio. EUR resultierte.

Die **Währungsumrechnungsdifferenzen** in Höhe von -0,1 Mio. EUR (2015: -0,2 Mio. EUR) aus der Umrechnung des

Abschlusses der britischen Tochtergesellschaft von GBP in EUR spiegeln sich im erfolgsneutralen Ergebnis wider, welches das Eigenkapital um 0,1 Mio. EUR verbesserte. Dieser Effekt ist auf die Ende 2016 sowie aktuell bestehende Abwertung des britischen Pfund gegenüber dem Euro zurückzuführen.

Langfristige Schulden

Zum Bilanzstichtag stiegen die langfristigen Schulden der YOC-Gruppe im Vergleich zum Vorjahr um 0,7 Mio. EUR auf 1,2 Mio. EUR an – in erster Linie ist dies auf Vereinbarungen mit Investoren zur Aufnahme langfristiger Darlehen in Höhe von 0,5 Mio. EUR als begleitende Maßnahme zu der im April 2016 durchgeführten Kapitalerhöhung zurückzuführen.

Kurzfristige Schulden

Im Geschäftsjahr 2016 stiegen die kurzfristigen Schulden um 0,8 Mio. EUR auf 6,6 Mio. EUR (2015: 5,8 Mio. EUR) an.

Die **Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen** erhöhten sich aufgrund des gestiegenen Geschäftsvolumens um 0,7 Mio. EUR auf 2,5 Mio. EUR (2015: 1,8 Mio. EUR).

Die **sonstigen finanziellen Verbindlichkeiten** enthalten mit 3,3 Mio. EUR nahezu ausschließlich Verbindlichkeiten aus noch nicht erhaltenen Eingangsrechnungen (Vorjahr: 3,3 Mio. EUR). Diese wiederum enthalten vor allem Rückstellungen für Agenturrückvergütungen in Höhe von 2,0 Mio. EUR (2015: 1,0 Mio. EUR).

Der Abschluss von Agenturverträgen und den damit verbundenen Agenturrückvergütungen sind für unser Geschäftsmodell von besonderer Bedeutung.

Diese stellen eine Art Umsatzgarantie beziehungsweise ein Minimumeinkaufsvolumen mit der jeweiligen Media-Agenturgruppe dar.

Im Gegenzug erhält diese eine vertraglich vereinbarte Rückvergütung im Folgejahr von der betreffenden operativen Tochtergesellschaft der YOC AG.

Die Verbindlichkeiten aus erhaltenen Anzahlungen, **sonstige Verbindlichkeiten und Steuerschulden** sanken insgesamt um 0,3 Mio. EUR auf 0,5 Mio. EUR (2015: 0,8 Mio. EUR).

Cash-Flow

Zum Stichtag beliefen sich die liquiden Mittel der YOC-Gruppe auf 0,7 Mio. EUR. Die Liquiditätsabnahme betrug 0,2 Mio. EUR im Vergleich zum Bilanzstichtag des Vorjahres.

Der Mittelabfluss setzt sich aus dem **operativen Cash-Flow** in Höhe von -1,0 Mio. EUR (2015: -1,3 Mio. EUR), einem Mittelabfluss aus Investitionstätigkeiten in Höhe von -0,2 Mio. EUR (2015: -0,1 Mio. EUR) sowie aus Mittelzuflüssen aus Finanzierungstätigkeiten in Höhe von 1,0 Mio. EUR (2015: 1,1 Mio. EUR) zusammen.

Der operative Cash-Flow in Höhe von -1,0 Mio. EUR spiegelt somit vorwiegend das operative Konzernergebnis vor Abschreibungen in Höhe von -1,1 Mio. EUR (2015: -1,1 Mio. EUR) wider.

Der **Mittelabfluss aus Investitionstätigkeiten** in Höhe von 0,2 Mio. EUR umfasst hauptsächlich die internen Entwicklungskosten im Zusammenhang mit der Weiterentwicklung technologischer Plattformen und innovativer Produkte in Höhe von 0,2 Mio. EUR. Im Sachanlagevermögen verhalten sich Zu- und Abgänge ausgewogen.

Der **Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeiten** in Höhe von 1,0 Mio. EUR resultiert einerseits aus der im April 2016 durchgeführten Kapitalerhöhung aus genehmigtem Kapital gegen Bareinlagen im Umfang von 180.505 neuen Aktien unter Ausschluss des Bezugsrechts der bestehenden Aktionäre. Mit einem Ausgabepreis von 2,77 EUR je Aktie erzielte die Gesellschaft einen Bruttoemissionserlös in Höhe von 0,5 Mio. EUR.

Andererseits vereinbarte die Gesellschaft mit einigen Investoren eine über die Kapitalerhöhung hinausreichende begleitende Darlehensaufnahme in Höhe von 0,5 Mio. EUR zu marktüblichen Konditionen sowie einer Laufzeit bis zum Geschäftsjahr 2018.

Forschung und Entwicklung

Die Kosten für Forschung und Entwicklung neuer Produkte beziehungsweise technischer Innovationen beliefen sich im Geschäftsjahr 2016 auf insgesamt 0,1 Mio. EUR (2015: 0,07 Mio. EUR). Bei der Produktentwicklung konzentriert sich das Unternehmen auf die Erstellung eigener Werbeformate, auf den automatisierten Handel von mobilen Werbeflächen im Bereich Mobile Programmatic Advertising, das Business Intelligence Tool YOC Hub für Publisher, welches Informationen zur Vermarktung und Optimierung in Echtzeit bereitstellt, sowie das Produkt YOC Audience, das die Werbeauslieferung anhand von Zielgruppenkriterien zur Verbesserung der Werbewirksamkeit optimiert.

Für das weitere Wachstum der YOC-Gruppe, den Ausbau der Marktstellung sowie zur Automatisierung interner Pro-

zesse ist die technologische Wettbewerbsfähigkeit essentiell, so dass wir die Neu- und Weiterentwicklung unserer Produkte und Plattformen in Eigenentwicklung vorantreiben.

Zusammenfassende Aussage über die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage

Die konsequente Umsetzung der Restrukturierung in den vergangenen Geschäftsjahren sowie der strategischen Neuausrichtung spiegelt sich im gestiegenen Geschäftsvolumen wider, so dass erstmals seit dem Geschäftsjahr 2011 wieder ein positives operatives Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) auf Quartalsebene in Höhe von 0,2 Mio. EUR im Schlussquartal 2016 erwirtschaftet werden konnte (EBITDA Q4/2015: -0,1 Mio. EUR).

Insgesamt zeigte die operative Geschäftstätigkeit der YOC-Gruppe eine Verbesserung in Höhe von 0,9 Mio. EUR im Vergleich zum Vorjahr. Die Maßnahmen zur Reduktion von Kosten wirken und werden auch im Geschäftsjahr 2017 auf dem Niveau des Jahres 2016 verbleiben.

Die Bilanzsumme der YOC-Gruppe stieg geringfügig – beeinflusst einerseits durch die im April 2016 durchgeführte Kapitalerhöhung sowie andererseits durch die insgesamt noch nicht ausreichenden Cash-Flows – um 2 % auf 4,0 Mio. EUR (2015: 3,9 Mio. EUR) an.

Zusätzlich zu den im Geschäftsjahr 2016 erfolgreich durchgeführten Finanzierungsmaßnahmen (Kapitalerhöhung mit begleitender Darlehensaufnahme) setzte der Vorstand eine weitere Darlehensaufnahme in Höhe von 0,5 Mio. EUR im ersten Quartal 2017 um.

Prognosebericht der YOC-Gruppe

Weltweiter Werbemarkt

Die globale Media-Agenturgruppe Carat kalkuliert für das Geschäftsjahr 2016 weltweite Werbeinvestitionen von insgesamt rund 520 Mrd. EUR (Carat 2016). Dies bedeutete eine Steigerung in Höhe von 4 % im Vergleich zum Vorjahr, die vor allem auf die Kanäle Mobile, Online Video und Social Media zurückzuführen ist.

International verbuchten die digitalen Medialkanäle ein Wachstum ihres Marktanteils an den Gesamtwerbeeinnahmen von 15,6 % auf 27,7 %. Das umsatzstärkste Medium blieb das Fernsehen (41,1 % Marktanteil). Die klassischen Printmedien wie beispielsweise die Zeitungen mussten weitere Umsatzeinbußen und damit sinkende Werbemarktanteile von 11 % auf etwa 7,1 % hinnehmen. Stabil blieben die Kanäle

Außenwerbung (6,9 %) und Radio (6,4 %). Umsatztreiber waren neben den sportlichen Großereignissen wie der Fußball-Europameisterschaft und den Olympischen Spielen auch die US-Präsidentenwahlen.

Werbeausgaben Mobile Advertising

Carat kalkuliert das weltweite Werbevolumen für Mobile Advertising im Geschäftsjahr 2016 mit 39,5 Mrd. EUR, was etwa 7,6 % der Gesamtwerbeausgaben entspricht (Carat 2016). Mit Steigerungsraten von bis zu 50 % entwickelt sich das Werbevolumen dieses Kanals stärker als zuvor erwartet und ist der Treiber innerhalb der digitalen Medien (bestehend aus Suchmaschinen- und Desktop-Displaywerbung sowie Mobile Advertising).

Davon entfallen rund 85 % der Werbeausgaben auf Facebook und Google.

Das gleiche Bild zeigte sich im Geschäftsjahr 2016 auf europäischer Ebene: Für Westeuropa ermittelte eMarketer Werbeausgaben in Höhe von 15,7 Mrd. EUR (inkl. Google und Facebook). Im Jahr 2020 soll sich diese Summe bereits verdoppelt haben (eMarketer 2016c).

In Deutschland lag das Werbevolumen für Mobile Advertising 2016 bei 2,4 Mrd. EUR (eMarketer 2017). Diese Kalkulation entspricht einem Anteil in Höhe von 12 % an den deutschen Werbeausgaben. Ohne eine Berücksichtigung der Werbeumsätze von Facebook und Google betrug das Werbebudget 0,4 bis 0,5 Mio. EUR (Nielsen 2017). Dies entsprach 2,5 % an den gesamten deutschen Werbeausgaben (Zenith 2016c).

Das Werbevolumen für Mobile Advertising wird somit weltweit in den nächsten Jahren mit zweistelligen Steigerungsraten weiterhin deutlich anwachsen.

Ausblick

Aufgrund der bisher erfolgreich verlaufenden Transformation des Geschäftsmodells und der in diesem Kontext erzielten Ergebnisse geht die YOC-Gruppe von einem beständigen Wachstum aus.

Der Umbau der Gesellschaft hin zum Mobile Premium Programmatic Anbieter bringt die Gesellschaft auf ein neues Produktniveau. Mit der einhergehenden Verstärkung dieser Marktpositionierung werden weitere Steigerungen der Rohertragsmarge erwartet und parallel dazu die Unabhängigkeit von größeren Kooperationen vorangetrieben. Investitionen in innovative Technologien und Produkte sowie die Automatisierung interner Prozesse sind Bestandteil der Unternehmensstrategie, um die begonnene Entwicklung auszubauen.

Nach einem Umsatzwachstum in Höhe von 23 % in 2016 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum liegt das Augenmerk des Vorstands insbesondere auf der Verstetigung des dynamischen Wachstums des programmatischen Platt-

formgeschäfts und damit der Umsetzung der definierten Unternehmensstrategie. Hierzu ist es notwendig, dass alle YOC-Standorte die neue Marktpositionierung adaptieren und alle hinreichenden Aufgaben umsetzen.

Die Erwartungen für das kommende Geschäftsjahr 2017 sind optimistisch. In den Märkten Deutschland, Österreich und Spanien konnten die gesteckten Ziele im vergangenen Geschäftsjahr erreicht beziehungsweise übertroffen werden.

In Großbritannien verhalfen der rigorose Neuaufbau des kompletten Teams sowie die Konzentration auf den programmatischen Vertrieb bereits im zweiten Halbjahr 2016 zu wachsenden und ab dem vierten Quartal 2016 zu stark wachsenden Umsätzen.

Insgesamt rechnet YOC für das Geschäftsjahr 2017 mit deutlich wachsenden Umsatzerlösen in Höhe von 20 % bis 25 % bei einer gleichsam konstanten Kostenstruktur. Die positiven wirtschaftlichen Rahmenbedingungen unterstützen diese Prognose.

Die YOC-Gruppe rechnet für das Geschäftsjahr 2017 auf Basis der dargestellten Entwicklungen mit einer weiteren Verbesserung der operativen Ertragslage.

Für das Geschäftsjahr 2017 geht die Gesellschaft indes noch von einem leicht negativen operativen Cash-Flow und EBITDA aus. Mittelfristig wird der Break-Even angestrebt. Zur Verbesserung der Liquidität hat die Gesellschaft im ersten Quartal 2017 eine Fremdkapitalmaßnahme, die zu einem Liquiditätszufluss in Höhe von 0,5 Mio. EUR führte, umgesetzt.

Damit ausreichend Liquidität im Prognosezeitraum vorhanden ist, müssen die Gesellschaft und der Konzern den geplanten Geschäftsverlauf, insbesondere eine deutliche Umsatzsteigerung sowie eine erhebliche Verbesserung des operativen Ergebnisses, realisieren. Der Fortbestand des Mutterunternehmens und damit des Konzerns hängt davon ab, dass der geplante Geschäftsverlauf realisiert werden kann.

Entwicklung der Ertragslage der YOC AG

Die YOC AG mit Sitz in Berlin ist Mutterunternehmen sämtlicher in der YOC-Gruppe enthaltener Gesellschaften.

Neben den Corporate Functions betreibt die YOC AG die Central Performance Unit für den Geschäftsbereich Mobile Performance Advertising sowie die zentrale Yield-Optimierung zur Steigerung der Monetarisierung der von allen Publishern der YOC-Gruppe zur Vermarktung zur Verfügung gestellten Werbeflächen.

Darüber hinaus wird der komplette Produktentwicklungsbereich seit dem Geschäftsjahr 2016 in der YOC AG (vorher YOC Mobile Advertising GmbH) geführt.

Umsatzentwicklung und Gesamtleistung

Im Geschäftsjahr 2016 erzielte die Gesellschaft Umsatzerlöse in Höhe von insgesamt 3,0 Mio. EUR (2015: 0,3 Mio. EUR). Davon entfallen 0,8 Mio. EUR (2015: 0,3 Mio. EUR) auf die Central Performance Unit sowie weitere 1,2 Mio. EUR (2015: 0,0 Mio. EUR) auf den Bereich Yield-Optimierung.

Darüber hinaus erzielte die YOC AG Umsatzerlöse in Höhe von 1,0 Mio. EUR (2015: 0,8 Mio. EUR) aus der Weiterbelastung verauslagter Kosten sowie der Umlage der Aufwendungen für Corporate Functions an die Tochtergesellschaften, welche erstmalig gemäß BilRUG als Umsatzerlöse (Vorjahr sonstige betriebliche Erträge) auszuweisen sind.

Die sonstigen betrieblichen Erträge tragen mit 0,1 Mio. EUR (2015: 1,9 Mio. EUR) zur Gesamtleistung bei. Der Rückgang um 1,8 Mio. EUR resultierte aus den im Vorjahr verzeichneten einmaligen positiven Sondereffekten in Höhe von insgesamt 0,9 Mio. EUR (Erträge aus einem außergerichtlichen Vergleich in Höhe von 0,75 Mio. EUR sowie weitere 0,1 Mio. EUR aus Weiterbelastungen an die 2014 veräußerte belboon GmbH und dem Verkauf nicht betriebsnotwendigen Anlagevermögens). Des Weiteren werden erstmalig die Erlöse aus der Weiterbelastung verauslagter Kosten sowie der Umlage der Aufwendungen für Corporate Functions an die Tochtergesellschaften mit 1,1 Mio. EUR (2015: 0,8 Mio. EUR) unter den Umsatzerlösen aufgrund des BilRUG ausgewiesen.

Die Gesamtleistung der Gesellschaft liegt mit 3,1 Mio. EUR um 0,9 Mio. EUR über Vorjahresniveau (2015: 2,2 Mio. EUR).

Materialaufwand

Die Aufwendungen für bezogene Leistungen in Höhe von 2,0 Mio. EUR (2015: 0,3 Mio. EUR) enthalten vornehmlich Publisher-Vergütungen für Performance-Kampagnen sowie für den zentralen Bereich Yield-Optimierung.

Personalaufwand und Personalentwicklung

Gegenüber dem Vorjahr stieg der durchschnittliche Personalbestand der YOC AG - insbesondere durch die Eingliederung der zentralen Produkt- und Plattformentwicklung von der YOC Mobile Advertising GmbH mit Wirkung zum 01. Januar 2016 - auf 20 festangestellte Mitarbeiter (2015: 12 festangestellte Mitarbeiter) an.

Zum 31. Dezember 2016 beschäftigte die YOC AG 21 festangestellte Vollzeit-Mitarbeiter (31. Dezember 2015: 16 festangestellte Mitarbeiter).

Für das im September 2014 aufgelegte virtuelle Aktienoptionsprogramm (anteilsbasierte Vergütungen mit Barausgleich) entfielen aufwandswirksame Personalrückstellungen im Berichtszeitraum in Höhe von 0,1 Mio. EUR (Vorjahr: 0,0 Mio. EUR).

Infolge des Anstiegs der Anzahl der Mitarbeiter sowie des Anstiegs der Personalaufwandsrückstellungen aus dem virtuellen Aktienoptionsprogramm resultierte insgesamt ein Anstieg des Personalaufwands um 0,7 Mio. EUR auf 1,9 Mio. EUR (2015: 1,2 Mio. EUR).

Sonstige betriebliche Aufwendungen

Im Geschäftsjahr 2016 lagen die sonstigen betrieblichen Aufwendungen mit 1,0 Mio. EUR (2015: 1,7 Mio. EUR) deutlich unter dem Vorjahreswert.

Der Rückgang in Höhe von 0,7 Mio. EUR basiert vorwiegend auf einmaligen Sondereffekten des Vorjahres von insgesamt 0,5 Mio. EUR. Ursächlich hierfür waren ein Forderungsverzicht gegenüber den Tochtergesellschaften YOC France S.A.S. und YOC Spain S.L. in Höhe von insgesamt 0,4 Mio. EUR sowie eine aufwandswirksame Abwertung des variablen Kaufpreisbestandteils der im Geschäftsjahr 2014 verkauften Tochtergesellschaft belboon GmbH um 0,1 Mio. EUR.

Darüber hinaus konnten im Vergleich zum Vorjahr Rechts- und Beratungskosten (inkl. Kosten der Jahresabschluss-erstellung, Steuerberatung sowie sonstige Beratungsleistungen) um 0,2 Mio. EUR auf 0,2 Mio. EUR (2015: 0,4 Mio. EUR) gesenkt werden.

EBITDA

Das operative Ergebnis vor Abschreibungen lag im Geschäftsjahr 2016 insgesamt bei -1,8 Mio. EUR (2015: -1,0 Mio. EUR).

Beteiligungs- und Finanzergebnis

Im Berichtsjahr konnte das Beteiligungs- und Finanzergebnis um 1,0 Mio. EUR auf 0,7 Mio. EUR gesteigert werden (2015: -0,3 Mio. EUR).

Das Ergebnis aus dem Ergebnisabführungsvertrag mit der YOC Mobile Advertising GmbH betrug im Geschäftsjahr 2016 0,6 Mio. EUR (Verlustübernahme 2015: -0,8 Mio. EUR).

Gewinnausschüttungen der österreichischen Tochtergesellschaft an die YOC AG trugen im abgelaufenen Geschäftsjahr 2016 mit 0,2 Mio. EUR (2015: 0,3 Mio. EUR) zum Beteiligungsergebnisergebnis bei.

Das Zinsergebnis betrug im Berichtsjahr -0,1 Mio. EUR (2015: 0,1 Mio. EUR).

Abschreibungen

Die Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen machten im Berichtszeitraum 0,4 Mio. EUR (2015: 0,1 Mio. EUR) aus. Der Anstieg resultierte aus den erstmaligen Abschreibungen der per Ende 2015 von der YOC Mobile Advertising GmbH erworbenen selbstentwickelten Software im Wert von 0,6 Mio. EUR.

Ergebnis nach Steuern

Das Ergebnis nach Steuern im Berichtszeitraum betrug -1,5 Mio. EUR (2015: -1,4 Mio. EUR).

Entwicklung der Finanz- und Vermögenslage der YOC AG

Zum 31. Dezember 2016 beträgt die Bilanzsumme der YOC AG 5,4 Mio. EUR (2015: 3,5 Mio. EUR).

Der in 2016 erzielte Jahresfehlbetrag in Höhe von -1,5 Mio. EUR führte zum Anstieg des nicht durch Eigenkapital gedeckten Fehlbetrags auf 2,0 Mio. EUR (2015: 1,0 Mio. EUR). Dem entgegen wirkte die erfolgte Kapitalerhöhung.

Anlagevermögen

Insgesamt belief sich das Anlagevermögen (ohne Finanzanlagen) zum Stichtag auf 1,4 Mio. EUR (2015: 1,4 Mio. EUR). Die immateriellen Vermögensgegenstände sind aufgrund von Abschreibungen auf 0,3 Mio. EUR (2015: 0,6 Mio. EUR) zurückgegangen. Das Finanzanlagevermögen hat sich aufgrund einer Darlehensgewährung an die YOC Spain S.L. um 0,35 Mio. EUR auf 1,1 Mio. EUR erhöht.

Eigenkapital

Am 19. April 2016 beschlossen Vorstand und Aufsichtsrat der YOC AG eine Kapitalerhöhung aus dem genehmigten Kapital gegen Bareinlagen im Umfang von 180.505 neuen Stückaktien unter Ausschluss des Bezugsrechts der bestehenden Aktionäre. Mit einem Ausgabepreis von 2,77 EUR je Aktie erzielte die Gesellschaft einen Bruttoemissionserlös in Höhe von 0,5 Mio. EUR.

Verbindlichkeiten

Die Gesellschaft vereinbarte mit einigen Investoren eine über die Kapitalerhöhung hinausreichende begleitende Darlehensaufnahme in Höhe von 0,5 Mio. EUR zu marktüblichen Konditionen sowie einer Laufzeit bis Mitte 2018. Entsprechend haben sich die Verbindlichkeiten gegenüber Gesellschaftern auf 0,8 Mio. EUR erhöht.

Investitionen

Die Veräußerung nicht betriebsnotwendigen Sachanlagevermögens führte zu Erträgen in Höhe von 0,01 Mio. EUR.

Zusammenfassende Aussage über die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage

Insgesamt erzielte die YOC AG einen Jahresfehlbetrag in Höhe von -1,5 Mio. EUR, allerdings zeigte das Geschäftsjahr 2016 operativ deutliche Verbesserungen.

Zusätzlich zu den im Geschäftsjahr 2016 erfolgreich durchgeführten Finanzierungsmaßnahmen (Kapitalerhöhung mit begleitender Darlehensaufnahme) setzte der Vorstand zur Verbesserung der Finanzlage eine weitere Darlehensaufnahme in Höhe von 0,5 Mio. EUR im ersten Quartal 2017 um.

Prognosebericht der YOC AG

Der Geschäftsverlauf der YOC AG und des YOC-Konzerns sind eng miteinander verbunden, da die YOC AG als Holding im Konzern fungiert und die Koordination der konzernweiten Entwicklungs-, Vertriebs-, Service- und Marketingabteilungen übernimmt.

Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Aufgrund der bestehenden engen Verknüpfung zwischen YOC AG und YOC-Konzern verweisen wir auf die im Abschnitt „Prognosebericht der YOC-Gruppe“ beschriebenen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen.

Ausblick

Neben den Corporate Functions betreibt die YOC AG die Central Performance Unit für den Geschäftsbereich Mobile Performance Advertising sowie die zentrale Yield-Optimierung zur Steigerung der Monetarisierung der von allen Publishern der YOC-Gruppe zur Vermarktung zur Verfügung gestellten Werbeflächen. Darüber hinaus wird der komplette Produktentwicklungsbereich seit dem Geschäftsjahr 2016 in der YOC AG (vorher YOC Mobile Advertising GmbH) geführt.

Ein weiterer wesentlicher Aufbau des Personalbestands von 21 festangestellten Vollzeitmitarbeitern per Dezember 2016 ist nicht vorgesehen.

Insgesamt erwartet die YOC AG deutlich wachsende Umsatzerlöse in Höhe von 20 % bis 25 % sowie ein verbessertes, wenngleich negatives operatives Ergebnis für das Geschäftsjahr 2017. Allerdings rechnet die Gesellschaft im Rahmen der ertragsteuerlichen Organschaft mit positiven Ergebnisbeiträgen aus der Ergebnisabführung der YOC Mobile Advertising GmbH an die YOC AG.

Für die YOC Mobile Advertising GmbH werden im kommenden Geschäftsjahr wachsende Umsatzerlöse im zweistelligen Prozentbereich erwartet. Aufgrund des positiven Ergebnisses der österreichischen Tochtergesellschaft YOC Central Eastern Europe GmbH im Geschäftsjahr 2016 sind ebenfalls weitere positive Ergebnisbeiträge aus Gewinnausschüttungen geplant.

Für die Tochtergesellschaften YOC Spain S.L. und YOC Mobile Advertising Ltd. werden für das Jahr 2017

Umsatzzuwächse im zweistelligen Prozentbereich erwartet. Aus beiden Gesellschaften werden für 2017 noch keine Gewinnausschüttungen erwartet. Mittelfristig wird allerdings davon ausgegangen, dass diese Länder positive Ergebnisbeiträge erwirtschaften und zur Steigerung der Ergebnisse der YOC AG beitragen werden.

In den von YOC bedienten Märkten Deutschland und Österreich konnten die im ersten Quartal 2017 gesteckten Ziele erreicht beziehungsweise teilweise übertroffen werden. Lediglich in Spanien und Polen ergaben sich geringfügig negative Abweichungen zu den definierten Zielen.

In Großbritannien zeigte die Entwicklung in den vergangenen Monaten, dass die hier getroffenen Personalmaßnahmen sowie die konsequente Einführung programmatischer Produkte Wirkung zeigten und die Planzahlen umsatz- und ergebnisseitig übertroffen werden konnten.

Insgesamt erwartet die YOC AG für das Geschäftsjahr 2017 ein positives Beteiligungsergebnis und insgesamt ein verbessertes, aber noch negatives Jahresergebnis.

Die Liquiditätsplanung erfolgt im Wesentlichen auf Ebene des YOC-Konzerns. Wir verweisen daher auf die Ausführungen im Abschnitt „Ausblick“ der YOC-Gruppe. Aufgrund der relativen Größe des Mutterunternehmens zum Konzern, der sehr engen Leistungsverflechtungen innerhalb der Gruppe und der zentralisierten Treasury-Funktionen sind die Finanzlage des Konzerns und der AG vergleichbar.

Die YOC AG rechnet für das Geschäftsjahr 2017 auf Basis der dargestellten Entwicklungen mit einer weiteren Verbesserung der operativen Ertragslage.

Zur Verbesserung der Liquidität hat die Gesellschaft im ersten Quartal 2017 eine Fremdkapitalmaßnahme umgesetzt, die zu einem Liquiditätszufluss in Höhe von 0,5 Mio. EUR führte.

Damit ausreichend Liquidität im Prognosezeitraum vorhanden ist, müssen die Gesellschaft und der Konzern den geplanten Geschäftsverlauf, insbesondere eine deutliche Umsatzsteigerung sowie eine erhebliche Verbesserung des operativen Ergebnisses realisieren. Der Fortbestand des Unternehmens hängt davon ab, dass der geplante Geschäftsverlauf realisiert werden kann.

Chancen- und Risikobericht

Grundsätze des Chancen- und Risikomanagements

Zur Erreichung ihrer Ziele nutzt die YOC-Gruppe ein ganzheitliches und systematisches Chancen- und Risikomanagement. So ist gewährleistet, dass Chancen erkannt und konsequent genutzt werden können, ohne die damit verbundenen Risiken außer Acht zu lassen. Die Weiterentwicklung des Chancen- und Risikomanagements unter Berücksichtigung eines sich schnell verändernden Markt- und Geschäftsumfeldes ist die Grundlage für nachhaltiges Wachstum. Dazu werden unter Abwägung des Rendite-Risiko-Verhältnisses bewusst notwendige Risiken eingegangen, um die gebotenen Marktchancen nutzen und die hierin liegenden Erfolgspotenziale ausschöpfen zu können.

Zentraler Bestandteil ist das interne Reporting relevanter operativer Kennzahlen. Dadurch werden Risiken und Chancen frühzeitig erkannt und bewertet.

Der Vorstand überwacht die Umsetzung von Maßnahmen zum Risikocontrolling sowie der Realisierung von Chancen in den operativen Einheiten. Die Angemessenheit der Methoden und Prozesse des Risikomanagements zur Identifizierung, Beurteilung, Steuerung, Überwachung und Kommunikation der Risiken wird in regelmäßigen Abständen überprüft und an interne und externe Entwicklungen angepasst.

Chancenmanagement

Aufgrund unseres Produktportfolios, unseres Knowhows und unserer Innovationskraft sind wir davon überzeugt, die aus unserem unternehmerischen Handeln resultierenden Chancen realisieren und den Herausforderungen, die sich aus den vor genannten Risiken ergeben, erfolgreich begegnen zu können.

Risikomanagement

Markt- und Wettbewerbsrisiko

Die YOC-Gruppe agiert in einem Markt, der sich sehr schnell entwickelt. Dies erfordert einen hohen Grad an Flexibilität von Prozessen und Strukturen. Veränderungen von Markt- und Wettbewerbsverhältnissen, wie zum Beispiel dem Markteintritt neuer Wettbewerber, gehören zu den Risiken, denen die YOC-Gruppe durch ein kontinuierliches Markt- und Unternehmens-Monitoring begegnet. Das Erkennen von Trends und neuen Entwicklungen wird insbesondere durch den Bereich Business Development gewährleistet.

Veränderungen ökonomischer Faktoren können durch Auftragsrückgänge insbesondere in der Werbebranche ebenfalls

Auswirkungen auf die Entwicklung der YOC-Gruppe haben. Durch das breit gefächerte Angebot an Produkten und Dienstleistungen sowie einem diversifizierten Kundens-tamm ist die YOC-Gruppe hierfür gut aufgestellt. Das Risiko eines durch gesamtwirtschaftliche Faktoren bedingten Umsatzrückgangs wird als gering eingeschätzt.

Technologische Risiken

Die YOC-Gruppe verfolgt eine einheitliche IT-Strategie, die eine ständige Überprüfung und Weiterentwicklung der IT-Systeme beinhaltet. Die Geschwindigkeit der technologischen Innovationen im Markt erfordert ein hohes Maß an Flexibilität und stellt zunehmend ein Risiko dar. Insbesondere fehlt es zum Teil noch an Standards im technologischen Umfeld. Substitut- und Konkurrenzprodukte könnten die Wettbewerbsfähigkeit der YOC-Gruppe schwächen. Deshalb müssen Innovationen vorangetrieben werden, um langfristig erfolgreich zu sein und die Marktstellung auszubauen.

Aufgrund der hohen Dynamik im Markt für digitale Werbetechnologien (Ad Tech) stehen den Investitionen in die Entwicklung neuer Produkte und Technologien immer auch Risiken gegenüber, so dass sich getätigte Investitionen auch als unrentabel erweisen können.

Bei der Auswahl der IT-Systeme entscheidet sich die YOC-Gruppe überwiegend für branchenspezifische Standardsoftware namhafter Anbieter. Die Regelungen zur Informationssicherheit umfassen die Implementierung von Verschlüsselungsmechanismen, Firewalls und Virensclannern.

Vorsorgemaßnahmen gegen den Ausfall von technischen Anlagen wurden durch den Parallelbetrieb der technischen Applikationen getroffen, so dass Kundenaufträge jederzeit reibungslos abgewickelt werden können.

Back-Up-Systeme sichern zudem den Datenbestand vor einem möglichen Datenverlust und gewährleisten eine konsistente Verfügbarkeit.

Finanz- und Treasury-Risiken

Die YOC-Gruppe hat zur Planung und Überwachung der Zahlungsströme eine eigene Treasury Funktion eingerichtet. Das Liquiditätsmanagement unterstützt den Vorstand durch die Kontrolle der Geschäftsentwicklung und Zahlungsschwankungen bei der Überwachung von Maßnahmen zur Liquiditätssicherung. Die Steuerung erfolgt unter anderem über Kennzahlen, die Aufschluss über die Kapitalstruktur des Unternehmens liefern.

Dem Forderungsausfallrisiko wird durch ein stringentes Debitorenmanagement entgegengewirkt, das auf die Über-

wachung der Altersstruktur der Forderungen und das Management von zweifelhaften Forderungen ausgerichtet ist.

Zum 31. Dezember 2016 verfügt die Gesellschaft über einen Liquiditätsbestand in Höhe von 0,7 Mio. EUR. Im Zuge der Fokussierung des Geschäftsmodells auf den Bereich Mobile Advertising hat sich die operative Ergebnissituation verbessert, so dass sich die operativen Verluste reduzierten.

Die operative Ertragslage wird sowohl durch Umsatz- als auch Rohertragssteigerungen weiter optimiert. Folglich sinkt der Liquiditätsbedarf kontinuierlich. Aufgrund der aktuell noch leicht negativen operativen Cash-Flows hat die Gesellschaft zur Verbesserung der Liquidität im ersten Quartal 2017 eine Fremdkapitalmaßnahme umgesetzt, die zu einem Liquiditätszufluss in Höhe von 0,5 Mio. EUR führte. Der Fortbestand der Gesellschaft und des Konzerns hängt von der Erreichung des geplanten Geschäftsverlaufs ab.

Rechtliche Risiken und Haftungsrisiken

Um rechtlichen Risiken vorzubeugen, werden wesentliche Rechtsgeschäfte durch die Einschaltung externer Rechtsanwälte geprüft. Durch einen umfangreichen Versicherungsschutz, der einer laufenden Überprüfung unterzogen wird, sichert sich die YOC-Gruppe gegen Schadensfälle und ein mögliches Haftungsrisiko ab. Die abgeschlossene Directors & Officers Liability Insurance dient zur Absicherung des Managements gegen eventuelle Vermögensschäden am Unternehmen.

Weder die YOC AG noch eine ihrer Tochtergesellschaften war im Geschäftsjahr 2016 an laufenden oder absehbaren Gerichts- oder Schiedsverfahren beteiligt, die wesentlichen Einfluss auf die wirtschaftliche Lage des Unternehmens beziehungsweise des Konzerns haben könnten. Auch für das kommende Geschäftsjahr wird mit keiner negativen Entwicklung gerechnet.

Entscheidungen des Gesetzgebers, wie zum Beispiel die Veränderung der Datenschutzregelung, können eine negative Wirkung auf die Geschäftstätigkeit der YOC-Gruppe haben.

Zum Zeitpunkt der Abschlusserstellung sind uns jedoch keine für die YOC-Gruppe wesentlichen für die absehbare Zukunft geplanten Gesetzesänderungen bekannt.

Personelle Risiken

Für die erfolgreiche Entwicklung der YOC-Gruppe ist die Gewinnung und nachhaltige Bindung qualifizierter Mitarbeiter an das Unternehmen notwendig. Aufgrund des starken Wachstums des für die YOC-Gruppe relevanten Marktes ist der Arbeitsmarkt für Personal mit den benötigten Kenntnissen und Erfahrungen besonders hart umkämpft.

Die Überwachung und Vermeidung des Risikos personeller Engpässe wird durch eine unternehmensweite Personalplanung unterstützt. Durch Personalentwicklungsmaßnahmen und einem regelmäßig vom Vorstand überprüften leistungsbezogenen Vergütungssystem wird die Wettbewerbsfähigkeit im Personalmarkt sichergestellt.

Durch Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen wird zudem gewährleistet, dass in jedem Unternehmensbereich mehrere Schlüsselpersonen arbeiten. Vertretungsregelungen und Nachfolgemangement gewährleisten die Sicherstellung der Geschäftsabläufe und Entscheidungsprozesse.

Mitarbeiter, die mit vertraulichen Informationen arbeiten, verpflichten sich, die entsprechenden Vorschriften einzuhalten und mit den Informationen verantwortungsvoll umzugehen.

Planungsrisiken

Planungsrisiken bestehen in der Umsatz- und Kostenprognose. Insbesondere vor dem Hintergrund der Dynamik im Markt basiert die kurz- und mittelfristige Planung auf wesentlichen Schätzungen und Annahmen, vor allem zur Umsatzentwicklung.

Die regelmäßige Überprüfung der Annahmen ermöglicht dem Vorstand, auf Planabweichungen zu reagieren und entsprechende Maßnahmen einzuleiten.

Kontroll- und Risiko- managementbericht zum Rechnungslegungsprozess

(Gemäß §289 Abs. 5 und §315 Abs.2 Nr. 5 HGB)

Das bei der YOC AG sowie in der YOC-Gruppe bestehende Kontroll- und Risikomanagementsystem beinhaltet die Gesamtheit aller organisatorischen Regelungen und Maßnahmen zur Risikoidentifikation, -bewertung und -kommunikation sowie zum Umgang mit den Risiken unternehmerischer Betätigung.

Im Hinblick auf den (Konzern-) Rechnungslegungsprozess soll zudem über die Ausgestaltung und kontinuierliche Weiterentwicklung des internen Kontrollsystems die Beachtung der einschlägigen Rechnungslegungsvorschriften und -standards und die Ordnungsmäßigkeit der Rechnungslegung sichergestellt werden.

Auf diese Weise soll gewährleistet werden, dass die Finanzberichterstattung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der YOC AG und der YOC-Gruppe vermittelt.

Der Vorstand trägt die Gesamtverantwortung für das interne Kontroll- und Risikomanagementsystem im Hinblick auf den (Konzern-) Rechnungslegungsprozess.

Über eine definierte Führungs- und Berichtsorganisation sind alle in den Konzernabschluss einbezogenen Gesellschaften eingebunden. Die operative Verantwortung obliegt dem Vorstand. Dieser wird durch den kaufmännischen Leiter (Director Finance) unterstützt.

Wir erachten folgende Elemente des internen Kontroll- und Risikomanagementsystems der YOC-Gruppe im Hinblick auf den (Konzern-) Rechnungslegungsprozess für wesentlich:

- Verfahren zur Identifikation, Beurteilung und Dokumentation aller wesentlichen rechnungslegungsrelevanten Unternehmensprozesse und Risikofelder einschließ-

lich der dazugehörigen Schlüsselkontrollen. Diese umfassen Prozesse des Finanz- und Rechnungswesens sowie administrative und operative Unternehmensprozesse, die wesentliche Informationen für die Aufstellung des Jahres- und Konzernabschlusses einschließlich des Lage- und Konzernlageberichts generieren.

- Prozessintegrierte Kontrollen (EDV-gestützte Kontrollen und Zugriffsbeschränkungen, Vier-Augen-Prinzip, Funktionstrennung, analytische Kontrollen),
- Standardisierte Finanzbuchhaltungsprozesse,
- Sicherstellung einer einheitlichen Bilanzierung durch konzernweite Richtlinien und Verfahren,
- Regelmäßige interne Konzernberichterstattung, Gewinn- und Verlustrechnung sowie monatliche Ergebnisberichterstattung inklusive Analyse und Berichterstattung wesentlicher Entwicklungen und Soll-Ist-Abweichungen.

Die Wirksamkeit des (konzern-) rechnungslegungsbezogenen internen Kontroll- und Risikomanagementsystems wird durch regelmäßige präventive Kontrollen geprüft und bewertet. Ein konzernweites Berichtssystem soll die regelmäßige und zeitnahe Information des Vorstands und des Aufsichtsrats gewährleisten. Im Vorstand und im Aufsichtsrat wird regelmäßig über die aktuelle Risikosituation sowie über die Funktionsweise, Wirksamkeit und Angemessenheit des internen Kontroll- und Risikomanagementsystems berichtet.

Mit den eingerichteten Prozessen, Systemen und Kontrollen ist nach Auffassung des Vorstands hinreichend gewährleistet, dass die Rechnungslegungsprozesse im Einklang mit den einschlägigen Rechnungslegungsprinzipien erfolgen.

Angaben zu den Aktien sowie erläuternder Bericht des Vorstands

(gemäß §§ 289 Abs. 4 und § 315 Abs. 4 HGB)

Zusammensetzung des gezeichneten Kapitals

Zum 31. Dezember 2016 beträgt das gezeichnete Kapital der YOC AG 3.292.978 EUR und ist eingeteilt in 3.292.978 auf den Inhaber lautende, nennwertlose Stückaktien. Verschiedene Aktiegattungen bestehen nicht. Mit allen Aktien sind die gleichen Rechte und Pflichten verbunden. Jede Aktie gewährt in der Hauptversammlung eine Stimme und ist maßgebend für den Anteil der Aktionäre am Gewinn der Gesellschaft. Hiervon ausgenommen sind von der Gesellschaft gehaltene eigene Aktien, aus denen der Gesellschaft keine Rechte zustehen.

Beschränkungen der Stimmrechte oder der Übertragung von Aktien

Stimmrechtsbeschränkungen betreffend Aktien der YOC AG oder Beschränkungen hinsichtlich der Übertragung von Aktien der YOC AG bestehen nicht.

Beteiligungen am Kapital, die 10 % der Stimmrechte überschreiten

Die nachfolgend angegebenen direkten oder indirekten Beteiligungen am Kapital der YOC AG, die 10 % der Stimmrechte überschreiten, basieren auf Stimmrechtsmitteilungen nach § 21 WpHG, die die Gesellschaft im Geschäftsjahr 2016 sowie früher erhalten und veröffentlicht hat.

- Herr Dirk-Hilmar Kraus, Frankfurt am Main, kontrolliert indirekt über die dkam GmbH, Frankfurt am Main, eine Beteiligung am Kapital der Gesellschaft in Höhe von 15,60 % des gezeichneten Kapitals (das entspricht 513.882 Stimmrechten). Herr Dirk-Hilmar Kraus kontrolliert direkt eine Beteiligung am Kapital der Gesellschaft in Höhe 2,85 % des gezeichneten Kapitals (das entspricht 93.803 Stimmrechten).

Aktien mit Sonderrechten, die Kontrollbefugnisse verleihen

Aktien mit Sonderrechten, die Kontrollbefugnisse verleihen, bestehen nicht.

Art der Stimmrechtskontrolle, wenn Arbeitnehmer am Kapital beteiligt sind und ihre Kontrollrechte nicht unmittelbar ausüben

Die Hauptversammlung der YOC AG hat am 15. Juli 2009 die Auflage des YOC Management-Incentive Programms beschlossen. Im Rahmen dieses Programms wurden erstmalig im Herbst 2009 Bezugsrechte an die Mitglieder des Vorstands und die Mitarbeiter der Gesellschaft ausgegeben.

Da die Ausübungsbedingungen des YOC Management-Incentive Programms bislang nicht erfüllt wurden, sind an die Mitglieder des Vorstands und die Mitarbeiter der Gesellschaft noch keine Aktien übertragen worden.

Soweit die YOC AG im Rahmen des YOC Management-Incentive Programms Aktien an Mitarbeiter ausgibt, werden die Aktien den Mitarbeitern unmittelbar übertragen. Die begünstigten Mitarbeiter können die ihnen aus den Mitarbeiteraktien zustehenden Rechte wie andere Aktionäre nach Maßgabe der gesetzlichen Bestimmungen und der Bestimmungen der Satzung ausüben.

Vorschriften zur Bestellung und Abberufung von Mitgliedern des Vorstands und über die Änderung der Satzung

Die gesetzlichen Bestimmungen über die Ernennung und Abberufung der Mitglieder des Vorstands sind in §§ 84 und 85 Aktiengesetz zu finden. Die Satzung der YOC AG sieht in § 7 Abs. 2 der Satzung eine übereinstimmende Regelung vor.

Die Satzung kann gemäß § 119 Abs. 1 Nr. 5 Aktiengesetz und § 179 Aktiengesetz nur durch einen Beschluss der Hauptversammlung geändert werden. Soweit nicht zwingende Vorschriften des Gesetzes etwas Abweichendes bestimmen, werden Beschlüsse der Hauptversammlung nach § 133 Aktiengesetz, § 22 Absatz 1 der Satzung der YOC AG mit einfacher Mehrheit der abgegebenen Stimmen und gegebenenfalls mit einfacher Mehrheit des vertretenen Kapitals gefasst. Für eine Änderung des Unternehmensgegenstandes ist gemäß § 179 Absatz 2 Aktiengesetz eine Mehrheit von 75 % des vertretenen Grundkapitals erforder-

derlich; von der Möglichkeit, hierfür eine größere Kapitalmehrheit zu bestimmen, wird in der Satzung kein Gebrauch gemacht. Satzungsänderungen werden nach § 181 Absatz 3 Aktiengesetz mit Eintragung in das Handelsregister wirksam.

Der Aufsichtsrat ist ermächtigt, Satzungsänderungen zu beschließen, die nur die Fassung betreffen (§ 17 der Satzung der YOC AG).

Befugnisse des Vorstands hinsichtlich der Möglichkeit, Aktien auszugeben oder zurückzukaufen

Erwerb eigener Aktien

Aufgrund des Beschlusses der Hauptversammlung vom 25. August 2015 ist die Gesellschaft bis zum 24. August 2020 ermächtigt, eigene Aktien zu erwerben. Insgesamt dürfen aufgrund dieser Ermächtigung Aktien in einem Volumen von bis zu 10 % des zum Zeitpunkt der Beschlussfassung bestehenden Grundkapitals erworben werden. Auf diese Begrenzung von 10 % des Grundkapitals sind diejenigen anderen Aktien, die sich im Besitz der Gesellschaft befinden oder ihr nach den §§ 71 ff. AktG zuzurechnen sind, anzurechnen.

Einzelheiten der Ermächtigung können der Einladung zur Hauptversammlung am 25. August 2015 entnommen werden, die auf der Internetseite der YOC AG verfügbar ist (siehe Tagesordnungspunkt 5 sowie den hierzu erstatteten Bericht des Vorstands). Zum Ende des Geschäftsjahres 2016 hielt die Gesellschaft 4.000 eigene Aktien (dies entspricht rund 0,12 % des Grundkapitals).

Genehmigtes Kapital

Gemäß § 6 Abs. 5 der Satzung der YOC AG besteht ein Genehmigtes Kapital 2016/I. Der Vorstand ist durch Beschluss der Hauptversammlung vom 08. Juli 2016 ermächtigt, das Grundkapital der Gesellschaft mit Zustimmung des Aufsichtsrats bis zum 07. Juli 2021 einmalig oder mehrmals um bis zu insgesamt 1.646.489 EUR gegen Bar- und/oder Sacheinlagen durch Ausgabe von neuen, auf den Inhaber lautenden Stückaktien zu erhöhen.

Der Vorstand wurde unter anderem auch ermächtigt, unter bestimmten Voraussetzungen jeweils mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Bezugsrecht der Aktionäre auszuschließen. Von der vorgenannten Ermächtigung haben Vorstand und Aufsichtsrat im Geschäftsjahr 2016 Gebrauch gemacht.

Einzelheiten der Ermächtigung können der Einladung zur Hauptversammlung am 08. Juli 2016 entnommen werden, die auf der Internetseite der YOC AG verfügbar ist (siehe Tagesordnungspunkt 5 sowie den hierzu erstatteten Bericht des Vorstands).

Bedingtes Kapital 2015/I

Gemäß § 6 Abs. 8 der Satzung der YOC AG ist das Grundkapital der Gesellschaft um bis zu 1.000.000 EUR durch Ausgabe von bis zu 1.000.000 neuen, auf den Inhaber lautenden Stückaktien bedingt erhöht.

Die bedingte Kapitalerhöhung dient der Gewährung von Aktien an Inhaber bzw. Gläubiger von Wandelschuldverschreibungen sowie an Inhaber von Optionsrechten aus Optionsschuldverschreibungen, die aufgrund Ermächtigung gemäß Beschluss der Hauptversammlung vom 25. August 2015 bis 24. August 2020, ausgegeben werden. Die bedingte Kapitalerhöhung wird nur insoweit ausgeführt, wie von den Options- beziehungsweise Wandelschuldverschreibungen tatsächlich Gebrauch gemacht wird oder Wandlungspflichten aus solchen Schuldverschreibungen erfüllt werden und soweit nicht andere Erfüllungsformen zur Bedienung eingesetzt werden.

Die aus den ausgeübten Bezugsrechten hervorgehenden neuen Aktien nehmen von Beginn des Geschäftsjahres an, in dem sie durch Ausübung von Wandlungs- beziehungsweise Optionsrechten oder durch die Erfüllung von Wandlungspflichten entstehen, am Gewinn teil. Der Vorstand ist ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats die weiteren Einzelheiten der Durchführung der bedingten Kapitalerhöhung festzulegen.

Einzelheiten der Ermächtigung können der Einladung zur Hauptversammlung am 25. August 2015 entnommen werden, die auf der Internetseite der YOC AG verfügbar ist (siehe Tagesordnungspunkt 7 sowie den hierzu erstatteten Bericht des Vorstands).

Bedingtes Kapital 2009/I

Gemäß § 6 Abs. 7 der Satzung der YOC AG ist das Grundkapital der YOC AG um bis zu 175.000 EUR durch Ausgabe von bis zu 175.000 neuen, auf den Inhaber lautenden Stückaktien bedingt erhöht. Die bedingte Kapitalerhöhung dient der Bedienung des YOC Management-Incentive Programms und der im Rahmen dieses Programms ausgegebenen Bezugsrechte. Die bedingte Kapitalerhöhung wird nur insoweit durchgeführt, als die Bezugsberechtigten von ihrem Bezugsrecht Gebrauch machen.

Die aus den ausgeübten Bezugsrechten hervorgehenden neuen Aktien nehmen von Beginn des Geschäftsjahres, für das zum Zeitpunkt der Ausübung des Bezugsrechts noch kein Beschluss der Hauptversammlung über die Verwendung des Bilanzgewinns gefasst worden ist, am Gewinn teil. Der Vorstand ist ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats die weiteren Einzelheiten der Durchführung der bedingten Kapitalerhöhung festzulegen.

Zum 31. Dezember 2016 waren an ehemalige Mitglieder des Vorstands keine und an ehemalige Mitarbeiter Bezugsrechte zum Erwerb von 20.000 Aktien ausgegeben.

Bis zum Ablauf des Geschäftsjahres 2016 sind aus dem gesamten im Jahr 2009 aufgelegten Aktienoptionsprogramm keine Bezugsrechte ausgeübt worden. Der Ausübungspreis der ausgegebenen Bezugsrechte liegt bei 7,37 EUR. Eine Ausübung wird als eher unwahrscheinlich angesehen.

Wesentliche Vereinbarungen der Gesellschaft, die unter der Bedingung eines Kontrollwechsels infolge eines Übernahmeangebots stehen

Es bestehen keine wesentlichen Vereinbarungen der Gesellschaft, die unter der Bedingung eines Kontrollwechsels infolge eines Übernahmeangebotes stehen.

Entschädigungsvereinbarungen der Gesellschaft, die für den Fall eines Übernahmeangebots mit den Mitgliedern des Vorstands oder Arbeitnehmern getroffen sind

Das Virtuelle Aktienoptionsprogramm sieht für den Fall eines Übernahmeangebots nach §§ 29, 35 WpÜG vor, dass die gesamten einem Optionsberechtigten zugeteilten Virtuellen Aktienoptionen vor Ablauf des Erdienungszeitraums (Vesting) als unverfallbar gelten („Accelerated Vesting“), sofern zu diesem Zeitpunkt das Anstellungsverhältnis des Optionsberechtigten noch ungekündigt besteht.

Erklärung zur Unternehmensführung

(§289a HGB; §315 Abs. 5 HGB)

Die Erklärung zur Unternehmensführung nach § 289a HGB bzw. § 315 Abs. 5 HGB beinhaltet die Entsprechenserklärung gemäß § 161 AktG, relevante Angaben zu Unternehmensführungspraktiken und eine Beschreibung der Arbeitsweise von Vorstand und Aufsichtsrat sowie die Angaben nach § 289a Abs. 2 Nr. 4 und 5 HGB über die Festlegungen zur Förderung der gleichberechtigten Teilhabe von Frauen und Männern an Führungspositionen.

Diese Erklärung ist Bestandteil des Lageberichts der YOC AG und des Konzerns für das Geschäftsjahr 2016. Gemäß § 317 Abs. 2 Satz 4 HGB sind die Angaben nach § 289a Abs. 2 HGB bzw. § 315 Abs. 5 HGB nicht in die Prüfung durch den Abschlussprüfer einzubeziehen.

Erklärung von Vorstand und Aufsichtsrat der YOC AG gemäß § 161 AktG zum Deutschen Corporate Governance Kodex in der Fassung vom 05. Mai 2015 (Entsprechenserklärung 2016)

Nach § 161 AktG haben Vorstand und Aufsichtsrat einer börsennotierten Aktiengesellschaft jährlich zu erklären, dass den vom Bundesministerium der Justiz im amtlichen Teil des elektronischen Bundesanzeigers bekannt gemachten Empfehlungen der „Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex“ entsprochen wurde und wird oder welche Empfehlungen begründet nicht angewendet wurden oder werden.

Die Erklärung ist auf der Internetseite der Gesellschaft öffentlich zugänglich zu machen.

Der Deutsche Corporate Governance Kodex (DCGK) enthält Regelungen unterschiedlicher Bindungswirkung. Neben Darstellungen des geltenden Aktienrechts enthält er Empfehlungen, von denen die Gesellschaften abweichen können; sie sind dann aber verpflichtet, dies jährlich offen zu legen. Nach § 161 AktG müssen Abweichungen von den Empfehlungen des DCGK auch begründet werden. Darüber hinaus enthält der DCGK Anregungen, von denen ohne Offenlegung abgewichen werden kann. Die nachfolgende Erklärung betrifft den Zeitraum seit der letzten Entsprechenserklärung vom Februar 2016 und bezieht sich auf die Anforderungen des DCGK in seiner aktuellen Fassung vom 05. Mai 2015.

Vorstand und Aufsichtsrat der YOC AG erklären, dass den Empfehlungen „Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex“ grundsätzlich entsprochen wird und in der Vergangenheit entsprochen wurde. Vorstand und Aufsichtsrat der YOC AG beabsichtigen, diese auch in Zukunft zu beachten. Lediglich die folgenden Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex wurden und werden nicht angewendet:

- **Ziffer 3.8 Abs. 3 DCGK:** Die Gesellschaft ist der Ansicht, dass die Motivation und Verantwortung, mit der die Mit-

glieder des Aufsichtsrats ihre Aufgaben wahrnehmen, durch einen Selbstbehalt nicht verbessert werden. Die D&O-Versicherung dient der Absicherung wesentlicher Eigenrisiken der Gesellschaft und allenfalls in zweiter Linie dem Vermögensschutz der Organmitglieder. Die D&O-Versicherung für den Aufsichtsrat wurde deshalb ohne Selbstbehalt abgeschlossen.

- **Ziffer 4.1.5 DCGK:** Eine angemessene Beteiligung von Frauen in den beiden Führungsebenen unterhalb des Vorstands ist abhängig von der individuellen Eignung für die jeweilige Position. Unter dieser Prämisse wird der Vorstand bei der Besetzung von Führungspositionen auf Vielfalt achten und die angemessene Beteiligung von Frauen anstreben.
- **Ziffer 4.2.1 DCGK:** Nach Ziffer 4.2.1 des DCGK soll der Vorstand aus mehreren Personen bestehen und einen Vorsitzenden oder Sprecher haben. Der Vorstand der YOC AG bestand im Geschäftsjahr 2016 nur teilweise aus zwei Personen. Seit dem 1. Oktober 2016 ist er nur noch mit einem Vorstandsmitglied besetzt. Im Einvernehmen von Aufsichtsrat und Vorstand verzichtet die Gesellschaft bis auf weiteres auf die Bestellung weiterer Vorstandsmitglieder, da führungsrelevante Aufgaben teilweise auch an die zweite Führungsebene vergeben wurden.
- **Ziffer 4.2.2. Abs. 2 DCGK:** Der Aufsichtsrat soll das Verhältnis der Vorstandsvergütung zur Vergütung des oberen Führungskreises und der Belegschaft insgesamt auch in der zeitlichen Entwicklung berücksichtigen, wobei der Aufsichtsrat für den Vergleich festlegt, wie der obere Führungskreis und die relevante Belegschaft abzugrenzen sind. Eine solche explizite Abgrenzung ist nicht erfolgt, um die ökonomischen Gestaltungsspielräume bei Gehaltsverhandlungen nicht einzuschränken.
- **Ziffer 5.1.2 Abs. 1 S. 2 DCGK:** Derzeit ist der Aufsichtsrat nur mit männlichen Mitgliedern besetzt, so dass die Vorgaben für Diversity nicht vollumfänglich umgesetzt wurden. Die Mitgliedschaft im Aufsichtsrat orientiert sich in erster Linie an der individuellen Eignung für das Gremium.
- **Ziffer 5.1.2 Abs. 2 S. 3 DCGK:** Eine Altersgrenze für Vorstandsmitglieder ist durch den Aufsichtsrat nicht festgelegt worden. Die Mitglieder des Aufsichtsrats sind davon überzeugt, dass die Eignung zur Unternehmensleitung maßgeblich von der individuellen Leistungsfähigkeit abhängt.
- **Ziffer 5.3.1, 5.3.2 und 5.3.3 DCGK:** Die Einrichtung von Ausschüssen, insbesondere die Einrichtung eines Prü-

fungsausschusses (Audit Committee) und eines Nominierungsausschusses, ist aufgrund der Größe des Aufsichtsrats der YOC AG mit drei Aufsichtsratsmitgliedern schwer handhabbar und entspricht auch nicht den Best Practice Standards. Die durch den DCGK mit der Einrichtung eines Prüfungsausschusses beabsichtigte Steigerung der Effizienz bei der Prüfung der Rechnungslegung würde nicht erreicht, da der Prüfungsausschuss mit nahezu sämtlichen Plenumsmitgliedern besetzt werden müsste. Ebenso müsste der Nominierungsausschuss mit nahezu sämtlichen Plenumsmitgliedern besetzt werden, was zu keiner verbesserten Vorbereitung der Beschlussvorschläge des Aufsichtsrats zu den Wahlvorschlägen der Anteilseigner führen würde.

- **Ziffer 5.4.1 Abs. 2 DCGK:** Eine angemessene Beteiligung von Frauen kann nicht im Voraus reglementiert werden, da sich die Mitgliedschaft an der individuellen Eignung für das Gremium orientiert. Eine Altersgrenze oder eine Regelgrenze für die Zugehörigkeitsdauer für Aufsichtsratsmitglieder ist nicht festgelegt worden. Die Eignung, als Mitglied des Aufsichtsrats den Vorstand überwachen zu können und ebenbürtiger Ansprechpartner des Vorstands zu sein, hängt maßgeblich von der individuellen Leistungsfähigkeit ab.
- **Ziffer 5.4.3 S. 2 DCGK:** Nach Ziffer 5.4.3 Satz 2 des DCGK soll ein Antrag auf gerichtliche Bestellung eines Aufsichtsratsmitglieds bis zur nächsten Hauptversammlung befristet sein. Der Antrag auf gerichtliche Bestellung der gegenwärtigen Aufsichtsratsmitglieder wurde nicht befristet, um Kontinuität und damit effiziente und zielführende Arbeit im Aufsichtsrat zu gewährleisten.
- **Ziffer 7.1.2 S. 4 DCGK:** Die Gesellschaft wird sich bemühen, der Empfehlung Folge zu leisten, dass der Konzernabschluss binnen 90 Tagen nach Geschäftsjahresende und die Zwischenberichte binnen 45 Tagen nach Ende des Berichtszeitraums öffentlich zugänglich sein sollen. Die Gesellschaft kann dies jedoch nicht immer gewährleisten, da dies nur mit deutlich erhöhtem personellem und organisatorischem Aufwand und damit nur mit erheblichen Mehrkosten zu erreichen wäre.

Die Veröffentlichungen erfolgen daher im Rahmen der gesetzlichen und börsenrechtlichen Fristen.

Berlin, im Februar 2017

YOC AG
Der Vorstand
Der Aufsichtsrat

Die Erklärung wurde der Öffentlichkeit auf der Internetseite der YOC AG (www.yoc.com) unter „Investor Relations“ dauerhaft zugänglich gemacht. Dort finden sich auch ältere Fassungen der Entsprechenserklärung.

Angaben zu Unternehmensführungspraktiken

Grundsätzliches

Nachhaltiges wirtschaftliches, ökologisches und soziales Handeln ist ein prägendes Element der Unternehmenskultur der YOC AG. Hierzu gehört auch die Integrität im Umgang mit Mitarbeitern, Investoren, Kunden, Lieferanten, Behörden, Interessengruppen und sonstigen Stakeholdern sowie der Öffentlichkeit.

Die YOC AG ist eine Aktiengesellschaft mit Sitz in Deutschland. Der Gestaltungsrahmen für die Corporate Governance ergibt sich somit aus dem deutschen Recht, insbesondere dem Aktien- und dem Kapitalmarktrecht sowie aus der Satzung der YOC AG.

Als Dienstleistungskonzern ist die YOC AG darauf angewiesen, durch vorbildliches Verhalten das Vertrauen der Kunden und Geschäftspartner zu gewinnen und zu erhalten. Ziel ist es, glaubhaft, seriös und zuverlässig zu handeln und entsprechend aufzutreten.

Transparenz

Eine einheitliche, umfassende und zeitnahe Informationspolitik gegenüber Mitarbeitern, Investoren, Kunden, Lieferanten, Behörden, Interessengruppen und sonstigen Stakeholdern hat bei der YOC AG einen hohen Stellenwert.

Alle Genannten werden von der YOC AG einheitlich, umfassend, zeitnah und zeitgleich informiert. Die Berichterstattung über die Geschäftslage und die Ergebnisse der YOC AG und des YOC-Konzerns erfolgt durch den Geschäftsbericht, den Halbjahresbericht und die Zwischenberichte. Darüber hinaus erfolgen Informationen durch Ad-hoc-Mitteilungen, soweit dies rechtlich erforderlich ist, sowie durch die Internetseiten der Gesellschaft. Alle Meldungen, Präsentationen und Mitteilungen sowie der aktuelle Finanzkalender sind auf der Internetseite der Gesellschaft (www.yoc.com) unter „Investor Relations“ einsehbar.

Meldepflichtige Änderungen der Zusammensetzung der Aktionärsstruktur (Stimmrechtsmitteilungen, §§21 ff. WpHG) sowie jedes Eigengeschäft mit Anteilen oder Schuldtiteln der YOC AG oder damit verbundenen Derivaten oder anderen damit verbundenen Finanzinstrumenten der Personen, die bei der YOC AG Führungs-

aufgaben wahrnehmen sowie diesen nahestehenden Personen (sog. Directors' Dealings-Mitteilungen nach §15a WpHG (bis zum 02. Juli 2016) bzw. Art. 19 der Marktmissbrauchsverordnung (seit dem 03. Juli 2016)), werden ebenfalls von der Gesellschaft veröffentlicht.

Die YOC AG führt darüber hinaus die vorgeschriebenen Insiderverzeichnisse (bis zum 02. Juli 2016 gemäß §15b WpHG; seit dem 03. Juli 2016 gemäß Art. 18 Marktmissbrauchsverordnung).

Die betreffenden Personen wurden und werden über die gesetzlichen Pflichten und Sanktionen informiert.

Risikomanagement

Die YOC-Gruppe ist einer der europaweit führenden Anbieter von produktbasierten Mobile Advertising-Lösungen und unterliegt als solcher vielen branchen- und unternehmensspezifischen Chancen und Risiken. Die YOC AG verfügt über ein etabliertes, umfassendes und wirksames System, das dem Unternehmen ermöglicht, Chancen und Risiken über alle Funktionen und Geschäftsprozesse hinweg frühzeitig zu erkennen, zu beurteilen, zu berichten und zu handhaben. Ziel dieses Systems ist es, Risiken systematisch und zum frühestmöglichen Zeitpunkt zu erkennen, die Wahrscheinlichkeit ihres Eintritts sowie ihre möglichen qualitativen und quantitativen Auswirkungen einzuschätzen sowie wirksame Gegenmaßnahmen zu ergreifen.

Das Risikomanagement wird regelmäßig auf der Ebene des Vorstands und des Aufsichtsrats erörtert und weiterentwickelt. Weitere Informationen zum Risikomanagement der Gesellschaft, den speziellen Risiken, denen sie sich ausgesetzt sieht, sowie zum rechnungslegungsbezogenen internen Kontroll- und Risikomanagementsystem können dem Risikobericht, der Teil des Konzernlageberichts der Gesellschaft ist, entnommen werden.

Beschreibung der Arbeitsweise von Vorstand und Aufsichtsrat

Die YOC AG ist als deutsche Aktiengesellschaft dem deutschen Aktiengesetz unterworfen. Dadurch ist ein duales Führungssystem gesetzlich vorgegeben. Vorstand und Aufsichtsrat haben eigenständige Kompetenzen, arbeiten jedoch bei der Erfüllung ihrer gesetzlichen Aufgaben eng und vertrauensvoll zusammen.

Vorstand

Der Vorstand leitet die Gesellschaft unter eigener Verantwortung. Dabei ist er an das Unternehmensinteresse gebunden

und der nachhaltigen Unternehmensentwicklung verpflichtet. Zu den Aufgaben des Vorstands gehört es, in Abstimmung mit dem Aufsichtsrat die strategische Ausrichtung des Unternehmens festzulegen und die Geschäftsführung für das Unternehmen wahrzunehmen.

Der Vorstand führt die Geschäfte nach Maßgabe der relevanten Gesetze, der Satzung und seiner Geschäftsordnung. Die Mitglieder des Vorstands tragen gemeinsam die Verantwortung für die Geschäftsführung, arbeiten kollegial zusammen und unterrichten sich gegenseitig laufend über wichtige Maßnahmen und Vorgänge in ihren Geschäftsbereichen.

Unbeschadet der Gesamtverantwortung aller Vorstandsmitglieder leitet jedes Vorstandsmitglied – abgesehen von Entscheidungen, die der Gesamtvorstand zu treffen hat – den ihm zugewiesenen Geschäftsbereich eigenverantwortlich. Näheres regelt die vom Vorstand mit Zustimmung des Aufsichtsrats erlassene Geschäftsordnung für den Vorstand.

Die Mitglieder des Vorstands werden vom Aufsichtsrat bestellt. Amtsperioden von Vorstandsmitgliedern dürfen maximal fünf Jahre betragen, wobei eine mehrmalige Bestellung möglich ist. Der Aufsichtsrat kann ein Vorstandsmitglied zum Vorstandsvorsitzenden ernennen.

Herr Dirk-Hilmar Kraus ist mit Wirkung zum 10. September 2013 zum Vorstand der YOC AG bestellt worden. Herr Michael Kruse ist mit Datum vom 30. September 2016 aus dem Vorstand der YOC AG ausgeschieden.

Der Vorstand hat keinen Vorstandsvorsitzenden. Der Vorstand berichtet dem Aufsichtsrat regelmäßig, zeitnah und vollständig über wesentliche Sachverhalte in der Geschäftsentwicklung, der Strategie und Planung, der Risikolage des Konzerns sowie über Compliance und berät sich mit dem Aufsichtsrat vor allen wesentlichen strategischen Entscheidungen.

Darüber hinaus berät sich der Vorstand regelmäßig mit den Mitgliedern der zweiten Führungsebene der Gesellschaft. Der Vorstand hat keine Ausschüsse gebildet.

Aufsichtsrat

Dem Aufsichtsrat obliegt die Beratung und Überwachung des Vorstands. Er wird in Strategie und Planung sowie in alle Fragen von grundlegender Bedeutung für die Gesellschaft eingebunden. Wesentliche Entscheidungen des Vorstands bedürfen seiner Zustimmung.

Dazu zählt auch die von der Gesellschaft einmal jährlich erstellte Unternehmensplanung für das Folgejahr (Budget),

die vom Vorstand dem Aufsichtsrat präsentiert, mit diesem erörtert und bei Bedarf angepasst wird.

Weiterhin erteilt der Aufsichtsrat dem von der Hauptversammlung bestellten Abschlussprüfer den Prüfungsauftrag.

Der Aufsichtsrat hält mindestens vier Sitzungen im Jahr ab. Der Aufsichtsrat der YOC AG besteht aus drei Mitgliedern, von denen keines zuvor dem Vorstand der Gesellschaft angehört. Der Aufsichtsrat wird von der Hauptversammlung gewählt. Der Aufsichtsrat hat keine Ausschüsse gebildet.

Die Arbeitsweise des Aufsichtsrats ist in einer Geschäftsordnung geregelt. Beschlüsse des Aufsichtsrats werden gewöhnlich in Präsenzsitzungen gefasst; darüber hinaus sind auch schriftliche, telefonische, fernschriftliche oder mithilfe sonstiger Telekommunikationsmittel durchgeführte Sitzungen und Beschlussfassungen möglich. Der Vorstand der Gesellschaft nimmt regelmäßig an den Sitzungen teil, bei Bedarf werden auch weitere Mitglieder des erweiterten Managements der Gesellschaft zu den Sitzungen geladen.

In der ersten Präsenzsitzung eines jeden Jahres nach Erstellung und Prüfung der Jahresabschlüsse, in der sogenannten „Bilanzsitzung“, nehmen auch die Abschlussprüfer der Gesellschaft an dieser Sitzung teil und erstatten dem Aufsichtsrat ihren Bericht über die abgeschlossene Prüfung.

Tagesordnung und Beschlussanträge für die Aufsichtsratssitzungen werden mit ausreichendem zeitlichem Vorlauf vor den Sitzungen schriftlich an alle Teilnehmer kommuniziert. Bei der Notwendigkeit von kurzfristigen Beschlüssen werden solche gegebenenfalls im schriftlichen Umlaufverfahren getroffen.

Alle Aufsichtsratssitzungen werden schriftlich protokolliert.

Der Aufsichtsratsvorsitzende erläutert jährlich die Tätigkeit des Aufsichtsrats in der Hauptversammlung und in seinem Bericht an die Aktionäre, welcher im Geschäftsbericht der Gesellschaft abgedruckt wird.

Festlegungen zur Förderung der gleichberechtigten Teilhabe von Frauen und Männern an Führungspositionen

Das „Gesetz für die gleichberechtigte Teilhabe von Frauen und Männern an Führungspositionen in der Privatwirtschaft und im öffentlichen Dienst“ verpflichtet Vorstand und Aufsichtsrat bestimmter Gesellschaften in Deutschland dazu, erstmals Zielgrößen für den Frauenanteil in Aufsichtsrat, Vorstand und den nachfolgenden zwei Führungsebenen festzulegen und zu bestimmen, bis wann der jeweilige Frauenanteil erreicht werden soll.

Die Gesellschaften mussten ihre Zielgrößen nebst Umsetzungsfristen bis zum 30. September 2015 beschließen. Dabei durfte bei der erstmaligen Festlegung die Umsetzungsfrist für die Ziele nicht über den 30. Juni 2017 hinausgehen.

Frauenanteil im Aufsichtsrat

Dem Aufsichtsrat der YOC AG gehören gegenwärtig keine Frauen an. Da die Amtszeit der derzeitigen Aufsichtsratsmitglieder bis zum Jahr 2018 läuft und eine Erweiterung des Aufsichtsrats sowie Amtsniederlegungen nicht beabsichtigt sind, hat der Aufsichtsrat der YOC AG beschlossen, dass für den Frauenanteil im Aufsichtsrat bis zum Stichtag 30. Juni 2017 der Status Quo beibehalten und daher eine Zielgröße von 0 % angestrebt werden soll.

Frauenanteil im Vorstand

Derzeit gehört dem Vorstand der YOC AG keine Frau an. Da das alleinige Vorstandmitglied bei Beschlussfassung bis in das Jahr 2017 bestellt war und eine Erweiterung des Vorstands sowie Amtsniederlegungen nicht absehbar sind, hat der Aufsichtsrat der YOC AG beschlossen, dass für den Frauenanteil im Vorstand bis zum Stichtag 30. Juni 2017 der Status Quo beibehalten und daher eine Zielgröße von 0 % angestrebt werden soll.

Frauenanteil in den beiden Führungsebenen unterhalb des Vorstands

Der Vorstand der YOC AG hat beschlossen, dass bis zum 30. Juni 2017 der Frauenanteil der ersten Führungsebene unterhalb des Vorstands mindestens 20 % betragen soll.

Die erste Führungsebene unterhalb des Vorstandes umfasst die Direktorebene. Zum 31. Dezember 2016 war keine Direktorenposition mit einer Frau besetzt. Mit der gleichen Umsetzungsfrist soll der Frauenanteil der zweiten Führungsebene unterhalb des Vorstands einen Anteil von 20 % nicht unterschreiten. Zur zweiten Führungsebene unterhalb des Vorstandes gehört die „Head of“-Ebene.

Zum 31. Dezember 2016 waren 40 % dieser Positionen mit Frauen besetzt.

Berlin, im April 2017

YOC AG
Der Vorstand
Der Aufsichtsrat

Vergütungsbericht

Der Vergütungsbericht richtet sich nach den „Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex“. Er fasst die Grundsätze zusammen, die auf die Festlegung der Vergütung des Vorstands der YOC AG Anwendung finden und erläutert Höhe und Struktur des Vorstandseinkommens.

Außerdem werden Grundsätze und Höhe der Vergütung des Aufsichtsrats beschrieben.

Der Vergütungsbericht beinhaltet außerdem Angaben, die nach den Erfordernissen des deutschen Handelsrechts Bestandteile des Konzernanhangs nach § 314 HGB sowie des Konzernlageberichts nach § 315 HGB sind.

Vergütung des Vorstands

Für die Festlegung der Vorstandsvergütung ist der Aufsichtsrat zuständig. Dabei werden die Größe und die Tätigkeit des Unternehmens, seine wirtschaftliche und finanzi-

elle Lage, die Aufgabe des jeweiligen Vorstandsmitglieds sowie die Höhe und Struktur der Vorstandsvergütungen im branchenspezifischen Vergleichsumfeld berücksichtigt.

Die Vergütung ist leistungsorientiert. Sie ist so bemessen, dass sie am Markt für hoch qualifizierte Führungskräfte wettbewerbsfähig ist und Anreiz für erfolgreiches Arbeiten gibt.

Grundsätzlich setzt sich diese aus einer fixen Grundvergütung und einem variablen Bestandteil zusammen.

- Die Grundvergütung ist eine fixe, auf das Gesamtjahr bezogene Barvergütung, die an dem Verantwortungsbereich des jeweiligen Vorstandsmitglieds ausgerichtet ist und in zwölf monatlichen Raten ausbezahlt wird.
- Den variablen Bestandteil bildet eine Barvergütung als Erfolgsbeteiligung, die sich am operativen Ergebnis nach

IFRS (EBITDA) der YOC AG orientiert und in der Höhe nach oben begrenzt ist. Im aktuellen Jahr erfolgte keine variable Vergütung.

- Mit der Teilnahme an dem im Jahr 2014 aufgelegten Virtuellen Aktienoptionsprogramm erhalten vom Aufsichtsrat zu bestimmende Mitglieder des Vorstands der Gesellschaft virtuelle Aktienoptionen (Phantom Stocks). Mit dem Virtuellen Aktienoptionsprogramm wird ein auf die tatsächliche Beteiligung der Berechtigten am Eigenkapital der Gesellschaft gerichtetes Aktienoptionsprogramm nachgebildet. Anders als bei einem mit „echten“ Aktienoptionen unterlegten Aktienoptionsprogramm berechtigen die virtuellen Optionen bei ihrer Ausübung nicht zum Bezug von Aktien an der Gesellschaft, sondern räumen dem Berechtigten nach näherer Maßgabe der Optionsbedingungen einen Anspruch gegen die Gesellschaft auf Zahlung eines bestimmten Geldbetrags in bar ein. Durch die virtuellen Optionen wird keine gesellschaftsrechtliche Beteiligung an der Gesellschaft begründet, insbesondere besteht kein aktienrechtlicher Anspruch auf Informations- oder Teilhaberrechte, Stimmrechte oder Teilhabe am Jahresergebnis.

Im Geschäftsjahr 2016 waren 427 TEUR der laufenden Vorstandsvergütung zahlungswirksam.

Aus dem Virtuellen Aktienoptionsprogramm hält der Vorstand insgesamt 40.000 virtuelle Aktienoptionen zum beizulegenden Zeitwert von je 2,45 EUR.

Vergütung des Aufsichtsrats

Die Vergütung des Aufsichtsrats ist auf Vorschlag von Vorstand und Aufsichtsrat durch die Hauptversammlung der YOC AG festgesetzt worden. Die Vergütung des Aufsichtsrats besteht aus einer festen Vergütung in Höhe von 12,5 TEUR für ein Geschäftsjahr. Der Aufsichtsratsvorsitzende erhält das Doppelte dieses Betrages, der Stellvertretende Aufsichtsratsvorsitzende das 1 ½-fache dieses Betrages.

Pro Aufsichtsratssitzung, die eine Präsenzsitzung ist, erhält jedes Aufsichtsratsmitglied einen Betrag in Höhe von 1,0 TEUR, der Aufsichtsratsvorsitzende das Doppelte und der Stellvertretende Aufsichtsratsvorsitzende das 1 ½-fache.

Die Vergütung für die Tätigkeit des Aufsichtsrats belief sich im Geschäftsjahr 2016 auf insgesamt 73 TEUR.

Vergütung des Vorstands im Geschäftsjahr 2016

Name	kurzfristig fällige Leistungen		
	Feste Vergütung* (in TEUR)	Variable Vergütung (in TEUR)	Virtuelle Aktienoptionen gewährt in 2014
Dirk Kraus	210	10	40.000
Michael Kruse	217	0	0
Gesamt	427	10	40.000

*inklusive vertragliche Nebenleistungen

Vergütung des Aufsichtsrats im Geschäftsjahr 2016 (in TEUR)

Name	Feste Vergütung	Sitzungsgeld	Gesamt
Dr. Nikolaus Breuel (Aufsichtsratsvorsitzender)	23	10	33
Konstantin Graf Lambsdorff	17	8	24
Sacha Berlik	11	5	16
Gesamt	51	23	73

Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Im Januar 2017 nahm die Gesellschaft ein Darlehen in Höhe von 0,5 Mio. EUR von einem Gesellschafter zu marktüblichen Konditionen auf.

Danach haben sich keine weiteren Ereignisse mit einer wesentlichen Auswirkung auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage ereignet.

Berlin, 20. April 2017



Dirk-Hilmar Kraus
Der Vorstand



YOC Inline Video Ad
7 UP
Q3/2016, Polen



3

Konzernabschluss

und Angaben zu Vorstand und Aufsichtsrat

- 54 **Konzerngesamterfolgsrechnung**
- 55 **Konzernbilanz**
- 56 **Konzernkapitalflussrechnung**
- 57 **Entwicklung des Konzerneigenkapitals**
- 58 **Anhang**
- 82 **Versicherung der gesetzlichen Vertreter**
- 83 **Bestätigungsvermerk**
- 84 **Vorstand**
- 84 **Aufsichtsrat**
- 86 **Finanzkalender**

Konzerngesamt- erfolgsrechnung

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung (in Euro)	Anhang #	2016	2015
Umsatzerlöse	5.1	11.959.554	9.734.615
Aktivierte Eigenleistungen	5.2	184.074	229.646
Sonstige betriebliche Erträge	5.3	342.059	1.467.579
Gesamtleistung		12.485.688	11.431.840
Materialaufwand	5.4	7.588.417	6.503.885
Personalaufwand	5.5	3.991.461	3.921.730
Sonstige betriebliche Aufwendungen	5.6	2.031.902	2.110.489
Operatives Ergebnis vor Abschreibungen		-1.126.093	-1.104.264
Abschreibungen	6.1/6.2	348.268	275.676
Wertminderungen	6.1/6.2	67.352	0
Operatives Ergebnis		-1.541.713	-1.379.940
Finanzerträge	5.7	0	470
Finanzaufwendungen	5.7	67.884	21.268
Finanzergebnis		-67.884	-20.798
Ergebnis vor Steuern		-1.609.597	-1.400.738
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	5.8	89.496	60.632
Ergebnis nach Steuern fortzuführender Geschäftsbereich		-1.699.094	-1.461.370
Ergebnis nach Steuern nicht fortgeführter Geschäftsbereich		0	-52.669
Periodenergebnis		-1.699.094	-1.514.039
Ergebnis je Aktie			
Ergebnis je Aktie unverwässert	5.10	-0,52	-0,49
Ergebnis je Aktie verwässert	5.10	-0,52	-0,49
Ergebnis je Aktie fortzuführender Geschäftsbereich			
Ergebnis je Aktie unverwässert	5.10	-0,52	-0,47
Ergebnis je Aktie verwässert	5.10	-0,52	-0,47
Konzern-Gesamtergebnisrechnung (in Euro)			
	Anhang #	2016	2015
Ergebnis nach Steuern		-1.699.094	-1.514.039
Effekte, die künftig in die Gewinn- und Verlustrechnung reklassifiziert werden können			
Unrealisierte Ergebnisse aus der Währungsumrechnung	5.12	135.009	-110.103
Sonstiges Ergebnis		135.009	-110.103
Gesamtergebnis		-1.564.085	-1.624.142

Konzernbilanz

Konzernbilanz (in Euro)	Anhang #	31.12.2016	31.12.2015
Aktiva			
Langfristige Vermögenswerte		536.597	674.364
Sachanlagen	6.1	96.956	76.804
Immaterielle Vermögenswerte	6.2	438.174	595.561
Latente Steuern	5.8	1.467	1.998
Kurzfristige Vermögenswerte		3.452.298	3.193.505
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	6.3	2.668.757	1.992.832
Sonstige Vermögenswerte	6.3	123.992	330.686
Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten	6.4	659.549	869.986
Summe Vermögenswerte		3.988.895	3.867.869
Passiva			
Eigenkapital		-3.606.571	-2.514.712
Gezeichnetes Kapital	6.5	3.292.978	3.112.473
Kapitalrücklage	6.5	20.649.438	20.380.508
Gewinnrücklagen	6.5	-27.382.819	-25.706.515
Unterschiedsbetrag aus Währungsumrechnungen	6.5	-115.849	-250.858
Eigene Aktien	6.5	-50.319	-50.319
Langfristige Schulden		1.038.085	556.886
Rückstellungen	6.6	58.085	76.886
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	6.8	980.000	480.000
Kurzfristige Schulden		6.557.381	5.825.695
Erhaltene Anzahlungen	6.7	18.338	49.411
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	6.7	2.490.974	1.790.458
Sonstige Verbindlichkeiten	6.7	505.672	687.020
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	6.8	3.346.028	3.250.131
Steuerschulden	6.8	22.869	48.675
Rückstellungen	6.6	173.500	0
Summe Eigenkapital und Schulden		3.988.895	3.867.869

Konzernkapitalflussrechnung

Konzernkapitalflussrechnung (in Euro)	Anhang #	2016	2015
Ergebnis nach Steuern aus fortgeführten Geschäftsbereichen		-1.699.094	-1.461.370
Ergebnis nach Steuern aus nicht fortgeführten Geschäftsbereichen		0	-52.669
Abschreibungen		415.621	276.543
Erfolgswirksam erfasste Steuern		89.496	60.632
Erfolgswirksam erfasste Zinsen		67.884	20.798
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge		87.724	370.083
Ergebnis aus Entkonsolidierungen		0	37.816
Cash-Earnings		-1.038.369	-748.167
Gewinne aus Anlagenabgängen		-400	-47.656
Veränderungen Forderungen, Anzahlungen und sonstige Vermögenswerte		-469.232	-380.461
Veränderungen Verbindlichkeiten, Anzahlungen und sonstige Schulden		543.200	-100.879
Veränderungen Rückstellungen		154.699	12.058
Erhaltene Zinsen		0	470
Gezahlte Zinsen		-27.719	-7.726
Gezahlte Steuern		-114.675	-22.690
Operativer Cash-Flow	7.1	-952.496	-1.295.051
Veräußerung von Geschäftsbereichen		0	160.000
Investitionen in Sachanlagen		-37.595	-44.088
Investitionen in immaterielle Vermögenswerte		-11.260	0
Auszahlungen für Entwicklungskosten		-192.788	-293.409
Veräußerung von Sachanlagen		11.477	78.630
Cash-Flow aus Investitionstätigkeit	7.1	-230.166	-98.867
Einzahlungen aus Kapitalerhöhungen		499.999	800.015
Transaktionskosten aus der Ausgabe von Aktien		-27.774	-39.837
Darlehensaufnahme		500.000	300.000
Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit	7.1	972.225	1.060.178
Nettozunahme/-abnahme		-210.437	-333.738
Finanzmittelfonds zu Beginn der Berichtsperiode	7.2	869.986	1.203.724
Finanzmittelfonds zum Ende der Berichtsperiode	7.2	659.549	869.986

Entwicklung des Konzernerneigenkapitals

Entwicklung des Konzern- eigenkapitals (in Euro)	Anhang #	Gezeichnetes Kapital	Kapital- rücklage	Gewinnrücklagen	Unterschiedsbetrag aus Währungsumrechnungen	Eigene Aktien	Gesamt
per 01.01.2015		2.858.500	19.902.539	-24.220.215	-140.755	-50.319	-1.650.250
Ergebnis nach Steuern				-1.514.039			-1.514.039
Unterschiedsbetrag aus Währungsumrechnungen	5.12/ 8				-110.103		-110.103
Gesamtergebnis		0	0	-1.514.039	-110.103	0	-1.624.142
Ausgabe von gezeichnetem Kapital	6.5/ 8	253.973	546.042				800.015
Transaktionskosten einschließlich Steuervorteile	6.5/ 8		-39.837				-39.837
Aktienoptionsprogramm	6.5/ 8		-28.236	27.738			-498
per 31.12.2015		3.112.473	20.380.508	-25.706.516	-250.858	-50.319	-2.514.712
per 01.01.2016		3.112.473	20.380.508	-25.706.516	-250.858	-50.319	-2.514.712
Ergebnis nach Steuern				-1.699.094			-1.699.094
Unterschiedsbetrag aus Währungsumrechnungen	5.12/ 8				135.009		135.009
Gesamtergebnis		0	0	-1.699.094	135.009	0	-1.564.085
Ausgabe von gezeichnetem Kapital	6.5/ 8	180.505	319.494				499.999
Transaktionskosten einschließlich Steuervorteile	6.5/ 8		-27.774				-27.774
Aktienoptionsprogramm	6.5/ 8		-22.790	22.790			0
per 31.12.2016		3.292.978	20.649.438	-27.382.819	-115.849	-50.319	-3.606.571

Es bestehen keine Anteile nicht beherrschender Gesellschafter.

Anhang

1. ALLGEMEINE INFORMATIONEN ZUM UNTERNEHMEN	59
2. ANWENDUNG VON NEUEN UND GEÄNDERTEN STANDARDS	59
2.1 Im laufenden Geschäftsjahr verpflichtend anzuwendende Standards und Interpretationen.....	59
2.2 Veröffentlichte Standards und Interpretationen, die noch nicht verpflichtend anzuwenden sind.....	60
3. KONSOLIDIERUNG	61
3.1 Konsolidierungsgrundsätze	61
3.2 Konsolidierungskreis	61
4. BILANZIERUNGS- UND BEWERTUNGSGRUNDSÄTZE	62
4.1 Allgemeine Grundsätze	62
4.2 Wesentliche Ermessensentscheidungen und Schätzungsunsicherheiten	64
4.3 Kapitalmanagement und Going Concern	65
4.4 Währungseffekte und Währungsumrechnung	65
4.5 Zinseffekte	66
5. ERLÄUTERUNGEN ZUR GESAMTERFOLGSRECHNUNG	67
5.1 Umsatzerlöse	67
5.2 Aktivierte Eigenleistungen	67
5.3 Sonstige betriebliche Erträge	67
5.4 Materialaufwand	67
5.5 Personalaufwand	67
5.6 Sonstige betriebliche Aufwendungen	68
5.7 Zinsen	68
5.8 Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	68
5.9 Ergebnisse nicht fortgeführte Geschäftsbereiche	70
5.10 Ergebnis je Aktie	70
5.11 Segmentberichterstattung	70
5.12 Sonstiges Ergebnis	72
6. ERLÄUTERUNGEN ZU DEN EINZELNEN BILANZPOSTEN	73
6.1 Sachanlagen	73
6.2 Immaterielle Vermögenswerte	73
6.3 Forderungen und sonstige Vermögenswerte	74
6.4 Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten und Schecks	75
6.5 Eigenkapital	75
6.6 Rückstellungen	76
6.7 Verbindlichkeiten	77
6.8 Sonstige finanzielle Verpflichtungen	77
6.9 Sonstige Angaben zu den Finanzinstrumenten	78
7. ERLÄUTERUNGEN ZUR CASH-FLOW RECHNUNG	80
7.1 Cash-Flow der einzelnen Tätigkeiten	80
7.2 Finanzmittelfonds	80
8. ERLÄUTERUNGEN ZU DEN KAPITALVERÄNDERUNGEN	80
9. SONSTIGE ERLÄUTERUNGEN	81
9.1 Haftungsverhältnisse, Gewährleistungen, Eventualverbindlichkeiten und Ähnliches	81
9.2 Ereignisse nach dem Bilanzstichtag	81
9.3 Risiko- und Chancenbericht	81
9.4 Angaben zu Beziehungen zu nahestehenden Unternehmen und Personen	81
9.5 Bezüge des Aufsichtsrates und des Managements	81
9.6 Honorar des Wirtschaftsprüfers	82
9.7 Erklärung zum Deutschen Corporate Governance Kodex	82

1. Allgemeine Informationen zum Unternehmen

Die YOC AG ist ein in Berlin, Greifswalder Str. 212, Deutschland, ansässiges Unternehmen, das als Anbieter für Mobile Advertising international tätig ist. Die YOC AG ist unter der Kennnummer WKN 593273 / ISIN DE 0005932735 im Prime Standard der Frankfurter Wertpapierbörse gelistet.

Der Konzernabschluss der YOC AG zum 31. Dezember 2016 ist unter Anwendung des § 315a HGB gemäß den Vorschriften der am Abschlussstichtag gültigen International Financial Reporting Standards (IFRS) des International Accounting Standards Board (IASB), London, Großbritannien, und den Interpretationen des International Financial Reporting

Interpretations Committee (IFRIC), wie sie in der Europäischen Union (EU) anzuwenden sind, erstellt worden.

Der Konzernabschluss der YOC AG entspricht den IFRS, wie sie ab dem 01. Januar 2016 in der Europäischen Union verpflichtend anzuwenden sind. Der Konzernabschluss vermittelt ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage.

Der Vorstand der YOC AG hat den Konzernabschluss am 12. April 2017 aufgestellt und zur Vorlage an den Aufsichtsrat der Gesellschaft freigegeben.

2. Anwendung von neuen und geänderten Standards

2.1 Im laufenden Geschäftsjahr verpflichtend anzuwendende Standards und Interpretationen

Im Geschäftsjahr 2016 wurden folgende neue oder überarbeitete Standards und Interpretationen erstmalig angewendet:

- **Änderung von IAS 16 und IAS 38 – Klarstellung zulässiger Abschreibungsmethoden** hat keine Auswirkungen auf den Abschluss der YOC AG. Die Änderung ist erstmalig anzuwenden auf Geschäftsjahre, die am oder nach dem 01. Januar 2016 beginnen.
- **Verbesserungen zu IFRS (2010-2012)**
Bei den Verbesserungen handelt es sich um einen Sammelstandard, der Änderungen in diversen IFRS zum Gegenstand hat. Die Verbesserungen sind erstmalig auf Geschäftsjahre anzuwenden, die am oder nach dem 01. Februar 2015 beginnen. Für die YOC AG ergeben sich keine Änderungen.
- **Verbesserungen zu IFRS (2012-2014)**
Bei den Verbesserungen handelt es sich um einen Sammelstandard, der Änderungen in diversen IFRS zum

Gegenstand hat. Die Verbesserungen sind erstmalig auf Geschäftsjahre anzuwenden, die am oder nach dem 01. Januar 2016 beginnen. Für die YOC AG ergeben sich keine Änderungen.

- **Änderung von IAS 19 – Beiträge von Arbeitnehmern**
Die Änderung ist erstmals auf Geschäftsjahre anzuwenden, die am oder nach dem 01. Februar 2015 beginnen. Die Änderung regelt die Erfassung von Beiträgen von Arbeitnehmern oder Dritten zum Pensionsplan als Reduktion des Dienstzeitaufwands. Sie hat keine Auswirkungen auf den Abschluss der YOC AG.
- **Änderung von IFRS 11 – Erwerb von Anteilen an einer gemeinschaftlichen Tätigkeit** enthält keinen Anwendungsfall für die YOC AG. Die Änderung ist erstmalig anzuwenden auf Geschäftsjahre, die am oder nach dem 01. Januar 2016 beginnen.
- **Änderung von IAS 1 – Darstellung des Abschlusses** enthält keinen Anwendungsfall für die YOC AG. Die Änderung ist erstmalig anzuwenden auf Geschäftsjahre, die am oder nach dem 01. Januar 2016 beginnen.

2.2 Veröffentlichte Standards und Interpretationen, die noch nicht verpflichtend anzuwenden sind

Die nachfolgende Tabelle zeigt neue und geänderte Standards, die im Geschäftsjahr 2016 noch nicht verpflichtend anzuwenden sind beziehungsweise für die die Übernahme durch die EU im Endorsementverfahren noch nicht erfolgt ist:

Bezeichnung	Zeitlicher Anwendungsbereich	EU-Endorsement erfolgt?	Anwendungsfall für YOC?	Werden Auswirkungen auf den Abschluss erwartet?
IFRS 9 Finanzinstrumente	01.01.2018	ja	in Prüfung	in Prüfung
IFRS 15 Umsatzerlöse aus Verträgen mit Kunden	01.01.2018	ja	ja	in Prüfung
IFRS 16 Leasingverhältnisse	01.01.2019	nein	ja	in Prüfung
Änderung von IFRS 10 und IAS 28 - Veräußerung oder Einbringung von Vermögenswerten eines Investors an bzw. in ein assoziiertes Unternehmen oder Gemeinschaftsunternehmen	auf unbestimmte Zeit verschoben	nein	nein	n/a
Änderung von IAS 12 - Ansatz latenter Steueransprüche für unrealisierte Verluste	01.01.2017	nein	in Prüfung	in Prüfung
Änderung von IAS 7 - Angabeninitiative: Überleitung von Schulden aus Finanzierungstätigkeiten	01.01.2017	nein	ja	keine wesentlichen Auswirkungen

Am 24. Juli 2014 hat das IASB den finalen Standard IFRS 9 „Finanzinstrumente“ (IFRS 9 [2014]) veröffentlicht, der die Ergebnisse aller Phasen des IFRS-9-Projekts enthält und sowohl IAS 39 „Finanzinstrumente: Ansatz und Bewertung“ als auch alle früheren Versionen von IFRS 9 „Finanzinstrumente“ ersetzt.

Der Standard beinhaltet Neuregelungen zur Klassifizierung und Bewertung, zur Wertminderung sowie zur Sicherungsbilanzierung (Hedge Accounting). IFRS 9 ist erstmals für das Geschäftsjahr anzuwenden, das am oder nach dem 01. Januar 2018 beginnt. Der Standard wurde am 22. November 2016 von der EU anerkannt. Die Auswirkungen dieser neuen Regelungen werden vom Konzern analysiert. Der derzeitige Analysestand lässt noch keine Aussage der voraussichtlichen Auswirkung der geänderten Vorschriften auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage zu.

IFRS 15 wurde im Mai 2014 veröffentlicht und am 22. September 2016 durch die EU anerkannt. Für Geschäftsjahre, die am oder nach dem 01. Januar 2018 beginnen, ist entweder die vollständige retrospektive Anwendung oder eine modifizierte retrospektive Anwendung vorgeschrieben. Eine vorzeitige Anwendung ist zulässig. Der Standard führt ein neues Modell zur Umsatzrealisierung mit fünf Analyseschritten ein, das auf alle Umsätze aus Verträgen mit Kunden anzuwenden ist. Das Kernprinzip des Standards besteht darin, dass ein Unternehmen Umsatzerlöse zum Zeitpunkt der Übertragung von Gütern oder Dienstleistungen auf Kunden in Höhe der Gegenleistung zu erfassen hat, mit der das Unternehmen im Gegenzug für die Übertragung dieser Güter oder Dienstleistungen rechnen kann.

Die Grundsätze in IFRS 15 bieten einen strukturierteren Ansatz zur Bewertung und Erfassung von Umsatzerlösen. Der Anwendungsbereich des Standards erstreckt sich über alle Arten von Branchen und Unternehmen und ersetzt daher alle bestehenden Vorschriften, die den Bereich der Umsatzrealisierung betreffen (IAS 11 „Fertigungsaufträge“, IAS 18 „Umsatzerlöse“, IFRIC 13 „Kundenbindungsprogramme“, IFRIC 15 „Verträge über die Errichtung von Immobilien“, IFRIC 18 „Übertragung

von Vermögenswerten durch einen Kunden“ und SIC 31 „Umsatzerlöse – Tausch von Werbedienstleistungen“).

Die Anwendung des neuen Standards erfordert gegenüber den derzeit geltenden Standards zur Umsatzrealisierung mehr Schätzungen und Ermessensentscheidungen, da die Höhe der zu erfassenden Umsatzerlöse durch die Höhe der Gegenleistung bestimmt wird, mit der das Unternehmen im Gegenzug für die Übertragung der Güter oder der Dienstleistung rechnen kann. Besondere Herausforderungen können sich insbesondere dann ergeben, soweit eine Gegenleistung variabel ist.

Der derzeitige Analysestand lässt keine wesentlichen Auswirkungen der geänderten Vorschriften auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage erwarten.

IFRS 16 regelt den Ansatz, die Bewertung, den Ausweis sowie die Angabepflichten bezüglich Leasingverhältnissen. Für den Leasingnehmer sieht der Standard ein einziges Bilanzierungsmodell vor. Dieses führt beim Leasingnehmer dazu, dass sämtliche Vermögenswerte und Verbindlichkeiten aus Leasingverhältnissen in der Bilanz zu erfassen sind, es sei denn, die Laufzeit beträgt 12 Monate oder weniger oder es handelt sich um einen geringwertigen Vermögenswert (jeweils Wahlrecht). Der Leasinggeber unterscheidet für Bilanzierungszwecke weiterhin zwischen Finanzierungs- und Mietleasingvereinbarungen (finance beziehungsweise operating lease). Das Bilanzierungsmodell für den Leasinggeber unterscheidet sich hierbei nicht wesentlich von dem in IAS 17 – Leasingverhältnisse.

IFRS 16 wurde im Januar 2016 veröffentlicht und ist erstmals auf Geschäftsjahre, die am oder nach dem 01. Januar 2019 beginnen, verpflichtend anzuwenden. Die Auswirkungen dieser neuen Regelungen werden vom Konzern analysiert. Der derzeitige Analysestand lässt noch keine Aussage der voraussichtlichen Auswirkung der geänderten Vorschriften auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage zu. Zum Umfang der derzeit nicht akti-

vierten bzw. passivierten operativen Leasingverhältnisse verweisen wir auf Ziffer 6.8.

Der Vorstand der YOC AG geht davon aus, dass die oben aufgeführten Standards und Interpretationen bei Vorliegen entsprechender Anwendungsfälle in dem Konzernabschluss des Geschäftsjahres angewendet werden, in dem sie verpflichtend anzuwenden sind.

3. Konsolidierung

3.1 Konsolidierungsgrundsätze

Der Konzernabschluss beinhaltet die von der YOC AG beherrschten Gesellschaften. Eine Beherrschung liegt vor, wenn der Konzern eine Risikobelastung durch oder Anrechte auf schwankende Renditen aus seinem Engagement bei dem Beteiligungsunternehmen hat und er seine Verfügungsgewalt über das Beteiligungsunternehmen auch dazu einsetzen kann, diese Renditen zu beeinflussen.

Die Einbeziehung der Tochterunternehmen in den Konzernabschluss beginnt ab dem Zeitpunkt, an dem die YOC AG die Beherrschung über das Tochterunternehmen erlangt. Sie endet, wenn die Gesellschaft die Beherrschung über das Tochterunternehmen verliert. Die Einzelabschlüsse der konsolidierten Unternehmen sind auf den Stichtag des Konzernabschlusses aufgestellt. Sämtliche konzerninternen Erträge und Aufwendungen wie auch die zwischen den konsolidierten

Gesellschaften bestehenden Vermögenswerte und Schulden sowie Eigenkapital werden vollständig eliminiert.

3.2 Konsolidierungskreis

Der Konsolidierungskreis der YOC-Gruppe umfasst zum 31. Dezember 2016 die nachfolgenden Gesellschaften:

Vollkonsolidierte Gesellschaften		Anteil in %	gehalten über Nr.	seit dem
Inland				
1	YOC AG, Berlin	-	-	-
2	YOC Mobile Advertising GmbH, Berlin	100	1	11.03.09
Ausland				
3	YOC Mobile Advertising Ltd., London, Großbritannien	100	1	01.01.07
4	YOC Central Eastern Europe GmbH, Wien, Österreich	100	1	01.06.09
5	YOC Spain, S.L., Madrid, Spanien	100	1	22.09.09

4. Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze

4.1 Allgemeine Grundsätze

Die YOC AG fungiert als Konzernobergesellschaft, die unmittelbar zu 100 % an sämtlichen Unternehmen der YOC-Gruppe beteiligt ist. Die Geschäftsjahre entsprechen für sämtliche Konzerngesellschaften dem Kalenderjahr.

Die Gliederung der Konzernbilanz erfolgt in Anwendung des IAS 1 „Darstellung des Abschlusses“ nach dem Prinzip der Fristigkeit. Die Bilanzposten werden folglich in langfristige und kurzfristige Vermögenswerte beziehungsweise Schulden aufgeteilt. Vermögenswerte und Schulden werden grundsätzlich dann als kurzfristig eingestuft, wenn sie eine Restlaufzeit oder einen Umschlag im Rahmen der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit von weniger als einem Jahr haben. Entsprechend werden Vermögenswerte und Schulden als langfristig klassifiziert, wenn sie länger als ein Jahr im Unternehmen verbleiben.

Den Jahresabschlüssen der in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen liegen einheitliche Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze zugrunde. Der Konzernabschluss ist in Euro aufgestellt. Alle Beträge werden – soweit nicht anders dargestellt – zum Zweck der Übersichtlichkeit und Vergleichbarkeit grundsätzlich in TEUR angegeben. Durch die kaufmännische Rundung von Einzelpositionen und Prozentangaben kann es zu geringfügigen Rundungsdifferenzen kommen. Die Darstellung der Gesamterfolgsrechnung erfolgt in zwei gesonderten Aufstellungen, der Gewinn- und Verlustrechnung nach dem Gesamtkostenverfahren und der Gesamtergebnisrechnung.

Auf den Konzernabschluss werden die nachfolgend dargestellten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden angewandt:

Sachanlagen

Sachanlagen werden mit ihren historischen Anschaffungs- oder Herstellungskosten bewertet und planmäßig linear gemäß ihren erwarteten wirtschaftlichen Nutzungsdauern (zwischen 3 und 8 Jahren) abgeschrieben. Sofern Anhaltspunkte für eine Wertminderung vorliegen, wird zusätzlich ein Wertminderungstest durchgeführt.

Gewinne und Verluste aus Anlagenabgängen werden in den sonstigen betrieblichen Erträgen beziehungsweise in den sonstigen betrieblichen Aufwendungen erfasst.

Für die Anschaffung von Sachanlagen gewährte Investitionszulagen sowie Zuschüsse der öffentlichen Hand werden zum Zeitpunkt der Gewährung anschaffungskostenmindernd berücksichtig

und über die Nutzungsdauer der Vermögenswerte mittels einer reduzierten Abschreibung beziehungsweise bei Abgang der geförderten Vermögenswerte ergebniswirksam erfasst.

Immaterielle Vermögenswerte

Die immateriellen Vermögenswerte beinhalten neben erworbenen immateriellen Vermögenswerten auch selbst erstellte immaterielle Posten. Erworben immaterielle Vermögenswerte werden zu Anschaffungskosten und soweit zutreffend, abzüglich kumulierter Abschreibungen und Wertminderungen bewertet.

Hierunter fallen sowohl die im Rahmen von Unternehmenszusammenschlüssen erworbenen immateriellen Vermögenswerte, soweit sie die Aktivierungsvoraussetzungen des IFRS 3 erfüllen, als auch solche immateriellen Vermögenswerte, die gesondert erworben wurden. Selbst erstellte immaterielle Vermögenswerte, aus denen dem Konzern wahrscheinlich ein künftiger Nutzen zufließt und die die Aktivierungsvoraussetzungen des IAS 38 „Immaterielle Vermögenswerte“ erfüllen, werden mit den während der Entwicklungsphase dieser Vermögenswerte verursachten Herstellungskosten bewertet.

Die aktivierten Entwicklungskosten umfassen ausschließlich direkt zurechenbare Kosten. Forschungskosten sowie nicht aktivierbare Entwicklungskosten werden in den Perioden, in denen sie anfallen, vollständig als Aufwand erfasst.

Sofern immaterielle Vermögenswerte keine unbestimmte Nutzungsdauer aufweisen, werden sie linear über die jeweilige erwartete wirtschaftliche Nutzungsdauer abgeschrieben. Im Falle selbst erstellter immaterieller Vermögenswerte beginnt die Abschreibung ab dem Zeitpunkt der Fertigstellung der Vermögenswerte.

Sofern Anhaltspunkte für eine Wertminderung vorliegen, wird zusätzlich ein Werthaltigkeitstest durchgeführt. Sofern Wertminderungen vorliegen, werden immaterielle Vermögenswerte auf ihren erzielbaren Betrag abgeschrieben.

Die Nutzungsdauern betragen:

	Nutzungsdauer in Jahren
Selbst erstellte Software	3
Erworben Software und Lizenzen	3 – 5

Die Folgebewertung erfolgt zu fortgeführten Anschaffungskosten - sofern erforderlich - unter Anwendung der Effektivzinsmethode abzüglich etwaiger Wertminderungen, die sich als Differenz

zwischen dem Buchwert der Forderung und den geschätzten künftigen Cash-Flows, die aus dieser Forderung zu erwarten sind, ergeben.

Verluste aus der Wertminderung werden unter den sonstigen betrieblichen Aufwendungen erfasst. Bei sonstigen Vermögenswerten, die keine Finanzinstrumente im Sinne des IFRS 7 sind, erfolgt der Erstanatz zu Anschaffungskosten. Sie werden zu fortgeführten Anschaffungskosten unter Berücksichtigung von Wertminderungen folgebewertet.

Sämtliche ausgewiesenen Forderungen und sonstigen Vermögenswerte sind kurzfristig.

Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente

Die Kassenbestände und Guthaben bei Kreditinstituten umfassenden Zahlungsmittel werden der Kategorie „Kredite und Forderungen“ zugeordnet. Unter den Zahlungsmitteläquivalenten werden kurzfristige Geldanlagen mit einer Restlaufzeit von bis zu 90 Tagen zusammengefasst, die ein geringes Wertschwankungsrisiko aufweisen.

Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente werden zum Nominalwert bewertet.

Latente Steuern

Latente Steuern werden auf temporäre Differenzen zwischen den steuerlichen Wertansätzen der Vermögenswerte und Schulden und den Wertansätzen des Konzernabschlusses sowie auf Verlustvorträge gebildet, um zukünftige Steuerbelastungen und -entlastungen zutreffend zu erfassen.

Für die Bewertung der Steuerlatenzen wurden die erwarteten Steuersätze auf Basis des aktuellen Stands der Gesetze zum Ende des Geschäftsjahres herangezogen. Dabei wurden für die Steuerberechnungen die individuellen Gegebenheiten der einzelnen rechtlichen Einheiten berücksichtigt.

Für ausländische Gesellschaften wurden die jeweiligen länderspezifischen Steuersätze verwendet. Latente Steuerschulden werden für alle steuerbaren temporären Differenzen erfasst. Aktive latente Steuern wurden in den Fällen angesetzt, in denen ihre Realisierbarkeit in naher Zukunft hinreichend sicher erscheint.

Die Aktivierung des Steuereffekts von steuerlichen Verlustvorträgen erfolgte in dem Umfang, in dem eine künftige Nutzung der Verlustvorträge wahrscheinlich ist. Aktive und passive latente Steuern

werden in dem Umfang saldiert, in dem ein Rechtsanspruch auf Aufrechnung gegen dieselbe Steuerbehörde besteht.

Eigenkapital

Eigene Anteile werden zu Anschaffungskosten bewertet und erfolgsneutral vom Eigenkapital abgezogen. Der Ausweis erfolgt in der Bilanz in einem gesonderten Posten. Käufe und Verkäufe sowie Ausgaben und Einziehungen von eigenen Anteilen werden erfolgsneutral erfasst.

Rückstellungen

Rückstellungen werden für gegenwärtige rechtliche und faktische Verpflichtungen gegenüber Dritten gebildet, wenn die Verpflichtung wahrscheinlich zu einem zukünftigen Ressourcenabfluss führt und die Höhe der Verpflichtung zuverlässig geschätzt werden kann.

Der Ansatz der Rückstellungen erfolgt zum erwarteten Erfüllungsbetrag, wobei langfristige Rückstellungen zum Barwert angesetzt werden. Für die Berechnung des Barwertes werden die Rückstellungen auf Basis eines risiko- und laufzeitadäquaten Marktzinses auf den Bilanzstichtag diskontiert.

Erhaltene Anzahlungen, Verbindlichkeiten und Steuerschulden

Die im Anhang erläuterten Verbindlichkeiten umfassen erhaltene Anzahlungen, Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen, sonstige finanzielle und nicht finanzielle Verbindlichkeiten sowie Steuerschulden. Die erhaltenen Anzahlungen werden zum Erfüllungsbetrag angesetzt.

Finanzielle Verbindlichkeiten im Sinne von IFRS 7 sind Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen, Finanzschulden und Verbindlichkeiten aus nicht erhaltenen Eingangsrechnungen. Der Erstanatz erfolgt zum beizulegenden Zeitwert. Die Folgebewertung langfristiger Verbindlichkeiten erfolgt zu fortgeführten Anschaffungskosten unter Anwendung der Effektivzinsmethode.

Die Folgebewertung kurzfristiger Verbindlichkeiten erfolgt zum Erfüllungsbetrag ohne Abzinsung. Der Ansatz von Steuerschulden erfolgt in Höhe der erwarteten Steuerzahlungen.

Anteilsbasierte Vergütungen

Mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente

Der ersten und zweiten Führungsebene im YOC-Konzern wurden im Rahmen des YOC Management Incentive-Programms Bezugsrechte auf Aktien der YOC AG gewährt. Diese werden zum beizulegenden

Zeitwert des Eigenkapitalinstrumentes am Tag der Gewährung bewertet und linear über den Zeitraum bis zur Unverfallbarkeit als Personalaufwand über die Kapitalrücklage erfasst. Zu jedem Bilanzstichtag wird die Schätzung bezüglich der Anzahl der Eigenkapitalinstrumente, die unverfallbar werden, überprüft.

Die Auswirkungen der Änderungen der ursprünglichen Schätzungen sind, sofern vorhanden, bis zur Unverfallbarkeit erfolgswirksam unter Anpassung der Kapitalrücklage zu erfassen.

Mit Barausgleich

Mitgliedern des Vorstands und der zweiten Führungsebene sowie Mitarbeitern wurden im Rahmen des im September 2014 aufgelegten Virtuellen Aktienoptionsprogramms anteilsbasierte Vergütungen mit Barausgleich gewährt. Die virtuellen Optionen werden am Tag der Gewährung und an den folgenden Stichtagen mit ihrem beizulegenden Zeitwert bewertet und in Höhe der anteiligen Erdienung bis zur Erfüllung im Personalaufwand erfasst.

Die bilanzierten Verpflichtungen werden zu jedem Abschlussstichtag und am Erfüllungstag erfolgswirksam neu bewertet.

Umsatzerlöse und Aufwendungen

Die YOC-Gruppe generiert ihre Umsatzerlöse aus der Erbringung von Mobile Advertising-Dienstleistungen. Die Umsatzerlöse werden zum Zeitpunkt der Leistungserbringung erfasst und brutto ausgewiesen, da YOC bei den Transaktionen mit den Werbetreibenden (Advertisern) als Principal agiert.

YOC schließt sowohl mit Publishern als auch mit Werbetreibenden Verträge ab. Die Gesellschaft legt die Verkaufspreise der verkauften Werbemittel fest, führt sämtliche Abrechnungs- und Inkassoaktivitäten durch und erfüllt Werbedienstleistungen eigenverantwortlich. Infolgedessen agiert YOC als Principal im Rahmen dieser Vereinbarungen und weist daher die Umsatzerlöse und entsprechenden Kosten brutto aus.

Die Leistungserbringung erfolgt mit Auslieferung der Werbedienstleistungen basierend auf den mit den Advertisern getroffenen Vereinbarungen.

Die Anzahl ausgelieferter Werbeformate stellt die Basis zur Berechnung der Umsatzerlöse dar.

Auslieferungen werden üblicherweise in Ad-Impressions, Clicks, Downloads oder sonstigen Aktionen der mobilen Internetnutzer gemessen. Auslieferungen erfolgen mittels eigens von YOC entwickelten Softwareapplikationen und Werbeformaten. Die Ad-Impressions werden vorwiegend mittels CPM (Cost per Mille oder Tausenderkontaktpreis) gegenüber den Advertisern abgerechnet. Weiterhin kommen die erfolgsbasierten Abrechnungsmethoden

CPC (Cost per Click) sowie CPI (Cost per Install) zur Anwendung. Die zugehörigen Publishervergütungen werden periodengerecht als bezogene Leistungen im Materialaufwand ausgewiesen.

Umsatzerlöse werden zum beizulegenden Zeitwert der Gegenleistung bewertet und um Beträge aus Bonusvereinbarungen mit Kunden, gewährte Rabatte oder ähnliche Abzüge gekürzt.

Zinsen

Zinserträge und -aufwendungen werden erfolgswirksam gemäß der Effektivzinsmethode erfasst.

Leasing

In der YOC-Gruppe bestehen Operating-Leasingverhältnisse, aber keine Finanzierungs-Leasingverhältnisse.

Im Rahmen von Operating-Leasingverhältnissen werden die verursachten Aufwendungen linear über die Vertragslaufzeit als Aufwand erfasst. Bei Gewährung von Anreizleistungen, um ein Operating-Leasingverhältnis einzugehen, werden diese linear über die Vertragslaufzeit verteilt, es sei denn, eine andere systematische Grundlage entspricht dem tatsächlichen Nutzenverlauf.

Vermögenswerte, erworben im Rahmen eines Finanzierungs-Leasingverhältnisses, werden zu Beginn des Leasingverhältnisses mit ihrem beizulegenden Zeitwert oder mit dem niedrigeren Barwert der Mindestleasingzahlungen angesetzt und in der Folge separat abgeschrieben.

Für die Verbindlichkeit gegenüber dem Leasinggeber wird ein entsprechender Betrag unter den Verbindlichkeiten passiviert.

4.2 Wesentliche Ermessensentscheidungen und Schätzungsunsicherheiten

Die Erstellung des Konzernabschlusses nach IFRS erfordert, Annahmen und Ermessensentscheidungen zu treffen, welche die Zukunft betreffen und naturgemäß nicht den später eintretenden Verhältnissen entsprechen müssen.

Diese Annahmen und Einschätzungen wirken sich auf den Ansatz und die Bewertung von Vermögenswerten und Schulden sowie von Erträgen und Aufwendungen aus.

Die Einschätzungen und Annahmen dieses Konzernabschlusses beruhen auf Erfahrungswerten sowie weiteren Faktoren, die unter den gegebenen Umständen als plausibel und kaufmännisch vernünftig angesehen werden.

Da Annahmen und Schätzungen von tatsächlichen Werten abweichen und einen signifikanten Einfluss auf die Vermögens-

Finanz- und Ertragslage des Unternehmens haben können, unterliegen Annahmen und Einschätzungen einer regelmäßigen Überprüfung. Wesentliche Schätzungen und Annahmen werden insbesondere bei folgenden Sachverhalten getroffen:

Aktive latente Steuern

Aktive latente Steuern werden angesetzt, wenn künftig ausreichend steuerpflichtiges Einkommen zur Verfügung steht (siehe auch Punkt 5.8).

Dabei werden die geplanten Ergebnisse aus der operativen Geschäftstätigkeit und die Ergebnisauswirkungen aus der Umkehrung von zu versteuernden temporären Differenzen einbezogen. Auf Basis des geplanten künftigen steuerpflichtigen Einkommens beurteilt die Unternehmensleitung zu jedem Bilanzstichtag die Werthaltigkeit von aktiven latenten Steuern.

Da künftige Unternehmensentwicklungen unsicher sind und sich teilweise der Steuerung durch die Unternehmensleitung entziehen, sind Annahmen zur Schätzung von künftigem, steuerpflichtigem Einkommen sowie über den Zeitpunkt der Realisierung von aktiven latenten Steuern erforderlich.

Schätzgrößen werden in der Periode angepasst, in der ausreichende Hinweise für eine Anpassung vorliegen. Sofern die Unternehmensleitung davon ausgeht, dass aktive latente Steuern teilweise oder vollständig nicht realisiert werden können, erfolgt eine Wertberichtigung in entsprechender Höhe.

Entwicklungskosten

Der Konzern aktiviert die Entwicklungskosten für selbst erstellte immaterielle Vermögenswerte, aus denen dem Konzern wahrscheinlich ein künftiger Nutzen zufließt und die die Aktivierungsvoraussetzungen des IAS 38 „Immaterielle Vermögenswerte“ erfüllen. Die erstmalige Aktivierung der Kosten beruht auf der Einschätzung des Managements, dass die technische und wirtschaftliche Realisierbarkeit nachgewiesen ist. Die selbst erstellte Software wird mit den während der Entwicklungsphase dieser Vermögenswerte verursachten Herstellungskosten bewertet. Der Buchwert der aktivierten Entwicklungskosten betrug 420 TEUR zum 31. Dezember 2016 (2015: 570 TEUR).

4.3 Kapitalmanagement und Going Concern

Der Vorstand wird durch regelmäßiges Reporting von Kennzahlen über die Entwicklung des Eigenkapitals der YOC-Gruppe informiert. Ziel ist es, den Finanzierungsbedarf kurz- bis mittelfristig durch Eigenkapital zu decken. Zudem findet ein regelmäßiges Monitoring von Liquiditätsrisiken statt, um Zahlungsstromschwankungen zu analysieren und Liquiditätsengpässe rechtzeitig zu erkennen und Gegenmaßnahmen zu ergreifen.

Die Bilanzierung und Bewertung erfolgt grundsätzlich unter der Going-Concern-Annahme.

Nach erfolgreich umgesetzten Sanierungsmaßnahmen bis zum Ende des Geschäftsjahres 2014 und einer Verbesserung der operativen Ergebnisse stabilisiert sich die Liquiditätssituation des Unternehmens kontinuierlich.

Zur Deckung des Liquiditätsbedarfs wurden zusätzlich folgende Finanzierungsmaßnahmen im Berichtsjahr erfolgreich umgesetzt:

- Am 19. April 2016 beschloss Vorstand und Aufsichtsrat der YOC AG eine Kapitalerhöhung aus dem genehmigten Kapital gegen Bareinlagen im Umfang von 180.505 neuen Stückaktien unter Ausschluss des Bezugsrechts der bestehenden Aktionäre. Mit einem Ausgabepreis von 2,77 EUR je Aktie erzielte die Gesellschaft einen Bruttoemissionserlös in Höhe von 0,5 Mio. EUR.
- Darüber hinaus vereinbarte die Gesellschaft mit einigen Investoren eine die Kapitalerhöhung begleitende Darlehensaufnahme in Höhe von 0,5 Mio. EUR zu marktüblichen Konditionen mit einer Laufzeit bis Oktober 2018.

Die YOC-Gruppe rechnet für das Geschäftsjahr 2017 auf Basis der dargestellten Entwicklungen mit einer weiteren Verbesserung der operativen Ertragslage. Im ersten Quartal 2017 hat die Gesellschaft zur Verbesserung der Liquidität eine Fremdkapitalmaßnahme umgesetzt, die zu einem Liquiditätszufluss von 0,5 Mio. EUR führte. Damit das Unternehmen im Prognosezeitraum über ausreichend Liquidität verfügt, muss die Gesellschaft den geplanten Geschäftsverlauf, insbesondere eine deutliche Umsatzsteigerung und damit eine einhergehende Verbesserung des operativen Ergebnisses realisieren.

Bezüglich der Liquiditätsrisiken verweisen wir zusätzlich auf die Abschnitte „Entwicklung der Finanz- und Vermögenslage der YOC-Gruppe“ sowie „Chancen- und Risikobericht“ im Konzernlagebericht.

4.4 Währungseffekte und Währungsumrechnung

Die funktionale Währung des Mutterunternehmens und die Darstellungswährung des Konzerns ist der Euro.

Sofern Geschäftsvorfälle in einer fremden Währung fakturiert werden, sind Forderungen und Verbindlichkeiten mit dem jeweiligen Kurs zum Stichtag der Transaktion in die jeweilige funktionale Währung umgerechnet und buchhalterisch erfasst. Am Bilanzstichtag bestehende Forderungen und Verbindlichkeiten werden bei Kurschwankungen entsprechend angepasst.

Die Währungsumrechnung für Jahresabschlüsse ausländischer Tochterunternehmen erfolgt gemäß dem Konzept der funktionalen Währung. Die funktionale Währung der jeweiligen Beteiligung ist deren entsprechende Landeswährung.

Vermögenswerte und Schulden der Konzerngesellschaften, deren funktionale Währung nicht der Euro ist, werden mit einem zum Bilanzstichtag gültigen Stichtagskurs in Euro umgerechnet. Veränderungen des Jahres sowie Aufwendungen und Erträge werden mit Jahresdurchschnittskursen in Euro umgerechnet.

Das Eigenkapital wird zum jeweiligen historischen Kurs umgerechnet. Die sich aus der Umrechnung zu Stichtagskursen ergebenden Unterschiedsbeträge werden als Währungsumrechnungsdifferenzen im Eigenkapital erfasst.

Der Währungsumrechnung liegen folgende Wechselkurse zugrunde:

	Stichtagskurs		Durchschnittskurs	
	31.12.16	31.12.15	2016	2015
1 Euro = Britische Pfund (GBP)	0,8564	0,7371	0,8170	0,7262
1 Euro = US Dollar (USD)	1,0536	1,0925	1,1064	1,1097
1 Euro = Polnische Zloty (PLN)	4,4100	4,3627	4,3582	4,1789

Die nachfolgende Tabelle zeigt die Sensitivität des Konzernergebnisses vor Steuern gegenüber einer nach vernünftigem Ermessen grundsätzlich möglichen wesentlichen Wechselkursänderung in Prozentpunkten des Britischen Pfunds (GBP) und des US Dollars (USD).

In die Sensitivität mit einbezogen werden alle monetären Posten in Fremdwährung. Bei der Analyse bleiben alle anderen Variablen jeweils konstant.

Fremdwährung	Kursentwicklung der Fremdwährung in Prozentpunkten	Auswirkung auf das Ergebnis vor Steuern (in TEUR)
2016		
Britische Pfund (GBP)	+5	0
	-5	0
US-Dollar (USD)	+5	-3
	-5	3
2015		
Britische Pfund (GBP)	+5	0
	-5	0
US-Dollar (USD)	+5	-4
	-5	-4

4.5 Zinseffekte

Ein Anstieg des Drei-Monats-EURIBORS um zwei Prozentpunkte hätte keine wesentlichen Auswirkungen auf das Finanzergebnis, da die Gesellschafterdarlehen nicht an die EURIBOR-Entwicklung gekoppelt sind.

5. Erläuterungen zur Gesamterfolgsrechnung

5.1 Umsatzerlöse

Die YOC-Gruppe verzeichnete im Geschäftsjahr 2016 einen Anstieg der **Umsatzerlöse** um 23 % auf 11.960 TEUR (2015: 9.735 TEUR). Der Anteil der Erlösschmälerungen blieb im Berichtsjahr mit 62 % konstant (2015: 62 %). Die Erlösschmälerungen beinhalten Rückvergütungen, Boni, Agenturprovisionen und sonstige Rabatte an Kunden.

Umsatzerlöse (in TEUR)	2016	2015
Umsatzerlöse	31.309	25.584
Erlösschmälerungen	19.350	15.849
Gesamt	11.960	9.735

5.2 Aktivierte Eigenleistungen

In 2016 sind **Entwicklungskosten selbst erstellter Software** in Höhe von 184 TEUR (2015: 230 TEUR) aktiviert worden. Im aktuellen Geschäftsjahr lag das Business Intelligence Tool YOC Hub im Fokus der Entwicklungsaktivitäten der Gesellschaft. Den Publisher-Partnern der YOC-Gruppe wird mit dem YOC Hub ein Reporting- und Analysetool zur Seite gestellt, das die Verwaltung und Auswertung der Vermarktungsaktivitäten in Echtzeit ermöglicht.

Die Ansatzkriterien des IAS 38 sind erfüllt. Aktiviert werden die direkt zurechenbaren Einzelkosten als Herstellungskosten für selbst erstellte Software. Die Ermittlung der Herstellungskosten erfolgt auf Basis von geleisteten Arbeitstagen, bewertet mit Tagessätzen je Mitarbeiter.

Die Kosten für die Forschung und Entwicklung neuer Produkte und technischer Innovationen im Geschäftsjahr 2016 betragen insgesamt 100 TEUR (2015: 70 TEUR).

Die Gesellschaft fokussierte sich dabei auf den programmatischen Mediahandel und die Bereitstellung beziehungsweise die Anbindung leistungsfähiger Demand-Side-Plattformen (DSP), auf den Aufbau von Private Market Places (PMP) zum automatisierten Handel von Werbeplätzen sowie auf die Markteinführung der eigenen Werbeformate und deren Verfügbarkeit im programmatischen Echtzeithandel.

5.3 Sonstige betriebliche Erträge

Die **sonstigen betrieblichen Erträge** des Konzerns betragen 342 TEUR und lagen um 1.126 TEUR unter Vorjahresniveau

(2015: 1.468 TEUR). Dies ist hauptsächlich auf die im Vorjahr verzeichneten positiven Sondereffekte in Höhe von insgesamt 969 TEUR zurückzuführen. Dazu zählten insbesondere Erträge aus einem außergerichtlichen Vergleich in Höhe von 750 TEUR sowie aus der Ausbuchung verjährter Verbindlichkeiten in Höhe von 192 TEUR.

Sonstige betriebliche Erträge (in TEUR)	2016	2015
Erträge aus der Ausbuchung nicht erhaltener Eingangrechnungen	69	67
Erträge aus der Weiterbelastung verauslagter Kosten	61	73
Erträge aus der Ausbuchung verjährter Verbindlichkeiten	57	181
Erträge aus der Ausbuchung von Personalverbindlichkeiten	46	12
Erträge aus der Vermietung von Büroräumen	14	20
Erträge aus Kursgewinnen und Währungsumrechnungen	12	117
Erträge aus dem Verkauf von Anlagevermögen	11	51
Ertrag eines außergerichtlichen Vergleichs	0	750
Erträge aus der Ausbuchung von sonstigen Verbindlichkeiten	0	110
Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen	0	21
Übrige Erträge	72	66
Gesamt	342	1.468

5.4 Materialaufwand

Die **Materialaufwendungen für bezogene Leistungen** stiegen um 1.084 TEUR auf 7.588 TEUR (2015: 6.504 TEUR) und enthalten hauptsächlich Kosten für die Infrastruktur zur Leistungserbringung sowie für anfallende Publisher-Vergütungen. Der Anstieg der Materialaufwendungen fiel damit, aufgrund neuer margenstarker Produkte sowie dem Anstieg des programmatischen Geschäfts, unterproportional zum Umsatzanstieg aus.

5.5 Personalaufwand

Der **Personalaufwand** lag mit 3.991 TEUR (2015: 3.922 TEUR) leicht über dem Niveau des Vorjahres.

Personalaufwand (in TEUR)	2016	2015
Löhne und Gehälter	3.410	3.360
Soziale Abgaben	581	562
Gesamt	3.991	3.922

In den **sozialen Abgaben** sind Beiträge in Höhe von 11 TEUR (2015: 13 TEUR) für Direktversicherungen sowie Beiträge

zur gesetzlichen/staatlichen Rentenversicherung (beitragsorientierter Plan) in Höhe von 179 TEUR (2015: 181 TEUR) enthalten.

Gegenüber dem Vorjahr reduzierte sich der durchschnittliche Personalbestand (ohne Vorstand) der YOC-Gruppe um 6 % auf 50 Mitarbeiter (2015: 53 Mitarbeiter).

Zum 31. Dezember 2016 beschäftigte die YOC-Gruppe 48 festangestellte Mitarbeiter (2015: 52 Mitarbeiter).

Mitarbeiteranzahl	2016	2015
Im Jahresdurchschnitt	50	53
Zum Jahresende	48	52

Konsequenterweise stieg die Produktivität aufgrund des gestiegenen Umsatzes bei gleichzeitig verringerter durchschnittlicher Mitarbeiteranzahl von 184 TEUR auf 239 TEUR Umsatz je Mitarbeiter (+30 %) an.

5.6 Sonstige betriebliche Aufwendungen

Die **sonstigen betrieblichen Aufwendungen** liegen mit 2.032 TEUR um 78 TEUR unter Vorjahresniveau (2015: 2.110 TEUR).

Sonstige betriebliche Aufwendungen (in TEUR)	2016	2015
Laufende Kosten des Geschäftsbetriebs	559	582
Marketing, Kommunikation, Mediaschaltung	489	404
Rechts- und Beratungskosten	287	455
Fremdarbeiten	192	105
Reisekosten	126	124
Währungsdifferenzen	107	42
Recruiting- und Fortbildungskosten	83	97
Kosten der Börsennotierung	49	43
Wertberichtigungen auf Forderungen	18	39
Übrige betriebliche Aufwendungen	122	219
Gesamt	2.032	2.110

Die Position der **laufenden Kosten des Geschäftsbetriebs** reduzierten sich geringfügig um 23 TEUR auf 559 TEUR (2015: 582 TEUR). Für die Reduktion der Kosten sind die Mieten und die dazugehörigen Nebenkosten aller Standorte in Höhe von 310 TEUR (2015: 333 TEUR) verantwortlich.

Weitere wesentliche Positionen innerhalb der laufenden Kosten des Geschäftsbetriebs stellen die Aufwendungen für Versicherungen, Beiträge und Abgaben in Höhe von

111 TEUR (2015: 80 TEUR), die Aufwendungen für Reparaturen, Wartung und Instandhaltung von Betriebs- und Geschäftsausstattung und Software in Höhe von 52 TEUR (2015: 68 TEUR) sowie die Aufwendungen für Servermieten in Höhe von 35 TEUR (2015: 35 TEUR) dar.

Die Position **Marketing, Kommunikation, Mediaschaltung** in Höhe von 489 TEUR (2015: 404 TEUR) beinhaltet in erster Linie Kosten für Marketing und Öffentlichkeitsarbeit. Der Anstieg ist unter anderem auf eine höhere Präsenz auf Branchenmessen zurückzuführen.

Rechts- und Beratungskosten konnten im Vergleich zum Vorjahr um 168 TEUR auf 287 TEUR (2015: 455 TEUR) gesenkt werden. Dazu zählen insbesondere Rechtsberatungskosten mit 53 TEUR (2015: 168 TEUR), externe Buchführungskosten sowie Kosten für die Jahresabschlusserstellung und -prüfung mit insgesamt 166 TEUR (2015: 163 TEUR). Die erhöhten Steuerberatungskosten in Höhe von 80 TEUR im Vorjahr resultierten aus einer steuerlichen Außenprüfung. Im Geschäftsjahr 2016 beliefen sich die Kosten hierfür auf 22 TEUR. Die Kosten für sonstige Beratungsleistungen blieben mit 45 TEUR (2015: 44 TEUR) nahezu unverändert.

Aus **Währungsumrechnungen** resultierende Kursverluste stiegen um 65 TEUR auf 107 TEUR (2015: 42 TEUR) an. Die **übrigen betrieblichen Aufwendungen** beinhalten unter anderem Aufwendungen aus der Vergütung des Aufsichtsrats in Höhe von 73 TEUR (2015: 70 TEUR).

5.7 Zinsen

Die **Zinsen aus langfristigen Verbindlichkeiten** enthalten größtenteils Zinsaufwendungen aus Gesellschafterdarlehen. Die Zinsaufwendungen aus langfristigen Verbindlichkeiten beinhalten keinen Betrag, der auf langfristiges Finanzierungsleasing entfällt.

Zinsergebnis (in TEUR)	2016	2015
Zinsaufwendungen aus langfristigen Verbindlichkeiten	68	21
Zinsaufwendungen	68	21
Zinsergebnis	-68	-21

5.8 Steuern vom Einkommen und vom Ertrag

Der **Steueraufwand** des Geschäftsjahres 2016 setzt sich wie folgt zusammen:

Steuern vom Einkommen und vom Ertrag (in TEUR)	2016	2015
Tatsächliche Ertragsteuern		
Tatsächliche Ertragsteuern Inland	0	0
Tatsächliche Ertragsteuern Ausland	89	57
Gesamt Tatsächliche Ertragsteuern	89	57
Latente Steuern		
Latente Steuern Inland	0	0
Latente Steuern Ausland	0	1
Gesamt Latente Steuern	0	1
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag gesamt	89	58

Die **tatsächlichen Ertragsteuern** setzen sich aus Körperschaftsteuer, Gewerbesteuer, Solidaritätszuschlag sowie den ausländischen Einkommen- und Ertragsteuern zusammen.

Die erfolgswirksam erfassten latenten Steuern gliedern sich wie folgt:

Erfolgswirksam erfasste latente Steuern (in TEUR)	2016	2015
Aus temporären Differenzen	56	8
Aus Verlustvorträgen und Steuergutschriften	-56	-7
Erfolgswirksam erfasste latente Steuern gesamt	0	1

Der erwartete Steueraufwand ergibt sich aus der Multiplikation des Konzernergebnisses vor Steuern mit dem Steuersatz der Muttergesellschaft in Höhe von 30,25 % (2015: 30,21 %). Der relevante Steuersatz berechnet sich nach den zum Abschlussstichtag gültigen steuerlichen Vorschriften. Die Körperschaftsteuer, der Solidaritätszuschlag und die Gewerbesteuer werden entsprechend berücksichtigt.

Die Bilanzierung latenter Steuern für deutsche Sachverhalte erfolgt unter Verwendung eines Körperschaftsteuersatzes von 15 % sowie eines Solidaritätszuschlages von 5,5 %. Der Gewerbesteuersatz berechnet sich aus 3,5 % Messzahl und dem jeweiligen gemeindespezifischen Hebesteuersatz.

Die folgende Tabelle zeigt die Überleitungsrechnung vom erwarteten zum tatsächlich ausgewiesenen Steueraufwand für den Gesamtkonzern:

Überleitungsrechnung	2016		2015	
	TEUR	%	TEUR	%
Ergebnis vor Steuern	-1.610		-1.453	
Relevanter Steuersatz		30		30
Erwarteter Steueraufwand	-487		-439	
Änderungen aus Abweichungen der steuerlichen Bemessungsgrundlage				
Steuerfreie Erträge, Steuerfrei-beträge und Vergünstigungen	-6		-8	
Steuerlich nicht abzugsfähige Aufwendungen	49		146	
Steuerliche Auswirkungen auf Konzernebene				
Entkonsolidierung	0		53	
Steuersatzabweichungen				
Auswirkungen abweichender ausländischer Steuersätze	21		6	
Ansatz und Bewertung aktiver latenter Steuern				
Wertberichtigung latenter Steuern auf Verlustvorträge	0		135	
Nicht-Ansatz aktiver latenter Steuern auf Verlustvorträge	515		109	
Nutzung nicht latenzierter Verlustvorträge	0		-6	
Zuschreibung latenter Steuern auf bisherige nichtaktivierte temporäre Differenzen/ Verlustvorträge	-9		0	
Veränderung von permanenten Differenzen				
Veränderung von permanenten Differenzen	7		0	
Steuersatzänderungen auf latente Steuern				
Steuersatzänderungen auf latente Steuern	0		39	
Sonstiges				
Sonstiges	-1		23	
Tatsächlicher Steueraufwand gemäß GuV	89		58	

Es wurden folgende aktive und passive latente Steuern auf Differenzen sowie auf Verlustvorträge gebildet:

Aktive/Passive latente Steuern (in TEUR)	2016		2015	
	Aktive latente Steuern	Passive latente Steuern	Aktive latente Steuern	Passive latente Steuern
Immaterielle Vermögenswerte	1	56	2	7
Sachanlagen	0	0	0	0
Virtuelle Aktienoptionen	53	0	0	0
Steuerliche Verlustvorträge	3	0	7	0
Summe	57	56	9	7
Saldierungen	-56	-56	-7	-7
Bilanzansatz	1	0	2	0

Latente Steuern auf Bilanzposten bei den ausländischen Beteiligungen werden unter Beachtung der für die jeweilige Gesellschaft geltenden steuerlichen Verhältnisse angesetzt. Latente Steuern auf steuerliche Verlustvorträge werden unter Berücksichtigung der künftigen Realisierbarkeit angesetzt.

Zum 31. Dezember 2016 sind aktive latente Steuern auf steuerliche Verlustvorträge aus Körperschaftsteuer in Höhe von 13.748 TEUR (2015: 13.780 TEUR) und aus Gewerbesteuer in Höhe von 12.672 TEUR (2015: 12.718 TEUR) nicht angesetzt. Durch die im Berichtszeitraum abgeschlossene steuerliche Außenprüfung für die deutschen Gruppengesellschaften hat sich eine Minderung der steuerlichen Verlustvorträge in Höhe von 1.519 TEUR EUR zum 01. Januar 2016 ergeben.

Bei ausländischen Tochtergesellschaften sind latente Steuern auf steuerliche Verlustvorträge in Höhe von 3.471 TEUR (2015: 3.085 TEUR) nicht angesetzt. Zum Bilanzstichtag sind keine Steuerforderungen (2015: 0 TEUR) bilanziert.

Die Steuerschulden belaufen sich zum 31. Dezember 2016 auf 23 TEUR (2015: 49 TEUR).

5.9 Ergebnis nicht fortgeführte Geschäftsbereiche

Die Ertragsbestandteile der Discontinued Operations setzen sich zum 31. Dezember 2015 wie folgt zusammen:

Ergebnis Discontinued Operations (in TEUR)	2015
Erträge	302
Aufwendungen	317
Bruttoergebnis vom Umsatz	-15
Abschreibungen	1
Ergebnis vor Steuern	-16
Steuern	0
Ergebnis nach Steuern	-16
Ergebnis Entkonsolidierung	-37
Ergebnis insgesamt	-53

Die Erträge und Aufwendungen resultierten insbesondere aus dem im Geschäftsjahr 2014 veräußerten Geschäftsbereich Affiliate Marketing. Das Ergebnis der Entkonsolidierung betraf vor allem die Entkonsolidierung der YOC France SAS zum 31. Dezember 2015.

5.10 Ergebnis je Aktie

Das Grundkapital ist zum 31. Dezember 2016 in 3.292.978 auf den Inhaber lautende Stückaktien (Vorjahr: 3.112.473 Stück) mit einem rechnerischen Anteil am Grundkapital von 1,00 Euro je Aktie aufgeteilt.

Bei der Berechnung des unverwässerten Ergebnisses je Aktie wird das den Inhabern von Stammaktien der YOC AG zuzurechnende Ergebnis durch die gewichtete durchschnittliche Anzahl von Stammaktien, die sich während des Jahres im Umlauf befinden, geteilt.

Im Geschäftsjahr 2016 betrug die gewichtete durchschnittliche Anzahl an Aktien zur Berechnung des unverwässerten Ergebnisses je Aktie 3.236.832 Stück (2015: 3.027.343 Stück).

Eine verwässernde Wirkung durch die im Rahmen des Aktienoptionsprogramms ausgereichten Aktienoptionen ist im Geschäftsjahr 2016 nicht eingetreten, da sie den Verlust je Aktie verringern würden.

5.11 Segmentberichterstattung

Die Segmentberichterstattung erfolgt auf Grundlage der internen Managementstruktur. Mit dem Beginn des neuen Geschäftsjahres 2016 wurde eine veränderte Darstellung der Segmentberichterstattung aufgrund der Umstellung interner

Reporting-Strukturen vorgenommen. Die Vorjahreswerte wurden ebenfalls entsprechend angepasst.

Der Konzern gliedert sich demnach in folgende berichtspflichtige Geschäftssegmente:

1. Region Mittel- und Osteuropa (bisher D-A-CH)
2. Region Restliches Europa

Zur Bildung der vorstehenden berichtspflichtigen Geschäftssegmente werden die Segmente Deutschland, Österreich und Schweiz sowie seit dem ersten Quartal 2016 Polen im Segment Mittel- und Osteuropa (bisher D-A-CH) sowie Großbritannien und Spanien im Segment Restliches Europa zusammengefasst, da sie vergleichbare wirtschaftliche Merkmale (unter anderem hinsichtlich Wachstumsdynamik und Rohertragsmargen) aufweisen und auch hinsichtlich ihrer Produkte, Dienstleistungen, Kunden, Prozesse und Vertriebsmethoden vergleichbar sind.

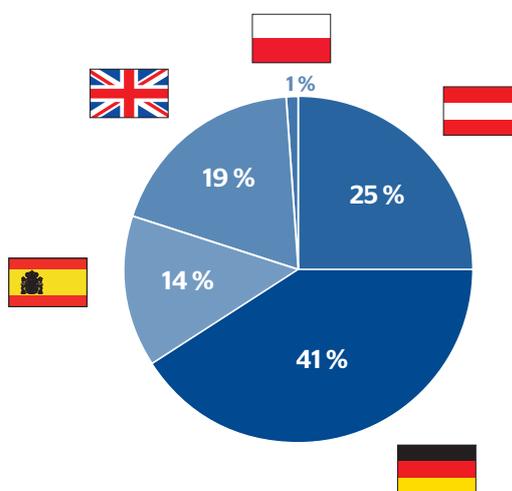
Frankreich war im Vorjahr noch im Segment Restliches Europa enthalten und ist mit der Entkonsolidierung der YOC France SAS zum 31. Dezember 2015 ausgeschieden.

Die Umsatzerlöse werden auf Basis der von den Landesgesellschaften in den jeweiligen Ländern erzielten Umsätze ermittelt. Innenumsätze zwischen den Segmenten sind überwiegend Verauslagungen und werden ohne Aufschläge weiterberechnet.

Innenumsätze innerhalb der jeweiligen Segmente werden entsprechend eliminiert.

Der Bereich Corporate Functions beinhaltet Erträge und Aufwendungen, die in der Muttergesellschaft anfallen und keinem Geschäftssegment direkt zuordenbar sind, insbesondere Umlagen und Holdingkosten.

Die Umsatzanteile je Region stellen sich im Berichtszeitraum wie folgt dar:



Die folgende Tabelle zeigt die Ergebnisse der einzelnen Segmente. Als Ergebnisgröße wird dabei gemäß der internen Berichtsstruktur das EBITDA herangezogen:

Segmentberichterstattung (in TEUR)	Mittel- und Osteuropa	Restliches Europa	Corporate Functions	Konsolidierung	YOC-Gruppe
01.01.2016 - 31.12.2016					
Umsatz	8.352	3.607	0	0	11.960
Innenumsatz	237	350	0	-588	0
Gesamtumsatz	8.589	3.958	0	-588	11.960
Aktiviere Eigenleistungen	0	0	184	0	184
Sonstiger betrieblicher Ertrag	258	20	1.135	-1.071	342
Gesamtleistung	8.848	3.978	1.319	-1.659	12.486
Materialaufwand	5.601	2.675	0	-688	7.588
Personalaufwand	1.458	927	1.607	0	3.991
Sonstiger betrieblicher Aufwand	1.249	802	887	-906	2.032
EBITDA	540	-426	-1.175	-64	-1.126
01.01.2015-31.12.2015 (angepasst)					
Umsatz	6.350	3.385	0	0	9.735
Innenumsatz	177	54	0	-231	0
Gesamtumsatz	6.527	3.439	0	-231	9.735
Aktiviere Eigenleistungen	0	0	230	0	230
Sonstiger betrieblicher Ertrag	126	168	1.821	-647	1.468
Gesamtleistung	6.653	3.606	2.050	-877	11.432
Materialaufwand	4.351	2.423	0	-270	6.504
Personalaufwand	1.219	1.078	1.625	0	3.922
Sonstiger betrieblicher Aufwand	665	732	1.322	-608	2.110
EBITDA	417	-626	-897	1	-1.104

Das operative Ergebnis in der Region Mittel- und Osteuropa zeigt sich aufgrund des Umsatzwachstums in Höhe von 32 % auf 8.589 TEUR (Vorjahr: 6.527 TEUR) im aktuellen Jahr sowie der konsequent umgesetzten Einsparungen auf der Kostenseite entsprechend verbessert.

Bedingt durch Anlaufverluste der Mobile Performance Marketing Unit sowie der Region Polen fiel der Anstieg des operativen Ergebnisses um 123 TEUR auf insgesamt 540 TEUR (Vorjahr: 417 TEUR) moderat aus.

In der Region Restliches Europa konnte die spanische Tochtergesellschaft ein deutliches Umsatzwachstum im Vergleich zum Vorjahr verzeichnen. In Großbritannien verlief hingegen die Geschäftsentwicklung insbesondere im ersten Halbjahr 2016 noch nicht zufriedenstellend. Allerdings zeigte die positive Entwicklung im Schlussquartal, dass die hier getroffenen Personalmaßnahmen sowie die konsequente Einführung programmatischer Produkte Wirkung zeigen und somit Fortschritte auf der Umsatz- und Ergebnisseite realisiert werden konnten.

Die Umsatzerlöse des Segments stiegen um 15 % auf 3.958 TEUR (Vorjahr: 3.439 TEUR). Infolgedessen verbesserte sich auch das EBITDA um 200 TEUR auf -426 TEUR (Vorjahr: -626 TEUR).

Das EBITDA lässt sich wie folgt auf das Ergebnis nach Steuern überleiten:

Überleitungsrechnung (in TEUR)	2016	2015
EBITDA	-1.126	-1.104
Abschreibungen und Wertminderungen	-416	-276
Finanzergebnis	-68	-21
Ergebnis vor Steuern	-1.610	-1.401
Steuern	-90	-61
Ergebnis aus nicht fortgeführten Geschäftsbereichen	0	-53
Ergebnis nach Steuern	-1.699	-1.514

Zum 31. Dezember 2016 betragen die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen in der Region Mittel- und Osteuropa 1.265 TEUR (Vorjahr: 929 TEUR) sowie 1.403 TEUR (Vorjahr: 1.064 TEUR) in der Region Restliches Europa. Daneben belaufen sich die Verbindlichkeiten in der Region Mittel- und Osteuropa auf 3.252 TEUR (Vorjahr: 3.004 TEUR) sowie in der Region Restliches Europa auf 2.205 TEUR (Vorjahr: 1.985 TEUR).

5.12 Sonstiges Ergebnis

Das sonstige Ergebnis enthält im Geschäftsjahr 2016 Veränderungen aus Währungsumrechnungen in Höhe von 135 TEUR (2015: -110 TEUR).

6. Erläuterungen zu den einzelnen Bilanzposten

6.1 Sachanlagen

Die **Sachanlagen** umfassen im Wesentlichen Betriebs- sowie Geschäftsausstattung und IT-Infrastruktur wie beispielsweise Server-Systeme.

Zum 31. Dezember 2016 weist die Konzernbilanz Sachanlagen in Höhe von 97 TEUR (2015: 77 TEUR) aus. Die planmäßigen Abschreibungen auf Sachanlagen betragen für das Geschäftsjahr 50 TEUR (2015: 77 TEUR). Verfügungsbeschränkungen oder Restriktionen für einzelne Sachanlagen liegen nicht vor.

Ebenso sind keine Sachanlagen verpfändet oder in anderer Art und Weise als Sicherheit gegeben worden.

Die Entwicklung der Sachanlagen im Geschäftsjahr 2016 stellt sich wie folgt dar:

Entwicklung der Sachanlagen (in TEUR)

Anschaffungskosten	
per 01.01.2015	1.149
Veränderungen Konsolidierungskreis	-10
Zugänge	41
Abgänge	251
Währungseffekte	1
per 31.12.2015	931
Abschreibungen	
per 01.01.2015	1.004
Veränderungen Konsolidierungskreis	-10
Zugänge	77
Abgänge	218
Währungseffekte	1
per 31.12.2015	854
Nettobuchwert am 31.12.2015	77
Anschaffungskosten	
per 01.01.2016	931
Veränderungen Konsolidierungskreis	0
Zugänge	72
Abgänge	20
Währungseffekte	-3
per 31.12.2016	981
Abschreibungen	
per 01.01.2016	854
Veränderungen Konsolidierungskreis	0
Zugänge	50
Abgänge	18
Währungseffekte	-3
per 31.12.2016	884
Nettobuchwert am 31.12.2016	97

6.2 Immaterielle Vermögenswerte

Die bereits fertiggestellten Teile der selbst erstellten Software werden planmäßig linear über eine Nutzungsdauer von drei Jahren abgeschrieben.

Zum 31. Dezember 2016 betragen die verbleibenden Nutzungsdauern zwischen 1,0 bis 3,0 Jahren (2015: zwischen 1,0 bis 3,0 Jahren).

Die planmäßigen Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte betragen für das Geschäftsjahr 298 TEUR (2015: 199 TEUR). Zudem erfolgte eine einmalige Wertminderung in Höhe von 67 TEUR (2015: 0 TEUR).

Verfügungsbeschränkungen oder Restriktionen für einzelne immaterielle Vermögenswerte liegen nicht vor. Ebenso sind keine immateriellen Vermögenswerte verpfändet oder als Sicherheit gegeben worden.

Die Entwicklung der immateriellen Vermögenswerte stellt sich wie folgt dar:

Entwicklung der immateriellen Vermögenswerte (in TEUR)	Selbst erstellte Software	Webseiten und Markenrechte	Erworbene Software und Lizenzen	Kundenstämme	Gesamt
Anschaffungskosten					
per 01.01.2015	1.716	98	435	2.325	4.573
Veränderungen	0	0	-7	-2.186	-2.193
Zugänge	490	0	0	0	490
Umbuchungen	-197	0	0	0	-197
per 31.12.2015	2.009	98	428	139	2.673
Abschreibungen					
per 01.01.2015	1.242	85	419	2.325	4.071
Veränderungen	0	0	-7	-2.186	-2.193
Zugänge	196	3	0	0	199
per 31.12.2015	1.438	88	412	139	2.077
Nettobuchwert am 31.12.2015	570	10	16	0	596
Anschaffungskosten					
per 01.01.2016	2.009	98	428	139	2.673
Zugänge	208	0	0	0	208
Abgänge	0	0	10	0	10
per 31.12.2016	2.217	98	438	139	2.891
Abschreibungen					
per 01.01.2016	1.438	88	412	139	2.077
Zugänge	291	4	3	0	298
Abgänge	0	0	10	0	10
Wertminderungen	67	0	0	0	67
per 31.12.2016	1.796	92	405	139	2.433
Nettobuchwert am 31.12.2016	420	5	33	0	457

6.3 Forderungen und sonstige Vermögenswerte

Forderungen aus Lieferungen und Leistungen valutieren zum 31. Dezember 2016 bei 2.669 TEUR (2015: 1.993 TEUR) und setzen sich folgendermaßen zusammen:

Forderungen aus Lieferungen und Leistungen (in TEUR)	2016	2015
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen vor Wertberichtigungen	2.684	2.044
Einzelwertberichtigungen	-16	-51
Gesamt	2.669	1.993

Die Wertberichtigungen, die auf Forderungen aus Lieferungen und Leistungen gebildet wurden, haben sich wie folgt entwickelt:

Entwicklung der Wertberichtigungen (in TEUR)	2016	2015
Stand am 01.01.	51	36
Zuführungen	16	43
Inanspruchnahmen	-51	-28
Stand zum 31.12.	16	51

Das Forderungsmanagement trägt durch eine kontinuierliche Analyse des Forderungsbestands einer ausgeglichenen Altersstruktur der Forderungen Rechnung. Eine Detailanalyse erfolgt bei Forderungen, die älter als 60 Tage sind.

Sollten Hinweise auf die Notwendigkeit einer Einzelwertberichtigung bereits früher vorliegen, werden die betroffenen Forderungen entsprechend wertgemindert.

Die folgende Tabelle zeigt die Analyse der Altersstruktur der zum Stichtag im Bestand befindlichen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen:

Fälligkeitsanalyse Forderungen aus Lieferungen und Leistungen (in TEUR)	2016	2015
bis 30 Tage*	2.279	1.934
31 Tage bis 90 Tage	246	48
91 Tage bis 180 Tage	120	6
ab 181 Tage	24	5
zum 31.12. fällige wertberichtigte Forderungen	16	51
Gesamtbestand der Forderungen	2.684	2.045

* davon sind zum 31.12.2016 Forderungen in Höhe von 1.721 TEUR (2015: 1.299 TEUR) weder fällig noch wertgemindert.

In den **sonstigen Vermögenswerten** in Höhe von 124 TEUR (2015: 331 TEUR) sind hauptsächlich Forderungen gegenüber dem Finanzamt aus Umsatzsteuer in Höhe von 66 TEUR (2015: 0 TEUR), aus Vorauszahlungen in Höhe von 28 TEUR (2015: 77 TEUR) sowie geleistete Kautionen in Höhe von 27 TEUR (2015: 45 TEUR) enthalten. Die Vorauszahlungen sind unter anderem für Versicherungen, Mitgliedsbeiträge, Mieten und Lizenzen geleistet worden.

Im Vorjahr waren Forderungen gegen den Käufer des Geschäftsbereichs Affiliate Marketing aus einer Betriebsprüfung in Höhe von 186 TEUR enthalten, welche im Berichtsjahr in vollständiger Höhe realisiert werden konnten.

Wertminderungen von sonstigen Vermögenswerten haben sich nicht ergeben.

Sämtliche Forderungen und sonstige Vermögenswerte sind kurzfristige Posten. Besondere Ausfallrisiken oder Konzentrationen von Ausfallrisiken bei den Forderungen der YOC-Gruppe bestehen nicht. Die oben dargestellten Buchwerte spiegeln das maximale Ausfallrisiko des Konzerns für solche Forderungen und sonstige Vermögenswerte wider.

6.4 Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten und Schecks

Die **liquiden Mittel** umfassen sämtliche Bank- und Kassenbestände sowie kurzfristige Festgeldanlagen und Schecks in Höhe von insgesamt 660 TEUR (2015: 870 TEUR). Bankkonten, die in Fremdwährungen geführt werden, wurden zum Stichtagskurs umgerechnet.

Zum 31. Dezember 2016 waren keine liquiden Mittel als Sicherheit gegeben worden. Eine durch die Hausbank gewährte Kreditlinie in Höhe von 80 TEUR wurde zum Bilanzstichtag nicht in Anspruch genommen.

6.5 Eigenkapital

Am 19. April 2016 beschlossen Vorstand und Aufsichtsrat der YOC AG eine Kapitalerhöhung aus dem genehmigten Kapital gegen Bareinlagen im Umfang von 180.505 neuen Stückaktien unter Ausschluss des Bezugsrechts der bestehenden Aktionäre. Mit einem Ausgabepreis von 2,77 EUR je Aktie erzielte die Gesellschaft einen Bruttoemissionserlös in Höhe von 500 TEUR.

Die **Anzahl der Aktien der Gesellschaft** beträgt nach der Kapitalerhöhung 3.292.978 Stück (2015: 3.112.473). Von den 3.292.978 Stückaktien mit einem rechnerischen Anteil am Grundkapital von 1,00 EUR werden 4.000 Stück von der YOC AG als eigene Aktien gehalten (siehe hierzu Erläuterungen weiter unten). Der Ausweis der eigenen Aktien erfolgt als Absetzung vom Eigenkapital.

In der ordentlichen Hauptversammlung am 08. Juli 2016 wurde ein neues genehmigtes Kapital beschlossen, wonach der Vorstand ermächtigt ist, mit Zustimmung des Aufsichtsrats bis zum 07. Juli 2021 das Grundkapital der Gesellschaft durch Ausgabe neuer Aktien gegen Bar- und/oder Sacheinlagen einmalig oder mehrmals um nominal bis zu 1.646.489 Euro zu erhöhen.

Die nachfolgende Tabelle zeigt die Aktionärsstruktur der YOC AG zum 31. Dezember 2016:

Anteilseigner der YOC AG	Beteiligungen in %
Vorstand ¹	18,45
Aufsichtsrat	1,04
DIH Deutsche Industrie Holding GmbH	9,36
Dr. Bernhard Heiss	9,12
Institutionelle Investoren	7,60
Euroweb Beteiligung GmbH	5,00
Karl J. Kraus	3,29
YOC AG (eigene Aktien)	0,12
Free float	46,02
Gesamt	100,0

¹ Die Beteiligung der dkam GmbH ist Herrn Dirk Kraus zuzurechnen.

Im Geschäftsjahr 2009 wurde ein bedingtes Kapital geschaffen, um dem Management und Mitarbeitern der Gesellschaft und ihrer verbundenen Unternehmen erstmalig Bezugsrechte im Rahmen eines Aktienoptionsprogrammes zu gewähren.

Vom Gesamtvolumen in Höhe von 175.000 der möglichen Bezugsrechte dürfen 115.500 Stückaktien, das heißt bis zu 66 % des Gesamtvolumens, an Mitglieder des Vorstands der YOC AG gewährt werden (letztmalig 2012). Mitarbeitern der YOC AG sowie Mitarbeitern verbundener Unternehmen durften insgesamt 59.500 Stückaktien, das heißt bis zu 34 % des Gesamtvolumens, gewährt werden. Jedes Bezugsrecht berechtigt zum Bezug einer Stückaktie der YOC AG zum Ausübungspreis.

Der Ausübungspreis entspricht 100 % des ungewichteten durchschnittlichen Xetra-Schlusskurses der YOC-Aktie an den letzten acht Börsenhandelstagen vor Beginn des Erwerbszeitraums, in dem die Bezugsrechte gewährt werden, mindestens aber dem Schlusskurs der Aktie am Tag der Ausgabe der Bezugsrechte. Die Bezugsrechte dürfen ausschließlich während bestimmter Ausübungszeiträume ausgeübt werden, erstmalig jedoch frühestens drei Jahre ab Gewährung, letztmalig im Jahr 2017.

Die Ausübung der Bezugsrechte ist dabei an eine Steigerung des Börsenkurses der YOC-Aktie im dritten Jahr seit der jeweiligen Ausgabe der Bezugsrechte von mindestens 15 %, im vierten Jahr von mindestens 20 % und im fünften Jahr von mindestens 25 % gebunden. Zudem muss der Ausübende seit Gewährung der Bezugsrechte in einem ungekündigten Anstellungsverhältnis mit der YOC AG oder einem ihrer verbundenen Unternehmen

stehen. Das Recht zur Ausübung der Bezugsrechte bleibt dann erhalten, wenn die Beendigung des Anstellungsverhältnisses auf einer dauerhaften Erkrankung, Erwerbsunfähigkeit, Ruhestand, der einvernehmlichen Aufhebung des Anstellungsverhältnisses oder aufgrund von Elternzeit beruht.

Im Falle eines Übernahmeangebots für die Aktien der YOC AG nach §§29.35 WpÜG können die Bezugsrechte in einem zusätzlichen Ausübungszeitraum ausgeübt werden, sofern die gesetzliche Wartefrist von zwei Jahren gewahrt bleibt. Die nachfolgende Tabelle veranschaulicht die Anzahl und die gewichteten durchschnittlichen Ausübungspreise (GDAP) in Euro sowie die Entwicklung der Aktienoptionen während des Geschäftsjahres:

	2016		2015	
	Anzahl	GDAP	Anzahl	GDAP
Zu Beginn der Periode ausstehend	36.000	16,09	44.250	17,69
In der Periode verwirkt	0	0,00	4.125	16,11
In der Periode verfallen	16.000	27,00	4.125	33,22
Zum Ende der Periode ausstehend	20.000	7,37	36.000	16,09
Zum Ende der Periode ausübbar	0	0,00	0	0,00

Zum 31. Dezember 2016 beläuft sich die gewichtete durchschnittliche Vertragsrestlaufzeit auf 0,0 Jahre (2015: 0,0 Jahre) und der gewichtete durchschnittliche beizulegende Zeitwert der Optionen auf 3,00 EUR (2015: 6,22 EUR). Der Ausübungspreis für die im September des aktuellen Geschäftsjahres auslaufenden Optionen liegt bei 7,37 EUR.

Der beizulegende Zeitwert der Aktienoptionen ermittelt sich durch eine Monte-Carlo-Simulation unter Zugrundelegung folgender Annahmen:

	Optionen September 2012
Erwartete Dividendenrendite	0%
Zinssatz risikoloser Anlagen	0,47%
Erdienungszeitraum (in Jahren)	3,3
Volatilität	50%

Die Volatilität wurde in den Vorjahren anhand historischer Aktienkursbewegungen einer Gruppe von Unternehmen, die mit der YOC AG vergleichbar sind, ermittelt. Bisher wurden aus dem im Geschäftsjahr 2009 aufgesetzten Aktienoptionsprogramms noch keine Optionen ausgeübt.

Gemäß Beschluss der Hauptversammlung vom 25. August 2015 ist das Grundkapital der Gesellschaft um bis zu 1.000.000 EUR durch Ausgabe von bis zu 1.000.000 neuen, auf den Inhaber lautenden Stückaktien bedingt erhöht. Die bedingte Kapitalerhöhung dient der Gewährung von Aktien an Inhaber beziehungsweise Gläubiger von Wandelschuld-

verschreibungen sowie an Inhaber von Optionsrechten aus Optionsschuldverschreibungen, die aufgrund Ermächtigung bis 24. August 2020 ausgegeben werden können.

Die bedingte Kapitalerhöhung wird nur insoweit ausgeführt, wie von den Options- bzw. Wandelschuldverschreibungen tatsächlich Gebrauch gemacht wird oder Wandlungspflichten aus solchen Schuldverschreibungen erfüllt werden und soweit nicht andere Erfüllungsformen zur Bedienung eingesetzt werden.

Zum 31. Dezember 2016 umfasst die **Kapitalrücklage** einen Betrag in Höhe von 20.649 TEUR (2015: 20.381 TEUR). Die Veränderung der Kapitalrücklage ergibt sich im Berichtsjahr aus dem Agio der im April 2016 durchgeführten Kapitalerhöhung abzüglich der Transaktionskosten sowie aus der Umbuchung des ausgelaufenen Teils des Aktienprogramms aus dem Jahre 2009 in die Gewinnrücklage in Höhe von 23 TEUR (2015: 28 TEUR).

Die **Gewinnrücklagen** zeigen die kumulativen Ergebnisse der abgelaufenen Geschäftsjahre und weisen zum 31. Dezember 2016 einen Betrag in Höhe von -27.383 TEUR (2015: -25.707 TEUR) aus. Die Veränderung zum Vorjahr resultiert zum einen aus dem Jahresergebnis in Höhe von -1.699 TEUR sowie der Umbuchung des ausgelaufenen Teils des Aktienoptionsprogramms aus der Kapitalrücklage in Höhe von 23 TEUR (2015: 28 TEUR).

Im Geschäftsjahr 2016 hält die YOC AG unverändert zum Vorjahr 4.000 Stück **eigene Aktien**, bewertet zu durchschnittlich 12,56 EUR je Aktie, im Bestand.

6.6 Rückstellungen

Die **Rückstellungen** setzen sich folgendermaßen zusammen:

Rückstellungen (in TEUR)	Stand 01.01.16	Auflösung	Zuführung	Stand 31.12.16
Archivierungsrückstellungen	35	0	22	57
Sonstige Rückstellungen	42	0	133	175
Gesamt	77	0	155	232

Zum 31. Dezember 2016 weist die YOC-Gruppe Rückstellungen in Höhe von insgesamt 232 TEUR (2015: 77 TEUR) aus. Diese beinhalten langfristige Rückstellungen für Archivierung sowie für das im Geschäftsjahr 2014 aufgelegte Virtuelle Aktienoptionsprogramm für Vorstand, Führungskräfte und Mitarbeiter.

Die Archivierungsrückstellung ergibt sich aus der Pflicht der Aufbewahrung von Unternehmensunterlagen. Die Abzinsung erfolgt anhand der von der Bundesbank ver-

öffentlichen Zinssätze für die jeweiligen Restlaufzeiten. Dieser beträgt in 2016 durchschnittlich 2,1 % (2015: 3 %).

Im Rahmen des im September 2014 aufgelegten Virtuellen Aktienoptionsprogramms (anteilsbasierte Vergütungen mit Barausgleich) wurden bis Ende 2016 insgesamt 100.000 virtuelle Optionen (2015: 95.000) an Mitarbeiter und Vorstand ausgegeben. Virtuelle Optionen können erstmalig in 2014 und letztmalig in 2017 gewährt werden.

Die Ausübung setzt voraus, dass die Wartefrist von drei Jahren ab Gewährung abgelaufen ist und der Aktienkurs 25 % höher liegt als bei Zuteilung sowie mindestens 5,00 EUR beträgt. Die virtuellen Optionen sind innerhalb von zwölf Monaten nach Ablauf der Wartefrist auszuüben.

Nach Ablauf von drei Jahren werden die Optionen unverfallbar.

Der beizulegende Zeitwert zum 31. Dezember 2016 beläuft sich je Option auf 2,45 EUR und wurde durch Anwendung des Black-Scholes-Modells unter Zugrundelegung folgender Annahmen ermittelt: Erwartete Dividendenrendite 0 %, Zinssatz risikoloser Anlagen -0,76 %, Erdienungszeitraum ein Jahr sowie erwartete Volatilität 150 %.

6.7 Verbindlichkeiten

Zum 31. Dezember 2016 betragen die **Verbindlichkeiten** der YOC-Gruppe insgesamt 7.542 TEUR (2015: 6.383 TEUR). Sie umfassen erhaltene Anzahlungen, Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen, Steuerverbindlichkeiten, sonstige Verbindlichkeiten sowie sonstige finanzielle Verbindlichkeiten.

Zum 31. Dezember 2016 bestehen **Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen** in Höhe von 2.491 TEUR (2015: 1.790 TEUR).

Die **sonstigen Verbindlichkeiten** zum 31. Dezember 2016 in Höhe von insgesamt 506 TEUR (2015: 687 TEUR) setzen sich wie folgt zusammen:

Sonstige Verbindlichkeiten (in TEUR)	2016		2015	
	Gesamt	davon kurzfristig	Gesamt	davon kurzfristig
Verbindlichkeiten aus Personalangelegenheiten	325	325	439	439
Verbindlichkeiten aus betrieblichen Steuern	163	163	230	230
Übrige sonstige Verbindlichkeiten	18	18	18	18
Gesamt	506	506	687	687

Die Verbindlichkeiten aus Personalangelegenheiten umfassen hauptsächlich Bonus- und Provisionsansprüche in Höhe von 182 TEUR (2015: 278 TEUR), Verbindlichkeiten aus Lohn- und Kirchensteuern und Sozialabgaben, Verpflichtungen gegenüber der Berufsgenossenschaft und Schwerbehindertenausgleichsabgabe in Höhe von insgesamt 107 TEUR (2015: 106 TEUR) sowie Verpflichtungen für nicht in Anspruch genommene Urlaubstage in Höhe von 36 TEUR (2015: 41 TEUR).

Die **sonstigen finanziellen Verbindlichkeiten** zum 31. Dezember 2016 in Höhe von insgesamt 4.326 TEUR (2015: 3.730 TEUR) beinhalten kurzfristige Verbindlichkeiten in Höhe von 3.346 TEUR (2015: 3.250 TEUR) und setzen sich wie folgt zusammen:

Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten (in TEUR)	2016		2015	
	Gesamt	davon kurzfristig	Gesamt	davon kurzfristig
Verbindlichkeiten aus nicht erhaltenen Eingangsrechnungen	3.225	3.225	3.170	3.170
Gesellschafterdarlehen	800	0	300	0
Übrige sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	301	121	260	80
Gesamt	4.326	3.346	3.730	3.250

Die Position der sonstigen finanziellen Verbindlichkeiten umfasst im aktuellen Geschäftsjahr vorwiegend die Verbindlichkeiten aus nicht erhaltenen Eingangsrechnungen. Darin enthalten sind Verpflichtungen für Abschluss- und Prüfungskosten der YOC AG in Höhe von 87 TEUR (2015: 95 TEUR).

Ferner sind Überzahlungen von Kunden in Höhe von 121 TEUR (2015: 69 TEUR) zu verzeichnen. Sicherungsbeziehungen werden nicht bilanziert.

6.8 Sonstige finanzielle Verpflichtungen

Zum 31. Dezember 2016 bestehen **finanzielle Verpflichtungen** für ausstehende Mietzahlungen aus Büromieten und Leasing von Betriebs- und Geschäftsausstattung.

Von den Leasingverpflichtungen aus Operating-Leasing (inkl. Mietaufwendungen) sind in den folgenden Jahren zu leisten:

Sonstige finanzielle Verpflichtungen (in TEUR)	2016	2015
	Bis 1 Jahr	147
1 – 5 Jahre	317	458
Über 5 Jahre	0	0
Gesamt	464	650

Mietfreie Zeiten werden bei Mietleasing linear über die Vertragslaufzeit als Verminderung der laufenden Mietaufwendungen erfasst. Im Geschäftsjahr 2016 belaufen sich die ergebniswirksam erfassten Mindestleasingzahlungen aus Operating-Leasingverhältnissen auf 303 TEUR (2015: 348 TEUR). Leasingverpflichtungen nach IFRIC 4 liegen nicht vor.

Zum 31. Dezember 2016 bestehen keine Verpflichtungen aus Finanzierungs-Leasingverhältnissen (2015: 0 TEUR).

6.9 Sonstige Angaben zu den Finanzinstrumenten

Die nachfolgende Tabelle zeigt die Buchwerte, die beizulegenden Zeitwerte, die Kategorisierung gemäß IAS 39 sowie die Fair-Value-Hierarchie der im Konzernabschluss erfassten finanziellen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten:

31.12.2016 (in TEUR)	Buchwert	Beizulegender Zeitwert	Bewertungskategorie gem. IAS 39 ¹⁾	Fair Value Hierarchie
Aktiva				
Zahlungsmittel	660	660	LaR	n/a
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	2.669	2.669	LaR	n/a
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	71	71	LaR	n/a
Passiva				
Festverzinsliche Darlehen	800	800	FLAC	Stufe 2
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2.491	2.491	FLAC	n/a
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	3.526	3.526	FLAC	n/a

31.12.2015 (in TEUR)	Buchwert	Beizulegender Zeitwert	Bewertungskategorie gem. IAS 39 ¹⁾	Fair Value Hierarchie
Aktiva				
Zahlungsmittel	870	870	LaR	n/a
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	1.993	1.993	LaR	n/a
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	331	331	LaR	n/a
Passiva				
Festverzinsliche Darlehen	300	300	FLAC	Stufe 2
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	1.790	1.790	FLAC	n/a
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	3.430	3.430	FLAC	n/a

1) AFs: zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte (available for sale financial assets); LaR: Kredite und Forderungen (loans and receivables); FLAC: zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertete finanzielle Verbindlichkeiten (other financial liabilities measured at amortized cost)

Die Buchwerte von Zahlungsmitteln, Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, kurzfristigen sonstigen Vermögenswerten und sonstigen kurzfristigen finanziellen Verbindlichkeiten entsprechen aufgrund der kurzen Laufzeiten dieser Instrumente nahezu ihren beizulegenden Zeitwerten.

Aus Wesentlichkeitsgründen wird der beizulegende Zeitwert für diese kurzfristigen Bilanzposten dem Bilanzwert gleichgesetzt.

Die folgende Tabelle zeigt die zukünftigen undiskontierten vertraglich vereinbarten Mittelabflüsse im Zusammenhang mit den Finanzinstrumenten:

Undiskontierte Mittelabflüsse

Fälligkeitsanalyse (in TEUR)	Buchwert zum		
	31.12.2016	bis 1 Jahr	1 bis 5 Jahre
Sonstige Verbindlichkeiten	506	506	0
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	4.326	3.346	980
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2.491	2.491	0

Fälligkeitsanalyse (in TEUR)	Buchwert zum		
	31.12.2015	bis 1 Jahr	1 bis 5 Jahre
Sonstige Verbindlichkeiten	687	687	0
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	3.730	3.250	480
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	1.790	1.790	0

Die YOC-Gruppe verfügt über ein konzernweites Liquiditätsmanagement, mit dem die Liquidität der Konzerngesellschaften täglich überwacht wird.

Das maximale Ausfallrisiko besteht zum 31. Dezember 2016 wie im Vorjahr in Höhe der Buchwerte sämtlicher finanzieller Vermögenswerte gegenüber Dritten.

Die in der Gewinn- und Verlustrechnung erfassten Erträge und Aufwendungen sowie Gewinne und Verluste aus Finanzinstrumenten werden in der nachfolgenden Tabelle dargestellt:

Gewinne, Verluste, Erträge und Aufwendungen aus Finanzinstrumenten (in TEUR)	2016		2015	
	Nettogewinne/ -verluste	Gesamtzinserträge und -aufwendungen (Effektivzinsmethode)	Nettogewinne/ -verluste	Gesamtzinserträge und -aufwendungen (Effektivzinsmethode)
Kredite und Forderungen (einschließlich Zahlungsmittel und Guthaben bei Kreditinstituten)	38	0	39	0
Zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertete finanzielle Verbindlichkeiten	0	12	0	21
Gesamt	38	12	39	21

Das Nettoergebnis gem. IFRS 7.20 (a) umfasst Zinsen für Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten, Veränderungen der Wertberichtigungen von Forderungen und Ergebnisse aus der Bewertung von Finanzinstrumenten zum beizulegenden Zeitwert.

Das Gesamtzinsergebnis gem. IFRS 7.20 (b) enthält hauptsächlich aus der Anwendung der Effektivzinsmethode resultierende Zinsaufwendungen sowie Zinsaufwendungen aus Leasingverbindlichkeiten.

7. Erläuterungen zur Cash-Flow Rechnung

7.1 Cash-Flow der einzelnen Tätigkeiten

Zum Stichtag beliefen sich die liquiden Mittel der YOC-Gruppe auf 660 TEUR. Die Liquiditätsabnahme betrug 210 TEUR im Vergleich zum Bilanzstichtag des Vorjahres.

Operativer Cash-Flow

Die Ermittlung des operativen Cash-Flows erfolgt nach der indirekten Methode. Ausgangspunkt für die Ermittlung ist das Ergebnis nach Steuern des abgelaufenen Geschäftsjahres in Höhe von -1.699 TEUR (2015: -1.461 TEUR).

Im operativen Cash-Flow sind alle zahlungswirksamen Transaktionen des Geschäftsjahres enthalten, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind.

Der operative Cash-Flow in Höhe von -952 TEUR (2015: -1.295 TEUR) spiegelt hauptsächlich das operative Konzernergebnis vor Abschreibungen in Höhe von -1.126 TEUR (2015: -1.104 TEUR) wider.

Cash-Flow aus Investitionstätigkeit

Der Mittelabfluss aus Investitionstätigkeiten in Höhe von 230 TEUR umfasst primär die internen Entwicklungskosten im Zusammenhang mit der Weiterentwicklung technolo-

gischer Plattformen und innovativer Produkte in Höhe von 193 TEUR. Im Sachanlagevermögen verhalten sich Zu- und Abgänge ausgewogen.

Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit

Der Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeiten in Höhe von 972 TEUR resultiert zum einen aus der im April 2016 durchgeführten Kapitalerhöhung aus dem genehmigten Kapital gegen Bareinlagen im Umfang von 180.505 neuen Aktien unter Ausschluss des Bezugsrechts der bestehenden Aktionäre. Mit einem Ausgabepreis von 2,77 EUR je Aktie erzielte die Gesellschaft einen Bruttoemissionserlös in Höhe von 500 TEUR.

Parallel dazu vereinbarte die Gesellschaft mit einigen Investoren eine über die Kapitalerhöhung hinausreichende begleitende Darlehensaufnahme in Höhe von 500 TEUR zu marktüblichen Konditionen sowie einer Laufzeit bis Oktober 2018.

7.2 Finanzmittelfonds

Der Finanzmittelfonds umfasst Kassenbestände und Bankguthaben sowie kurzfristige Geldanlagen mit einer Fälligkeit bis zu 90 Tagen, die ein geringes Wertschwankungsrisiko aufweisen. Zum 31. Dezember 2016 betrug der Finanzmittelfonds 660 TEUR (2015: 870 TEUR).

8. Erläuterungen zu den Kapitalveränderungen

Neben dem in den Gewinnrücklagen erfassten Jahresfehlbetrag in Höhe von 1.699 TEUR wirken sich folgende Sachverhalte auf das Eigenkapital aus:

Währungsumrechnungseffekte aus der Konsolidierung der ausländischen Tochtergesellschaft YOC Mobile Advertising Ltd. führen aufgrund der Aufwertung des

Euros gegenüber dem britischen Pfund zu einem Anstieg des Eigenkapitals in Höhe von 135 TEUR (2015: -110 TEUR).

Die im April 2016 durchgeführte Kapitalerhöhung führte insgesamt zu einem Bruttoemissionserlös in Höhe von 500 TEUR (Nettoemissionserlös 472 TEUR).

9. Sonstige Erläuterungen

9.1 Haftungsverhältnisse, Gewährleistungen, Eventualverbindlichkeiten und Ähnliches

Es liegen keine Haftungsverhältnisse, Gewährleistungen, Eventualverbindlichkeiten oder Ähnliches vor.

9.2 Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Im Januar 2017 nahm die Gesellschaft ein weiteres Darlehen in Höhe von 0,5 Mio. EUR von einem Gesellschafter zu marktüblichen Konditionen auf.

Danach haben sich keine weiteren Ereignisse mit einer wesentlichen Auswirkung auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage ereignet.

9.3 Risiko- und Chancenbericht

Die Angaben zu unternehmens- und branchenspezifischen sowie finanzwirtschaftlichen Risiken der YOC-Gruppe sowie deren Management erfolgen im Risikobericht des Konzernlageberichts, welcher Bestandteil der Prüfung durch den Abschlussprüfer ist.

9.4 Angaben zu Beziehungen zu nahestehenden Unternehmen und Personen

Als nahestehende Unternehmen und Personen im Sinne des IAS 24 kommen grundsätzlich Mitglieder des Vorstandes und des Aufsichtsrates der YOC AG sowie deren Familienangehörige sowie von diesem Personenkreis beherrschte Gesellschaften in Betracht. Darüber hinaus gelten als nahestehende Personen Personen in Schlüsselpositionen und deren enge Familienangehörige (gemäß IAS 24.9).

Verpflichtungen der YOC AG gegenüber dem Vorstand Dirk-Hilmar Kraus in Höhe von 180 TEUR werden seit dem 01. Januar 2015 mit 5 % p. a. verzinst und nunmehr unter den langfristigen finanziellen Verbindlichkeiten ausgewiesen.

Darüber hinaus fanden im Berichtszeitraum keine wesentlichen Geschäftsvorfälle mit nahestehenden Unternehmen und Personen statt.

9.5 Bezüge des Aufsichtsrates und des Managements

Vergütung des Vorstands

Bestellte Vorstandsmitglieder im Geschäftsjahr 2016 waren

Dirk-Hilmar Kraus und Michael Kruse (bis 30. September 2016). Die folgende Tabelle zeigt die Aufteilung der Vergütungskomponenten:

Vergütung des Vorstands für das Geschäftsjahr 2016 (in TEUR)

Name	kurzfristig fällige Leistungen		Virtuelle Aktienoptionen gewährt in 2014
	Feste Vergütung* (in TEUR)	Variable Vergütung (in TEUR)	
Dirk-Hilmar Kraus	210	10	40.000
Michael Kruse	217	0	0
Gesamt	427	10	40.000

*inklusive vertraglicher Nebenleistungen

Die Vergütung des Vorstands der YOC AG enthält im Geschäftsjahr 2016 eine fixe Gehaltskomponente von insgesamt 427 TEUR (2015: 370 TEUR). Die Vergütung für Herrn Kruse enthält einen Betrag in Höhe von 100 TEUR aus der Beendigung des Arbeitsverhältnisses. Eine variable Komponente, welche sich nach dem operativen Ergebnis der YOC-Gruppe bemisst, wurde im aktuellen Geschäftsjahr mit 10 TEUR vergütet (2015: 0 TEUR).

Aus dem im Geschäftsjahr 2014 aufgelegten Virtuellen Aktienoptionsprogramm sprach der Aufsichtsrat dem Vorstand im Geschäftsjahr 2014 insgesamt 40.000 virtuelle Aktienoptionen zum beizulegenden Zeitwert von je 1,45 EUR zu. Anders als bei einem mit „echten“ Aktienoptionen unterlegten Aktienoptionsprogramm berechtigen die virtuellen Optionen bei ihrer Ausübung nicht zum Bezug von Aktien an der Gesellschaft, sondern räumen dem Berechtigten nach näherer Maßgabe der Optionsbedingungen einen Anspruch gegen die Gesellschaft auf Zahlung eines bestimmten Geldbetrags in bar ein.

Durch die virtuellen Optionen wird keine gesellschaftsrechtliche Beteiligung an der Gesellschaft begründet, insbesondere besteht kein aktienrechtlicher Anspruch auf Informations- oder Teilhaberrechte, Stimmrechte oder Teilhabe am Jahresergebnis. Im Geschäftsjahr 2016 wurden 53 TEUR (2015: 14 TEUR) anteiliger Aufwand aus aktienbasierter Vergütung erfasst. 427 TEUR der laufenden Vorstandsvergütung waren zahlungswirksam.

Darüber hinaus wurden keine Vorschüsse, Kredite, Sicherheitsleistungen, Pensionszusagen oder ähnliche Vorteile an den Vorstand gewährt.

Vergütung des Aufsichtsrats

Die Vergütung des Aufsichtsrats der YOC AG besteht aus einer fixen Vergütung in Höhe von insgesamt 51 TEUR (2015: 48 TEUR) und Sitzungsgeld in Höhe von 23 TEUR

(2015: 22 TEUR). Im Geschäftsjahr 2016 belief sich die Vergütung für die Tätigkeit des Aufsichtsrats somit auf insgesamt 73 TEUR.

Die Aufteilung der Vergütung auf die einzelnen Aufsichtsratsmitglieder ist der folgenden Tabelle zu entnehmen:

Vergütung des Aufsichtsrats für das Geschäftsjahr 2016 (in TEUR)			
Name	Feste Vergütung	Sitzungsgeld	Gesamt
Dr. Nikolaus Breuel (Aufsichtsratsvorsitzender)	23	10	33
Konstantin Graf Lambsdorff	17	8	24
Sacha Berlik	11	5	16
Gesamt	51	23	73

Zur Unterstützung der Gesellschaft hat jedes Aufsichtsratsmitglied im Geschäftsjahr 2016 auf 10 % seiner festen Vergütung verzichtet. Dies ist in den Berechnungen berücksichtigt.

Es wurden keine Vorschüsse, Kredite, Sicherheitsleistungen, Pensionszusagen oder ähnliche Vorteile an den Aufsichtsrat gewährt. Ebenso haben Aufsichtsratsmitglieder außerhalb ihrer Aufsichtsrats Tätigkeiten keinerlei Beratungs- und Vermittlungsleistungen für die YOC-Gruppe erbracht.

9.6 Honorar des Wirtschaftsprüfers

Für die Dienstleistungen des Abschlussprüfers Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Berlin, sind die folgenden Honorare angefallen:

Wirtschaftsprüferhonorar (in TEUR)	2016	2015
Abschlussprüfungen	54	54
Steuerberatungsleistungen	41	81
Sonstige Leistungen	5	21
Gesamt	100	156

9.7 Erklärung zum Deutschen Corporate Governance Kodex

Die Entsprechenserklärung zum Deutschen Corporate Governance Kodex gemäß § 161 AktG wurde vom Vorstand und Aufsichtsrat abgegeben und wurde den Aktionären der YOC AG auf der Internetseite www.yoc.com im Bereich „Investor Relations“ dauerhaft zugänglich gemacht.

Berlin, 20. April 2017



Dirk-Hilmar Kraus
Der Vorstand

Versicherung der gesetzlichen Vertreter

(gemäß §37y Nr.1 WpHG i.V.m. §§297 Abs. 2 Satz 4 und 315 Abs. 1 Satz 6 HGB)

Wir versichern nach bestem Wissen, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen der Konzernabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz-, und Ertragslage des Konzerns vermittelt und im Konzernlagebericht der Geschäftsverlauf einschließlich des Geschäftsergebnisses und die Lage

des Konzerns so dargestellt sind, dass ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild vermittelt wird sowie die wesentlichen Chancen und Risiken der voraussichtlichen Entwicklung des Konzerns beschrieben sind.

Berlin, 20. April 2017



Dirk-Hilmar Kraus
Vorstand der YOC AG

Bestätigungsvermerk

Zu dem Konzernabschluss und dem Konzernlagebericht, der mit dem Lagebericht der Gesellschaft zusammengefasst wurde, haben wir folgenden Bestätigungsvermerk erteilt:

“Wir haben den von der YOC AG, Berlin, aufgestellten Konzernabschluss bestehend aus Konzerngesamterfolgsrechnung, Konzernbilanz, Konzern-Kapitalflussrechnung, Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung sowie Konzernanhang sowie den Konzernlagebericht, der mit dem Lagebericht der Gesellschaft zusammengefasst wurde, für das Geschäftsjahr vom 01. Januar bis 31. Dezember 2016 geprüft. Die Aufstellung von Konzernabschluss und Konzernlagebericht nach den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315a Abs. 1 HGB anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften liegt in der Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über den Konzernabschluss und den Konzernlagebericht abzugeben.

Wir haben unsere Konzernabschlussprüfung nach § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung vorgenommen. Danach ist die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass Unrichtigkeiten und Verstöße, die sich auf die Darstellung des durch den Konzernabschluss unter Beachtung der anzuwendenden Rechnungslegungsvorschriften und durch den Konzernlagebericht vermittelten Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage wesentlich auswirken, mit hinreichender Sicherheit erkannt werden. Bei der Festlegung der Prüfungshandlungen werden die Kenntnisse über die Geschäftstätigkeit und über das wirtschaftliche und rechtliche Umfeld des Konzerns sowie die Erwartungen über mögliche Fehler berücksichtigt. Im Rahmen der Prüfung werden die Wirksamkeit des rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystems sowie Nachweise für die Angaben im Konzernabschluss und Konzernlagebericht überwiegend auf der Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung umfasst die Beurteilung der Jahresabschlüsse der in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen, der Abgrenzung des Konsolidierungskreises, der angewandten Bilanzierungs- und Konsolidierungsgrundsätze

und der wesentlichen Einschätzungen der gesetzlichen Vertreter sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Unsere Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt.

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse entspricht der Konzernabschluss den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315a Abs. 1 HGB anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften und vermittelt unter Beachtung dieser Vorschriften ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns. Der Konzernlagebericht steht in Einklang mit dem Konzernabschluss, entspricht den gesetzlichen Vorschriften, vermittelt insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage des Konzerns und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar.

Ohne diese Beurteilung einzuschränken, weisen wir auf die Ausführungen des Vorstands im Abschnitt „Ausblick der YOC-Gruppe“ des Prognoseberichts und im Abschnitt „Finanz- und Treasury Risiken“ des Konzernlageberichtes hin. Dort wird ausgeführt, dass der Fortbestand des Mutterunternehmens und damit des Konzerns gefährdet ist. Damit ausreichend Liquidität im Prognosezeitraum vorhanden ist, müssen die Gesellschaft und der Konzern den geplanten Geschäftsverlauf, insbesondere die deutlichen Umsatzsteigerungen und eine erhebliche Verbesserung des operativen Ergebnisses, realisieren. Der Fortbestand des Mutterunternehmens und damit des Konzerns hängt davon ab, dass der geplante Geschäftsverlauf realisiert werden kann.“

Berlin, 20. April 2017

Ernst & Young GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Dr. Röders
Wirtschaftsprüfer

Glöckner
Wirtschaftsprüfer

Vorstand

Der Vorstand bestand zum 31. Dezember 2016 aus einem Mitglied:



DIRK-HILMAR KRAUS

Kaufmann, Berlin

Dirk-Hilmar Kraus ist seit 10. September 2013 als Vorstand der YOC AG bestellt. Er war bereits von 2001 bis 2012 im Vorstand der YOC AG - davon ab 2005 als Vorstands-

vorsitzender der Gesellschaft. Er gründete die YOC AG gemeinsam mit einem Partner 2001 in Berlin nachdem er für Roland Berger Strategy Consultants als Seniorberater tätig war und sich vornehmlich mit der Restrukturierung und strategischen Neuausrichtung von Unternehmen

Aufsichtsrat

Der Aufsichtsrat bestand zum 31. Dezember 2016 aus folgenden Mitgliedern:



DR. NIKOLAUS BREUEL

Kaufmann, Berlin

Dr. Nikolaus Breuel ist der Vorsitzende des Aufsichtsrats der YOC AG. Er besitzt langjährige Erfahrung als CEO in den Bereichen Dienstleistung und Service. Seine Kernkompetenzen liegen in der Definition und Umsetzung von strategischen

Unternehmensausrichtungen und Restrukturierungen.

- YOC AG: Vorsitzender des Aufsichtsrats (seit 2014)
- D+S communication center management GmbH: Mitglied des Aufsichtsrates (seit 08/2016)
- D+S communication center management GmbH: Geschäftsführer (bis 07/2016)



KONSTANTIN GRAF LAMBSDORFF

Rechtsanwalt, Berlin

Konstantin Graf Lambsdorff ist der stellvertretende Vorsitzende des Aufsichtsrats der YOC AG sowie Rechtsanwalt und Fachanwalt für Steuerrecht. Er betreut seit über 20 Jahren Unternehmen und Investoren bei Beteiligungen, Finanzierungen und Transaktionen. Konstantin Graf Lambsdorff ist einer der Gründungspartner von Lambsdorff Rechts-

anwälte, einem auf Wachstumsunternehmen fokussierten Spin-off einer internationalen Großkanzlei.

- YOC AG: Stellvertretender Vorsitzender des Aufsichtsrats (seit 2014)
- PRIMUS Immobilien AG, Vorsitzender des Aufsichtsrats (seit 2008)
- Dr. Förster AG: Mitglied des Aufsichtsrats (seit 07/2016)



SACHA BERLIK

Kaufmann, Köln

Sacha Berlik ist das dritte Mitglied des Aufsichtsrats der YOC AG. Der Unternehmer und Investor ist Managing Director EMEA bei The Trade Desk. Zuvor war er General Manager von DataXu, einem der weltweit führenden Unternehmen im Programmatic Buying

(Automatisierter Handel von Werbeplätzen). Neben der Digitalagentur Oridian (jetzt Ybrant Digital) baute er eines der ersten europäischen AdNetworks, Active Agent, auf und plante für den großen deutschen Privat-TV-Sender, Sat. 1, deren Online-Präsenz.

- YOC AG: Mitglied des Aufsichtsrats (seit 01/2014)

Finanzkalender 2017

08.-10.Mai

DVFA Frühjahrskonferenz
Frankfurt

30.Mai

Bericht zum ersten Quartal 2017
Berlin

30.August

Halbjahresfinanzbericht 2017
Berlin

29.November

Bericht zum dritten Quartal 2017
Berlin

12.-13.Dezember

Münchener Kapitalmarkt Konferenz
München

YOC Adressen

London
YOC Mobile Advertising Ltd.

WeWork Chancery Lane
14 Gray's Inn Road
London, WC1X 8HN
Großbritannien

T + 44 (0) 20 7199 0120

Berlin (Hauptsitz)
YOC AG
YOC Mobile Advertising GmbH

Greifswalder Str. 212
10405 Berlin
Deutschland

T + 49 (0) 30 726 162 - 0
F + 49 (0) 30 726 162 - 222

Warschau
YOC Central Eastern Europe GmbH
SP. z o. o. oddział w Polsce

Ul. Wielicka 38/ U4
02-657 Warszawa
Polen

T +48 604 200040

Düsseldorf
YOC Mobile Advertising GmbH

Corneliusstr. 16 - 18
40215 Düsseldorf
Deutschland

Wien
YOC Central Eastern Europe GmbH

Neubaugasse 10/2/17
1070 Wien
Österreich

T + 43 (0) 1 522 500 6 - 0
F + 43 (0) 1 522 500 6 - 116

Madrid
YOC Spain, S.L.

Calle de Orense nº 20 1ª
Planta Oficina 4
28020 Madrid
Spanien

T + 34 (0) 91 392 41 87

Impressum

Herausgeber

YOC AG
Greifswalder Str. 212
10405 Berlin

T + 49 (0) 30 726 162 - 0
F + 49 (0) 30 726 162 - 222
info@yoc.com

Registereintragung:
Amtsgericht Berlin HRB 77 285

Gesamtkonzept und Redaktion

YOC AG
Investor Relations
ir@yoc.com
www.yoc.com

Gestaltung

Tobias Spitzer
www.illustratore.de



info@yoc.com
www.yoc.com

