



BERICHT ZUM ERSTEN QUARTAL 2019

Berlin, 29. Mai 2019

INHALTSVERZEICHNIS

Brief an die Aktionäre	3
YOC im Überblick.....	4
Lagebericht zum Konzernzwischenabschluss.....	5
Konzernzwischenabschluss	11
Anhang zum Konzernzwischenabschluss	15
YOC-Standorte.....	20
Finanzkalender.....	21
Impressum	22

BRIEF AN DIE AKTIONÄRE

Sehr verehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

die YOC-Gruppe gehört seit 2001 zu den führenden unabhängigen Anbietern für Mobile Advertising in Europa. Wir haben uns zum Ziel gesetzt, ein optimales digitales Werbeerlebnis für Werbetreibende, Publisher und Nutzer des mobilen Internets zu schaffen.

Deshalb entwickeln wir aufmerksamkeitsstarke digitale Werbeprodukte, die eine nachhaltige Markenbekanntheit erzielen sowie Menschen erreichen, ansprechen und begeistern. Und deshalb haben wir **VIS.X®**, unsere proprietäre Handelsplattform, konzipiert, entwickelt und zu Beginn des Jahres 2018 in den Markt eingeführt.

VIS.X® ist eine programmatische, angebotsseitige Plattform (Supply Side-Plattform) der nächsten Generation, die den effizienten Mediahandel visibler sowie aufmerksamkeitsstarker Werbeprodukte ermöglicht.

Durch **VIS.X®** können unsere Kunden entsprechend ihrer Werbestrategie hochqualitatives Werbeinventar in Kombination mit den YOC-Werbeprodukten rund um die Uhr automatisiert und damit skalierbar einkaufen.

Die technologischen Möglichkeiten von **VIS.X®** sind zukunftsweisend für uns. Auch wenn wir das Potential unserer Plattform bei weitem noch nicht ausgeschöpft haben, auch wenn wir **VIS.X®** noch um viele Funktionalitäten erweitern werden und unseren Marktplatz durch die kontinuierliche Anbindung renommierter Premium-Publisher ausweiten werden, befinden wir uns strategisch auf dem richtigen Weg und positionieren YOC als technologiebasierten Anbieter für High-Impact Programmatic Advertising an der Spitze des Werbemarktes.

Der Fokus im laufenden Geschäftsjahr 2019 liegt in der Weiterentwicklung unserer Plattform sowie eines deutlich ansteigenden Handelsvolumens, das über **VIS.X®** abgewickelt werden wird.

In Konsequenz dessen erwarten wir steigende Umsatzerlöse in Höhe von 15,5 Mio. EUR bis 16,5 Mio. EUR bei einer nur unterproportional ansteigenden Kostenstruktur.

Somit sollte sich ebenfalls eine weitere Verbesserung des operativen Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) in Höhe von 0,2 Mio. EUR bis zu 0,5 Mio. EUR einstellen.

Die ersten drei Monaten des laufenden Geschäftsjahres 2019 erreichten noch nicht dieses Wachstumsniveau – die YOC-Gruppe erzielte einen Anstieg der Umsatzerlöse in Höhe von rund 6 % auf 2,9 Mio. EUR im Vergleich zum Vorjahreszeitraum (3M/2018: 2,7 Mio. EUR). Das operative Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) lag wie im Vorjahreszeitraum bei -0,1 Mio. EUR (3M/2018: -0,1 Mio. EUR).

Aufgrund des verstärkten programmatischen Einkaufsvolumens über unsere Plattform **VIS.X®** kalkulieren wir jedoch für das erste Halbjahr des Geschäftsjahres 2019 insgesamt mit einem spürbaren Umsatzanstieg in Höhe von rund 15% im Vergleich zum Vorjahr sowie einer damit verbundenen weiteren Steigerung der Profitabilität.

Verehrte Aktionärinnen und Aktionäre, mit unserer einzigartigen Technologieplattform **VIS.X®** in Kombination mit unseren eigenentwickelten Werbeformaten sowie unserem langjährigen Know-how entwickelt sich YOC zu einem führenden europäischen Werbetechnologieanbieter weiter.

Wir fügen **VIS.X®** viele neue Funktionen zu. Wir bauen unsere Reichweite und das verfügbare Medieninventar durch die kontinuierliche Integration neuer Publisher stark aus. Wir binden viele neue Einkaufsplattformen an **VIS.X®** an und ermöglichen somit vielen Mediaeinkäufern den Zugang zu unserer Plattform. Alle diese Schritte erhöhen unser Handelsvolumen und differenzieren uns vom Wettbewerb.

Unser Team treibt diese Entwicklungen mit hohem Engagement voran. Ich danke Ihnen herzlich für das entgegengebrachte Vertrauen und freue mich auf die weitere Zusammenarbeit mit Ihnen.

Beste Grüße,



Dirk-Hilmar Kraus

CEO

YOC IM ÜBERBLICK

UMSATZ UND ERGEBNIS (IN TEUR)

Gesamtumsatz
Mittel- und Osteuropa ¹⁾
Restliches Europa ²⁾
Rohertragsmarge (in %)
Gesamtleistung
EBITDA
EBITDA-Marge (in %)
Ergebnis nach Steuern
Ergebnis je Aktie verwässert in Euro
Ergebnis je Aktie unverwässert in Euro

3M/2019	3M/2018	VERÄNDERUNG ABSOLUT	VERÄNDERUNG IN %
2.878	2.719	159	6
2.846	2.239	607	27
32	480	-448	-93
38,1	38,0	0	0
3.015	3.012	3	0
-140	-142	2	1
-4,6	-4,7	k.A.	k.A.
-373	-278	-95	-34
-0,11	-0,09	-0,02	-22
-0,11	-0,09	-0,02	-22

MITARBEITER

Durchschnittliche Anzahl Mitarbeiter ³⁾
Mitarbeiterzahl zum 31. März
Umsatz je Mitarbeiter (in TEUR)
Gesamtleistung je Mitarbeiter (in TEUR)

3M/2019	3M/2018	VERÄNDERUNG ABSOLUT	VERÄNDERUNG IN %
45	55	-10	-18
42	56	-14	-25
64	49	15	29
67	55	12	22

BILANZ UND KAPITALFLUSSRECHNUNG (IN TEUR)

Bilanzsumme
Operativer Cash-Flow

3M/2019	3M/2018	VERÄNDERUNG ABSOLUT	VERÄNDERUNG IN %
4.525	6.224 ⁴⁾	-1.699	-27
-77	-419	342	82

Bei der Verwendung von gerundeten Beträgen und Kennzahlen können aufgrund kaufmännischer Rundungen Differenzen auftreten.

1) Deutschland, Österreich, Schweiz, Polen und Niederlande

2) Spanien und Großbritannien

3) Auf Basis der festgestellten Mitarbeiter

4) Zum 31.12.2018

LAGEBERICHT ZUM KONZERN- ZWISCHEN- ABSCHLUSS

GESCHÄFTSENTWICKLUNG DER YOC-GRUPPE IN DEN ERSTEN DREI MONATEN 2019

KENNZAHLENÜBERSICHT

In den ersten drei Monaten des laufenden Geschäftsjahres 2019 verzeichnete die YOC-Gruppe einen **Gesamtumsatz** in Höhe von 2,9 Mio. EUR (3M/2018: 2,7 Mio. EUR). Dies entspricht einem Anstieg in Höhe von rund 6 % im Vergleich zum Vorjahreszeitraum.

Die Umsätze stiegen auf dem **deutschsprachigen Markt** im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 29 % an. Der zum Ende des Geschäftsjahres 2016 gegründete **Standort in Polen** konnte durch steigende Umsatzbeiträge ein Wachstum in Höhe von 24 % realisieren.

Dem gegenüber konnten die Umsatzziele im **britischen** sowie im **spanischen Markt** nicht erreicht werden. Entsprechende Anpassungen der Kostenstruktur wurden vorgenommen. Auf Gesamtjahresebene wird jedoch für beide Standorte eine Stabilisierung erwartet.

Insbesondere die im vergangenen Geschäftsjahr 2018 in den Markt eingeführte proprietäre Technologieplattform **VIS.X®** trug mit kontinuierlich wachsenden Umsatzanteilen zur Umsatzentwicklung im ersten Quartal 2019 bei. Die Handelsplattform **VIS.X®** ermöglicht den programmatischen (automatisierten) Handel von hochwirksamen Werbeprodukten von YOC und positioniert die Gesellschaft als Anbieter von hochwertiger Werbetechnologie (Ad Technology).

Parallel zu dieser Entwicklung nahm der Umsatzanteil der eigenentwickelten Ad Tech-Produkte weiter zu, sodass die **Rohertagsmarge** der Gesellschaft in den ersten drei Monaten 2019 eine Quote in Höhe von 38 % erreicht hat (3M/2018: 38 %).

Das **operative Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)** betrug unverändert im Vergleich zum Vorjahreszeitraum -0,1 Mio. EUR (3M/2018: -0,1 Mio. EUR).

Der **operative Cash-Flow** belief sich in der Berichtsperiode auf -0,1 Mio. EUR (3M/2018: -0,4 Mio. EUR). Dieser resultierte, neben dem Ergebnis nach Steuern, aus der saisonalen Veränderung des Working Capital.

LEISTUNGSSPEKTRUM

YOC entwickelt mit seiner seit 2001 gewachsenen Expertise innovative digitale Werbeformate und stellt diese über seinen Marktplatz sowohl klassisch als auch im automatisierten Echtzeithandel (Programmatic Advertising) zur Verfügung. Mit modernen, eigenentwickelten Technologien und enormer Media-Reichweite operiert das Unternehmen an der Spitze des Advertising-Marktes. Die proprietären Produkte von YOC schaffen positive Markenwahrnehmung und tragen nachhaltig dazu bei, den Werbemarkt zu verändern.

Auf diese Weise erreichen Werbekunden ihre Ziele – gleichzeitig verbessern die eigenentwickelten, unaufdringlichen Formate das Nutzererlebnis. Durch langjährige Erfahrung, transparente Prozesse, unsere Software und exzellenten Service schafft YOC Vertrauen und überzeugt Kunden und Partner gleichermaßen.

Von den global Top 500 Werbetreibenden setzt eine Vielzahl die Technologie von YOC ein. Zu unseren Kunden zählen namhafte Marken wie **Audi, Deutsche Telekom, McDonald's, Volkswagen, Netflix, Mercedes-Benz, Coca-Cola, Samsung, Garnier** oder **Sky**.

Zu den rund 400 integrierten ausgewählten internationalen Partnern mit einer direkten globalen Reichweite von mehr als 200 Mio. monatlich aktiven Nutzern (MAU) zählen Premium-Publisher wie **Mail Online, Bunte.de, Trinity Mirror, Kurier, Kronenzeitung, Der 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 technologischer Anbieter seiner proprietären Supply Side-Plattform **VIS.X®** sowie von Mobile Advertising-Produkten und -Lösungen in den Kernmärkten Großbritannien, Deutschland, Österreich, Spanien, Polen – und seit dem dritten Quartal 2018 auch den Niederlanden.

YOC entwickelt eine eigene, skalierbare Technologieplattform und liefert neue Produkte über alle nachgefragten Vertriebskanäle aus, insbesondere im stark wachsenden und hochautomatisierten Umfeld des Programmatic Advertising.

YOC hat in den vergangenen Jahren als Konsequenz aus den modifizierten technologiebedingten Rahmenparametern eine schärfere Positionierung im Markt für Digital Advertising eingenommen und entscheidende Veränderungen vollzogen. Die Gesellschaft hat dazu wesentliche Bestandteile der Wertschöpfungskette im Mobile Advertising internalisiert und auch das Thema

Desktop aufgegriffen. Dazu gehört die Entwicklung von eigenen, performanten Werbeprodukten, die einerseits eine hohe Werbewirkung für Advertiser entfalten und andererseits die Nutzer des Internets nicht in ihrem Konsum der Medieninhalte stören.

Zudem baute das Unternehmen in den vergangenen Jahren eine umfangreiche Systemlandschaft auf, bestehend aus eigenentwickelter, innovativer Software und bekannten Lösungen dritter namhafter Anbieter wie Google, SAP oder Salesforce. Auf dieser Basis kann YOC alle relevanten Vertriebskanäle skalierbar bedienen.

Die Kombination einer modernen und skalierbaren Supply Side-Plattform, innovativen Advertising-Produkten und einer leistungsstarken technologischen Infrastruktur ist das hervorstechende Wettbewerbsmerkmal von YOC, durch welches sich das Unternehmen wesentlich von anderen Marktteilnehmern differenziert.

DIE SUPPLY SIDE-PLATTFORM (SSP) VON YOC: VIS.X®

Neben den etablierten Produktlinien hat YOC seine neue Plattform für den hochautomatisierten Mediahandel entwickelt und diese Anfang 2018 in den Markt eingeführt. Damit verfolgt das Unternehmen das Ziel, die Lösung für eines der vorherrschenden Marktprobleme des Digital Advertising zu liefern: Die Bedienung der Nachfrage für den programmatischen Einkauf von hochwirksamen Werbeformaten.

Im Markt vorhandene Plattformen konzentrieren sich zumeist auf Standardprodukte, sodass die von YOC eigenentwickelten Produktlinien, wie auch aufmerksamkeitsstarke Werbeformate diverser Drittanbieter nicht programmatisch buchbar waren.

Mit **VIS.X®** etabliert YOC einen neuen programmatischen Handelsplatz für internationales, markensicheres (brand safe) Werbeinventar von Premium-Publishern – und positioniert sich im Markt als Anbieter von hochwertiger Werbetechnologie.

Die Plattform bündelt das Werbeinventar der Publisher mit den YOC-eigenen Produkten über private Marktplätze in einer ganzheitlichen Auktion und bietet somit den Werbetreibenden alle relevanten Produkte in einer Transaktion an.

Entsprechend der Targeting-Daten der Käufer und der individuellen Kampagnenziele stellt YOC die richtigen Auktionsmechanismen für einen effizienten Mediaeinkauf bereit.

Der Einkaufsprozess für Werbetreibende, Mediaagenturen sowie deren Einkaufsorganisationen (Trading Desks) erfordert keine weiteren technologischen Anpassungen an der bestehenden Infrastruktur.

Bereits vorhandene Werbemittel werden durch **VIS.X®** in Echtzeit in YOC-eigene, werbewirksame Produkte transformiert und ausgeliefert.

Die von YOC entwickelte Technologie erschließt auf diese Weise das volle Potenzial programmatischer Werbung, sodass **VIS.X®** zur idealen Plattform für wirkungsvolles Digital Advertising wird.

Durch die Integration von mehreren hundert Publishern sowie der hohen Leistungsfähigkeit von **VIS.X®** wird den Trading Desks für ihren Mediaeinkauf eine hohe Skalierbarkeit in Echtzeit sowie internationales Premium-Inventar angeboten.

Das gesamte Inventar eines Publishers wird allen Käufern gleichzeitig offeriert. Dadurch wird eine optimale Monetarisierung für die Publisher-Partner erreicht. Gleichzeitig liefert die Plattform den Werbekunden von YOC Premium-Inventar, eine hohe Transparenz sowie Brand Safety und sorgt somit für bessere Werberesultate.

In Konsequenz verschafft die Verwendung von **VIS.X®** den angebotenen Publishern, Trading Desks oder Advertisern einen nachhaltigen Wettbewerbsvorteil.

Die Gesellschaft profitiert von ihrer Unabhängigkeit gegenüber Drittanbietern und positioniert sich als starker Technologieanbieter mit einem skalierbaren Geschäftsmodell. Dies treibt das Unternehmen kontinuierlich an, die eigene Supply Side-Plattform (SSP) **VIS.X®** weiterzuentwickeln und dadurch die Leistungsfähigkeit der Plattform zu steigern.

Im abgelaufenen Geschäftsjahr 2018 wurde **VIS.X®** durch das Europäische Patentamt als europäische Marke eingetragen und geschützt.

PRODUKTLINIEN

Das Unternehmen vermarktet erfolgreich seine Produktlinien **YOC Understitial Ad®**, **YOC Inline Video Ad**, **YOC Mystery Ad®** sowie den **YOC Mystery Scroller®**.

Ziel dieser Produkte ist es, die Werbebotschaften von Werbetreibenden nachhaltig und zielgerichtet bei den Endverbrauchern zu lancieren.

Der Einsatz von verschiedenen Anzeigemethoden, interaktiven Elementen sowie unaufdringlicher Funktionsweisen führt zu einer besseren Nutzerakzeptanz. Zusätzlich ermöglichen die YOC-Produkte gegenüber klassischen Standardformaten erweiterte Methoden zur Messung verschiedener Interaktions- und Abrufstatistiken. Dadurch tragen sie einerseits maßgeblich zur Messbarkeit des Werbeerfolges für Werbetreibende bei und heben andererseits das Potenzial für die Optimierung der Werbewirkung bei den Endverbrauchern.

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 Webseite.

Werbetreibende erreichen den Smartphone- oder Desktop-User mit einem großflächigen Werbemittel, ohne ihn in seinen Nutzungsgewohnheiten einzuschränken.

YOC vereint in diesem Werbemittel seine technische Erfahrung mit seiner Kompetenz in der Ansprache von Nutzern in digitalen Umfeldern. Im Geschäftsjahr 2018 erfuhr das **YOC Understitial Ad®** weitere Verbesserungen. Vor allem die Video-Variante wurde mit den neuesten Software-Protokollen erweitert und erhielt neue Komponenten. Ausgehend vom Erfolg des mobilen **YOC Understitial Ad®** führte das Unternehmen auch eine Variante für den Desktop Advertising-Markt ein:

Das **YOC Understitial Desktop Ad** funktioniert äquivalent zum mobilen Produkt unaufdringlich im redaktionellen Inhalt und wird durch Hinwegscrollen über eine Seite sukzessive aufgerufen bis es vollständig sichtbar ist. Verfügbar ist das Online-Werbeformat für HTML5-, Video- oder Bildinhalte. Im Mittelpunkt steht auch hier die Intention, den Nutzer nicht in seinen digitalen Gewohnheiten einzuschränken.

Gleichzeitig verbessert YOC mit dieser Produkt-erweiterung die Monetarisierung für Publisher, da Werbekampagnen, die auf dem **YOC Understitial Ad®** basieren, sowohl mobil als auch online eingekauft werden können.

Darüber hinaus stärkt die Entwicklung des **YOC Understitial Desktop Ad** den ganzheitlichen Kommunikationsansatz der Werbetreibenden.

Das **YOC Inline Video Ad** ist ein innovatives digitales Werbeformat, das Werbetreibenden ermöglicht, Video-Anzeigen auf klassischen Webseiten ohne eigenen Video-Content zu schalten. Es ist kompatibel mit branchen-üblichen Standards (VAST und VPaid) und spielt die Videoanzeige in hoher Qualität aus. Die Besonderheit dieses Produkts ist es, dass es überall einsetzbar ist und keine feste Platzierung innerhalb der Website der Publisher benötigt. Durch die integrierte Start-Stopp-Automatik läuft das Video nur, wenn der Nutzer es auf seinem Smartphone-Display beziehungsweise Monitor gerade ansieht und unterbricht, sobald es durch Scrollen außerhalb des sichtbaren Bereichs gelangt. Dies verbessert die Sichtbarkeit (Viewability) und in Konsequenz die Werbewirkung des Advertisers deutlich.

Das **YOC Mystery Ad®** ist ein mehrfach ausgezeichnetes, vollflächiges mobiles Werbeformat. Die Besonderheit des Produktes liegt in der Möglichkeit, den Nutzer mit beliebigen, kreativen Elementen zur Interaktion mit der Markenbotschaft zu animieren.

Das **YOC Mystery Ad®** bietet somit umfangreiche gestalterische Möglichkeiten, um eine hohe Aufmerksamkeit der Nutzer zu garantieren.

Mitte des Jahres 2018 führte YOC ein viertes Werbeformat in den Markt ein: den **YOC Mystery Scroller®**. Der Vorzug des **YOC Mystery Scroller®** liegt in der Reactive Scrolling-Technologie: Animationen, Effekte und Videos können auf das Scroll-Verhalten des Benutzers abgestimmt werden.

Der **YOC Mystery Scroller®** wird von allen mobilen Browsern unterstützt und nutzt lediglich knapp 30 % des Bildschirms. Die Anzeige bleibt dauerhaft im sichtbaren Bereich, ohne jedoch den Lesefluss zu behindern. Durch seine Proaktivität spielt der **YOC Mystery Scroller®** nicht einfach ein Werbeformat ab, sondern verleiht diesem eine spezielle Note ohne störende Übergänge.

Neben den vorgenannten, unternehmenseigenen Produkten bietet YOC auch alle klassischen Werbeformaten 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 zu einem entscheidenden Faktor avanciert. Bereits im vergangenen Geschäftsjahr 2018 baute YOC daher seine technische Infrastruktur zur Messung und Auswertung der Sichtbarkeit von mobilen Werbeformaten weiter aus.

Die YOC-Produkte orientieren sich an marktüblichen Messstandards (nach IAB und MRC) und bieten Advertisern damit international vergleichbare Erfolgskennzahlen für ihren Werbeerfolg im Digital Advertising. Infolgedessen eröffnet YOC seinen Werbekunden 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.

Sämtliche YOC-Produktlinien, bis auf das **YOC Inline Video Ad**, sind bereits zum Markenschutz beim Europäischen Patentamt registriert und als Marken eingetragen und geschützt worden.

ZUSÄTZLICHE MOBILE ADVERTISING LEISTUNGEN

YOC bietet seinen Werbekunden effektive Mobile und Online 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 des Unternehmens auch ihr Know-how zur Verfügung, wenn es um die Aussteuerung der Kampagnen auf digitalen Endgeräten geht.

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. Zudem wird die unternehmenseigene Plattform **VIS.X®** durch das **YOC Hub** angesteuert.

Die erweiterte Unterstützung des programmatischen Geschäftsbereichs durch dediziertes Reporting erleichtert das tägliche operative Geschäft. Durch die umfassende und frei konfigurierbare Software-Oberfläche des YOC Hub erhalten die Nutzer einen aktuellen Überblick über den Vermarktungserfolg der YOC-Produkte.

ENTWICKLUNG DER ERTRAGSLAGE

Seit dem 01. Januar 2019 ist der neue Rechnungslegungsstandard IFRS 16 anzuwenden. Dieser regelt den Ansatz, die Bewertung, den Ausweis sowie die Angabepflichten bezüglich Leasingverhältnissen.

Für eine detailliertere Darstellung der Neubewertungs- und Reklassifizierungseffekte wird auf den Abschnitt „Grundlagen der Aufstellung des Abschlusses sowie Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden“ verwiesen.

UMSATZENTWICKLUNG UND GESAMTLEISTUNG

In den ersten drei Monaten des laufenden Geschäftsjahres 2019 steigerte die YOC-Gruppe den **Gesamtumsatz** um rund 6 % im Vergleich zum Vorjahreszeitraum auf insgesamt 2,9 Mio. EUR (3M/2018: 2,7 Mio. EUR).

Die **Gesamtleistung** des Konzerns lag mit 3,0 Mio. EUR auf dem Niveau des Vorjahres (3M/2018: 3,0 Mio. EUR).

ROHERTRAG

Die **Rohertragsquote** blieb in der Berichtsperiode in Höhe von 38 % konstant im Vergleich zum Vorjahr (3M/2018: 38 %).

Die weitere kontinuierliche Erhöhung der Rohertragsmarge stellt einen wichtigen Baustein zur weiteren nachhaltig positiven Unternehmensentwicklung dar und ist parallel dazu Ausdruck der veränderten Marktpositionierung der Gesellschaft.

PERSONALAUFWAND UND -ENTWICKLUNG

Gegenüber dem Vorjahr sank der **durchschnittliche Personalbestand** (ohne Vorstand) der YOC-Gruppe auf 45 Mitarbeiter (3M/2018: 55 Mitarbeiter). Zum 31. März 2019 beschäftigte die YOC-Gruppe 42 festangestellte Mitarbeiter.

Im Vergleich zum Vorjahr bedeutete dies einen Rückgang in Höhe von 25 % (3M/2018: 56 festangestellte Mitarbeiter).

Der **Personalaufwand** in Höhe von 0,97 Mio. EUR liegt leicht unterhalb des Aufwandsniveaus des Vorjahreszeitraums (3M/2018: 1,04 Mio. EUR).

SONSTIGE BETRIEBLICHE AUFWENDUNGEN

In den ersten drei Monaten des laufenden Geschäftsjahres 2019 lagen die **sonstigen betrieblichen Aufwendungen** in Höhe von 0,4 Mio. EUR konstant auf dem Niveau des Vorjahres (3M/2018: 0,4 Mio. EUR).

Insgesamt zeigten die in den vergangenen Jahren umgesetzten Maßnahmen zur Einsparung von Kosten in diversen Bereichen weiterhin ihre Wirkung.

EBITDA

Das **operative Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)** betrug unverändert im Vergleich zum Vorjahreszeitraum -0,1 Mio. EUR (3M/2018: -0,1 Mio. EUR).

ERGEBNIS NACH STEUERN

Die YOC-Gruppe verzeichnete **planmäßige Abschreibungen** in Höhe von 0,13 Mio. EUR (3M/2018: 0,07 Mio. EUR), ein negatives **Finanzergebnis** in Höhe von 0,04 Mio. EUR (3M/2018: -0,02 Mio. EUR) sowie **Steuern vom Einkommen und Ertrag** in Höhe von 0,06 Mio. EUR (3M/2018: 0,04 Mio. EUR).

Somit beträgt das **Ergebnis nach Steuern** (inklusive Corporate Functions) -0,4 Mio. EUR (3M/2018: -0,3 Mio. EUR) im Berichtszeitraum.

ENTWICKLUNG DER FINANZ- UND VERMÖGENSLAGE

Zum 31. März 2019 beliefen sich die **liquiden Mittel** der YOC-Gruppe auf 0,3 Mio. EUR.

OPERATIVER CASH-FLOW

Die Ermittlung des **operativen Cash-Flows** erfolgt nach der indirekten Methode. Ausgangspunkt für die Ermittlung ist das Ergebnis nach Steuern im Berichtszeitraum in Höhe von -0,4 Mio. EUR (3M/2018: -0,3 Mio. EUR). Im operativen Cash-Flow sind alle zahlungswirksamen Transaktionen des Geschäftsjahres enthalten, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind.

Der **operative Cash-Flow** der YOC-Gruppe betrug -0,1 Mio. EUR im Berichtszeitraum (3M/2018: -0,4 Mio. EUR).

Dieser resultierte, neben dem Ergebnis nach Steuern, aus der saisonalen Veränderung des Working Capital.

CASH-FLOW AUS INVESTITIONSTÄTIGKEITEN

Der Mittelabfluss aus **Investitionstätigkeiten** in Höhe von insgesamt 0,1 Mio. EUR (3M/2018: 0,1 Mio. EUR) umfasst primär die aktivierungsfähigen internen Entwicklungskosten im Zusammenhang mit der Weiterentwicklung der technologischen Plattformen des Unternehmens und innovativer Produkte sowie externe Entwicklungskosten.

Im Sachanlagevermögen verhalten sich Zu- und Abgänge ausgewogen.

CASH-FLOW AUS FINANZIERUNGSTÄTIGKEITEN

Der **Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeiten** in Höhe von -0,2 Mio. EUR (3M/2018: 0 Mio. EUR) resultiert aus der Tilgung von Darlehens- und Leasingverbindlichkeiten.

CHANCEN, RISIKEN UND AUSBLICK

CHANCEN UND RISIKEN

Als international ausgerichtetes Dienstleistungsunternehmen ist die YOC-Gruppe in einem dynamisch entwickelnden Markt tätig, was naturgemäß unternehmens- und branchenspezifische sowie finanzwirtschaftliche Risiken in sich birgt.

Schwerpunkte sind hierbei Markt- und Wettbewerbsrisiken, technologische Risiken, Haftungsrisiken, personelle Risiken, Planungsrisiken, organisatorische Risiken sowie Finanz- und Treasury-Risiken.

Diese Risiken können sowohl aus eigenem unternehmerischem Handeln als auch aus externen Faktoren resultieren.

Die YOC-Gruppe hat Maßnahmen getroffen, um solche möglichen Risiken rechtzeitig zu erkennen und zu reduzieren. Zu diesem Zweck wurde ein entsprechendes Risikomanagementsystem eingerichtet, in dessen Rahmen die Risiken durch eine unternehmensweite Risikoinventur in regelmäßigen Abständen erfasst, bewertet und laufend überwacht werden.

Die vom Vorstand festgelegte Risikopolitik der YOC-Gruppe ist unverändert fester Bestandteil der Unternehmenspolitik im Rahmen des Bestrebens nach einem nachhaltigen Wachstum, der Steigerung des Unternehmenswertes sowie der langfristigen Sicherung des Fortbestandes des Unternehmens. Dazu werden unter Abwägung des Rendite-Risiko-Verhältnisses bewusst notwendige Risiken eingegangen, um die gebotenen Marktchancen nutzen und die hierinliegenden Erfolgspotenziale ausschöpfen zu können.

Durch das vorausschauende Risikocontrolling als Teilbereich des internen Kontrollsystems können Risiken und Chancen frühzeitig erkannt und bewertet werden, um somit im angemessenen Umfang zeitnah darauf zu reagieren und eine effiziente Steuerung für den Unternehmenserfolg zu gewährleisten.

Die im Rahmen der Risikosteuerung zu treffenden Maßnahmen werden in den operativen Einheiten vollzogen.

AUSBLICK

Die Internetnutzung ist im Alltag der Menschen bereits in hohem Maße etabliert. Die vielfältigen Möglichkeiten sowie die Masse an online bereitgestellten Inhalten wirkt sich auf den kontinuierlich steigenden täglichen Internetkonsum aus.

Vor allem Menschen, die unterwegs mit ihren mobilen Geräten online sind, nutzen das Internet deutlich intensiver verglichen zur Gesamtbevölkerung: Durchschnittlich 209 Minuten täglich. Bei unter 30-Jährigen liegt die tägliche Nutzungsdauer sogar bei 278 Minuten.¹

Um für diese Generation relevant zu bleiben, müssen sowohl Publisher als auch Advertiser attraktive Informations- und Unterhaltungsangebote bereitstellen.

Für Publisher bedeutet dies, ihre Nutzer mit Werbung nicht zu überfordern und ihnen idealerweise mit kreativen Formaten sogar einen Mehrwert zu bieten. Für Advertiser bedeutet dies hingegen, ihre Zielgruppe genau zu kennen und sie kreativ anzusprechen.

Vor diesem Hintergrund bekommt die Forderung nach kreativen und hochwirksamen Formaten eine noch größere Relevanz.

Studien zeigen, dass Rich Media- Formate, also solche, die die Einbindung vielfältiger Medien wie Video, Audio oder HTML5 erlauben, fünfmal so hohe Interaktionsraten erzeugen, wie dies Standard Banner erreichen und deswegen zu einer höheren und positiveren Markenwahrnehmung führen.²

Seit einigen Jahren positioniert sich YOC mit einer Vielzahl attraktiver Produktlinien und Features bereits in diesem Geschäftsfeld und erwartet durch die Bereitstellung interaktiver und wirksamkeitsstarker Werbeformate im programmatischen Umfeld am Marktwachstum zu partizipieren.

Allerdings wurde der Automatisierung des Mediahandels vor allem in Deutschland bisher zögerlich begegnet. Aber auch im europäischen Kontext bietet der Markt derzeit kaum angebotsseitige Plattformen, die die Nachfrage nach Mobile Programmatic Advertising in Verbindung mit hochwirksamen Werbeprodukten bedienen können.

Weitere Vorbehalte entstehen durch die Sorge vieler Werbetreibenden, ihre Werbeanzeigen könnten in negativ behafteten Umfeldern erscheinen. Dies zeigt umso mehr die Relevanz sicherer Premium-Umfelder und vor allem ihrer Transparenz.

Vor diesem Hintergrund ergab sich für die Gesellschaft entsprechender Handlungsbedarf: Mit dem Launch der neuen proprietären Supply Side-Plattform **VIS.X®** im Jahr 2018 bietet YOC nicht nur hochwirksame Werbeformate an, die den Vorgaben der Coalition For Better Ads³ entsprechen, sondern kann diese nun auch plattformbasiert über programmatische Vertriebswege handeln und ausliefern.

Durch die Anbindung der Premium-Publisher und deren hochqualitatives Inventar deckt das Unternehmen zudem die starke Forderung nach Markensicherheit (Brand Safety), also nach sicheren Werbefeldern, ab und wird dadurch zukünftig am weiteren Ausbau des programmatischen Handels in Europa partizipieren.

Im Geschäftsjahr 2019 liegt das Augenmerk des Vorstands insbesondere auf der Verstetigung des dynamischen Wachstums des programmatischen Plattformgeschäfts und damit der Umsetzung der definierten Unternehmensstrategie. Hierzu ist es notwendig, dass alle YOC-Standorte die neue Marktpositionierung adaptieren und alle hinreichenden Aufgaben umsetzen.

Parallel dazu soll die Internationalisierung der YOC-Gruppe weiter vorangetrieben werden. Mit der Markteinführung der eigenen Technologieplattform **VIS.X®** wird die Gesellschaft durch den programmatischen Handel von hocheffektiven Werbeprodukten einen nachhaltigen Wettbewerbsvorteil sowie Unabhängigkeit von Drittanbietern erlangen. Darüber hinaus sollen neben dem Bestandsgeschäft sukzessive weitere Umsätze im programmatischen Echtzeithandel generiert werden.

Die Erwartungen für das laufende Geschäftsjahr 2019 sind positiv. Insgesamt rechnet die YOC-Gruppe für das Geschäftsjahr 2019 mit **Umsatzerlösen** in Höhe von **15,5 Mio. EUR bis 16,5 Mio. EUR** bei einer nur unter-proportional ansteigenden Kostenstruktur.

Auf Basis dieser Umsatzprognose rechnet die Gesellschaft für das Geschäftsjahr 2019 im Vergleich zu Vorjahreszeitraum mit einer weiteren Verbesserung des **operativen Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)** in Höhe von **0,2 Mio. EUR bis zu 0,5 Mio. EUR**.

1) ARD/ZDF. ARD/ZDF-Onlinestudie 2018. 10.10.2018. <http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/ardzdf-onlinestudie-2018/>. Abruf am: 11.03.2019.

2) Adform. Standard vs. Rich Media! Who will win the battle?. 17.09.2012. <https://blog.adform.com/rich-media/standard-vs-rich-media/>. Abruf am: 11.03.2019.

3) Coalition for Better Ads. The Bad Ads Standards. Kein Veröffentlichungsdatum. <https://www.betterads.org/standards/>. Abruf am: 11.03.2019.

KONZERNZWISCHENABSCHLUSS

KONZERNGESAMTERFOLGSRECHNUNG Q1/2019 (UNGEPRÜFT)

Alle Angaben in EUR

	Q1/2019	Q1/2018
Umsatzerlöse	2.878.079	2.718.548
Aktivierete Eigenleistungen	70.489	85.141
Sonstige betriebliche Erträge	65.948	208.635
Gesamtleistung	3.014.517	3.012.324
Materialaufwand	1.782.232	1.686.212
Personalaufwand	974.221	1.043.517
Sonstige betriebliche Aufwendungen	398.097	424.365
Operatives Ergebnis vor Abschreibungen	-140.033	-141.770
Abschreibungen	133.999	74.843
Operatives Ergebnis	-274.032	-216.613
Finanzaufwendungen	40.176	23.860
Finanzergebnis	-40.176	-23.860
Ergebnis vor Steuern	-314.208	-240.473
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	59.072	37.744
Ergebnis nach Steuern	-373.280	-278.217
Periodenergebnis	-373.280	-278.217

ERGEBNIS JE AKTIE

Ergebnis je Aktie unverwässert	-0,11	-0,09
Ergebnis je Aktie verwässert	-0,11	-0,09

KONZERN-GESAMTERGEBNISRECHNUNG

Ergebnis nach Steuern	-373.280	-278.217
Effekte, die künftig in die Gewinn- und Verlustrechnung reklassifiziert werden können:		
Unrealisierte Ergebnisse aus der Währungsumrechnung	-7.656	5.617
Sonstiges Ergebnis	-7.656	5.617
Gesamtergebnis	-380.936	-272.600

Bei der Verwendung von gerundeten Beträgen und Kennzahlen können aufgrund kaufmännischer Rundungen Differenzen auftreten.

KONZERNZWISCHENABSCHLUSS

KONZERNBILANZ PER 31.03.2019 (UNGEPRÜFT)

Alle Angaben in EUR

	31.03.2019	31.12.2018
AKTIVA		
Langfristige Vermögenswerte	1.621.613	844.641
Sachanlagen	90.690	96.189
Immaterielle Vermögenswerte	776.237	747.287
Latente Steuern	1.209	1.165
Nutzungsrechte aus Leasing	753.477	0
Kurzfristige Vermögenswerte	2.903.154	5.379.230
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	2.219.043	4.532.281
Sonstige Vermögenswerte	337.835	182.720
Steuerforderungen	11.949	0
Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten	334.327	664.228
Summe Vermögenswerte	4.524.767	6.223.871
PASSIVA		
Eigenkapital	-4.275.542	-3.894.606
Gezeichnetes Kapital	3.292.978	3.292.978
Kapitalrücklage	20.961.224	20.961.224
Gewinnrücklagen	-28.436.659	-28.063.379
Unterschiedsbetrag aus Währungsumrechnungen	-42.767	-35.111
Eigene Aktien	-50.319	-50.319
Langfristige Schulden	2.859.464	2.430.181
Rückstellungen	79.868	79.714
Verbindlichkeiten aus Leasing	579.129	0
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	2.200.467	2.350.467
Kurzfristige Schulden	5.940.844	7.688.296
Erhaltene Anzahlungen	3.504	12.485
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2.534.072	3.426.506
Sonstige Verbindlichkeiten	406.011	575.906
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	2.387.187	3.610.140
Verbindlichkeiten aus Leasing	175.529	0
Steuerschulden	69.942	46.760
Rückstellungen	364.598	16.500
Summe Eigenkapital und Schulden	4.524.766	6.223.871

Bei der Verwendung von gerundeten Beträgen und Kennzahlen können aufgrund kaufmännischer Rundungen Differenzen auftreten.

KONZERNZWISCHENABSCHLUSS

KONZERNKAPITALFLUSSRECHNUNG Q1/2019 (UNGEPRÜFT)

Alle Angaben in EUR

	3M/2019	3M/2018
Ergebnis nach Steuern	-373.280	-278.217
Abschreibungen	133.999	74.843
Erfolgswirksam erfasste Steuern	59.072	37.744
Erfolgswirksam erfasste Zinsen	40.176	23.860
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge	-12.540	-31.828
Cash-Earnings	-152.573	-173.598
Veränderungen Forderungen, Anzahlungen und sonstige Vermögenswerte	2.146.174	919.975
Veränderungen Verbindlichkeiten, Anzahlungen und sonstige Schulden	-2.341.175	-1.431.435
Veränderungen Rückstellungen	348.252	312.626
Veränderung der übrigen Aktiva und Passiva	1.182	0
Gezahlte Zinsen	-62.653	-22.006
Gezahlte Steuern	-16.500	-24.417
Operativer Cash-Flow	-77.291	-418.855
Investitionen in Sachanlagen	-5.910	-7.872
Investitionen in immaterielle Vermögenswerte	-17.104	-30.000
Auszahlungen für Entwicklungskosten	-70.489	-85.141
Veräußerung von Sachanlagen	84	0
Cash-Flow aus Investitionstätigkeit	-93.419	-123.013
Tilgung von Leasingverbindlichkeiten	-59.191	0
Darlehensrückzahlung	-100.000	0
Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit	-159.191	0
Nettozunahme/-abnahme	-329.901	-541.868
Finanzmittelfonds zu Beginn der Berichtsperiode	664.228	984.244
Finanzmittelfonds zum Ende der Berichtsperiode	334.327	442.378

KONZERNZWISCHENABSCHLUSS

ENTWICKLUNG DES KONZERNEIGENKAPITALS PER 31.03.2019 (UNGEPRÜFT)

Alle Angaben in EUR

	GEZEICHNETES KAPITAL	KAPITAL- RÜCKLAGE	GEWINN- RÜCKLAGEN	UNTERSCHIEDS- BETRAG AUS WÄHRUNG- UMRECHNUNGEN	EIGENE AKTIEN	GESAMT
per 01.01.2018	3.292.978	20.641.091	-27.904.959	-70.306	-50.319	-4.091.514
Ergebnis nach Steuern			-278.217			-278.217
Unterschiedsbetrag aus Währungsumrechnungen				5.617		5.617
Gesamtergebnis	0	0	-278.217	5.617	0	-272.600
per 31.03.2018	3.292.978	20.641.091	-28.183.176	-64.689	-50.319	-4.364.114

per 01.01.2019	3.292.978	20.961.224	-28.063.379	-35.111	-50.319	-3.894.606
Ergebnis nach Steuern			-373.280			-373.280
Unterschiedsbetrag aus Währungsumrechnungen				-7.656		-7.656
Gesamtergebnis	0	0	-373.280	-7.656	0	-380.936
per 31.03.2019	3.292.978	20.961.224	-28.436.659	-42.767	-50.319	-4.275.542

Bei der Verwendung von gerundeten Beträgen und Kennzahlen können aufgrund kaufmännischer Rundungen Differenzen auftreten.

➤ Es bestehen keine Anteile nicht beherrschender Gesellschafter.

ANHANG ZUM KONZERN- ZWISCHEN- ABSCHLUSS

ALLGEMEINE INFORMATIONEN

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 DE0005932735 im Prime Standard der Frankfurter Wertpapierbörse gelistet.

GRUNDLAGEN DER AUFSTELLUNG DES ABSCHLUSSES SOWIE BILANZIERUNGS- UND BEWERTUNGSMETHODEN

Grundlagen der Aufstellung des Abschlusses

Der Finanzbericht der YOC AG zum 31. März 2019 erfüllt die Anforderungen des Wertpapierhandelsgesetzes.

Die Aufstellung des Konzernzwischenabschlusses erfolgte in Übereinstimmung mit den Vorschriften des IAS 34 in verkürzter Form und in Anwendung von § 315a HGB gemäß den Vorschriften der am Abschlussstichtag gültigen und von der Europäischen Union (EU) anerkannten International Financial Reporting Standards (IFRS) des International Accounting Standards Board (IASB) sowie den vom IASB gebilligten Interpretationen des IFRS Interpretations Committee (IFRS IC).

Der verkürzte und ungeprüfte Konzernzwischenabschluss der YOC AG enthält nicht alle erforderlichen Angaben und Informationen, wie sie im Rahmen eines vollständigen Konzernabschlusses zum Geschäftsjahr präsentiert werden. Es empfiehlt sich daher, den Zwischenbericht zusammen mit dem Konzernabschluss 2018 zu lesen.

Im laufenden Geschäftsjahr verpflichtend anzuwendende Standards und Interpretationen

Im laufenden Geschäftsjahr 2019 wurden sämtliche ab dem 01. Januar 2019 verpflichtend anzuwendenden Standards beachtet.

IFRS 16 regelt den Ansatz, die Bewertung, den Ausweis sowie die Angabepflichten bezüglich Leasingverhältnissen. Für den Leasingnehmer sieht der Standard ein einziges Bilanzierungsmodell vor.

IFRS 16 wurde im Januar 2016 veröffentlicht und ist erstmals auf Geschäftsjahre, die am oder nach dem 01. Januar 2019 beginnen, verpflichtend anzuwenden.

Dies 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.

Die Gesellschaft macht von der modifizierten retrospektiven Anwendung Gebrauch. Die Möglichkeit einer vorzeitigen Anwendung hat die Gesellschaft nicht in Anspruch genommen. Die Neuregelungen betreffen die Bilanzierung und Bewertung von Mietleasing, die zuvor als Operating- Leasingverhältnisse klassifiziert wurden.

Im Rahmen der Erstanwendung wurden Leasingverhältnisse mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr als kurzfristige Leasingverhältnisse behandelt.

Die durch die Gesellschaft angemieteten Büroflächen führen zu entsprechenden Nutzungsrechten und korrespondierenden Leasingverbindlichkeiten.

Die Leasingverbindlichkeiten nach IFRS 16 werden unter Verwendung des Grenzfremdkapitalzinssatzes zum 01. Januar 2019 abgezinst. Der gewichtete durchschnittliche Zinssatz beträgt 7,9 %.

Veröffentlichte Standards und Interpretationen, die noch nicht verpflichtend anzuwenden sind

Mit **IFRIC 23** werden die Anforderungen an den Ansatz und die Bewertung von unsicheren Ertragsteuerepositionen klargestellt. Die Interpretation ist auf zu versteuernde Gewinne (steuerliche Verluste), steuerliche Basen, nicht genutzte steuerliche Verluste, nicht genutzte Steuergutschriften und Steuersätze anzuwenden, wenn Unsicherheit bezüglich der ertragsteuerlichen Behandlung nach IAS 12 besteht.

Die Gesellschaft prüft derzeit, welche Auswirkungen die Anwendung der Interpretation auf den Konzernabschluss haben wird.

Der Vorstand geht davon aus, dass bei Vorliegen entsprechender Anwendungsfälle in dem Konzernabschluss des Geschäftsjahres angewendet werden, in dem sie verpflichtend anzuwenden sind.

ANGABEN ZU WESENTLICHEN ENTWICKLUNGEN DER BILANZ UND DER KONZERNGESAMT-ERFOLGSRECHNUNG

SONSTIGE ANGABEN ZU FINANZINSTRUMENTEN

Die Buchwerte von Zahlungsmitteln, Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, kurzfristigen sonstigen

Vermögenswerten und sonstigen kurzfristigen finanziellen Verbindlichkeiten entsprechen hauptsächlich aufgrund der kurzen Laufzeiten dieser Instrumente nahezu ihren beizulegenden Zeitwerten.

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

Die nachfolgende Tabelle zeigt die Buchwerte, die beizulegenden Zeitwerte sowie die Kategorisierung gemäß IFRS 9.

**31.03.2019
(IN TEUR)**

AKTIVA

Zahlungsmittel	
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	

BUCHWERT	ZU FORTGEFÜHRTEN ANSCHAFFUNGSKOSTEN
----------	-------------------------------------

334	334
2.219	2.219
338	338

PASSIVA

davon Langfristig

Festverzinsliche Darlehen	
YOC Wandelschuldverschreibung	

750	750
1.270	1.270

davon Kurzfristig

Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	
Festverzinsliche Darlehen	
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten (ohne Darlehen)	

2.534	2.534
250	250
2.317	2.317

**31.03.2018
(IN TEUR)**

AKTIVA

Zahlungsmittel	
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	

BUCHWERT	ZU FORTGEFÜHRTEN ANSCHAFFUNGSKOSTEN
----------	-------------------------------------

442	442
2.049	2.049
181	181

PASSIVA

davon Langfristig

Festverzinsliche Darlehen	
YOC Wandelschuldverschreibung	

300	300
0	0

davon Kurzfristig

Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	
Festverzinsliche Darlehen	
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten (ohne Darlehen)	

2.637	2.637
1.000	1.000
2.331	2.331

UMSATZERLÖSE UND GESAMTLEISTUNG

In den ersten drei Monaten des laufenden Geschäftsjahres 2019 steigerte die YOC-Gruppe den **Gesamtumsatz** um rund 6 % im Vergleich zum Vorjahreszeitraum auf insgesamt 2,9 Mio. EUR (3M/2018: 2,7 Mio. EUR).

Die **Gesamtleistung** des Konzerns lag mit 3,0 Mio. EUR auf dem Niveau des Vorjahres (3M/2018: 3,0 Mio. EUR).

ROHERTRAG

Die **Rohertragsquote** blieb in der Berichtsperiode in Höhe von 38 % konstant im Vergleich zum Vorjahr (3M/2018: 38 %).

EBITDA

Das **operative Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)** betrug unverändert im Vergleich zum Vorjahreszeitraum -0,1 Mio. EUR (3M/2018: -0,1 Mio. EUR).

SEGMENTBERICHTERSTATTUNG

Die Segmentberichterstattung erfolgt auf Grundlage der internen Managementstruktur. Der Konzern gliedert sich demnach in folgende berichtspflichtige Geschäftssegmente:

1. Region Mittel- und Osteuropa
2. Region Restliches Europa

Zur Bildung der vorstehenden berichtspflichtigen Geschäftssegmente werden die Segmente Deutschland, Österreich und Schweiz sowie seit 2016 Polen und seit 2018 Niederlande im Segment Mittel- und Osteuropa sowie Großbritannien und Spanien im Segment Restliches Europa zusammen-gefasst, da sie vergleichbare wirtschaftliche Merkmale (unter anderem hinsichtlich Wachstumsdynamik und Rohertragsmargen) aufweisen und auch hinsichtlich ihrer Produkte, Dienstleistungen, Kunden, Prozesse und Vertriebsmethoden vergleichbar sind.

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.

Darüber hinaus werden Umsatzerlöse im Bereich der zentralen Erlösoptimierung des internationalen Publisher-Portfolios der YOC-Gruppe erzielt und intern weiterverrechnet.

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

SEGMENTBERICHTERSTATTUNG (in TEUR)

01.01.2019 - 31.03.2019

Umsatz	
Innenumsatz	
Gesamtumsatz	
Aktivierete Eigenleistungen	
Sonstiger betr. Ertrag	
Gesamtleistung	
Materialaufwand	
Personalaufwand	
Sonstiger betr. Aufwand	
EBITDA	

MITTEL- UND OSTEUROPA	RESTLICHES EUROPA	CORPORATE FUNCTIONS	KONSOLIDIERUNG	YOC-GRUPPE
1.815	32	1.031	0	2.878
940	28	128	-1.095	0
2.755	60	1.159	-1.095	2.878
0	0	70	0	70
36	11	201	-181	66
2.790	71	1.430	-1.277	3.015
1.722	43	1.112	-1.094	1.782
431	129	414	0	974
324	43	214	-183	398
313	-144	-309	0	-140

01.01.2018 - 31.03.2018

Umsatz	
Innenumsatz	
Gesamtumsatz	
Aktivierete Eigenleistungen	
Sonstiger betr. Ertrag	
Gesamtleistung	
Materialaufwand	
Personalaufwand	
Sonstiger betr. Aufwand	
EBITDA	

1.771	480	467	0	2.719
386	59	194	-640	0
2.157	539	661	-640	2.719
0	0	85	0	85
73	47	280	-191	209
2.231	586	1.026	-831	3.012
1.298	377	651	-639	1.686
389	249	406	0	1.044
247	130	238	-191	424
296	-169	-268	-1	-142

Im Segment Mittel- und Osteuropa konnte der Gesamtumsatz inkl. Innenumsätzen um 28 % auf 2.755 TEUR (Q1/2018: 2.157 TEUR) gesteigert werden.

Das operative Ergebnis in diesem Segment stieg nur leicht auf 313 TEUR an (Q1/2018: 296 TEUR). Der Grund hierfür liegt in innerbetrieblichen Lizenzierungen.

Dem gegenüber konnten die Umsatzziele im spanischen Markt sowie in Großbritannien in den ersten drei Monaten 2019 nicht erreicht werden.

Ursache hierfür ist die länger als geplant andauernd Umsetzung der neuen Produktstrategie.

Die Umsatzerlöse des Segments Restliches Europa sanken auf 60 TEUR (Q1/2018: 539 TEUR).

Aufgrund einer entsprechend vorgenommenen Anpassung der Kostenstruktur blieb das EBITDA in Höhe von -144 TEUR nahezu auf dem Niveau des Vorjahres (Q1/2018: -169 TEUR).

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

ÜBERLEITUNGSRECHNUNG (in TEUR)

	3M/2019	3M/2018
EBITDA	-140	-142
Abschreibungen	-134	-75
Finanzergebnis	-40	-24
Ergebnis vor Steuern	-314	-240
Steuern	-59	-38
Ergebnis nach Steuern	-373	-278

Zum 31. März 2019 betragen die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen in der Region **Mittel- und Osteuropa** 1.290 TEUR (Vorjahr: 1.266 TEUR), 147 TEUR (Vorjahr: 579 TEUR) in der Region **Restliches Europa** sowie 782 TEUR (Vorjahr: 204 TEUR) im Bereich **Corporate Functions**.

Daneben beliefen sich die Verbindlichkeiten in der Region **Mittel- und Osteuropa** auf 1.853 TEUR (Vorjahr: 1.425 TEUR), in der Region **Restliches Europa** auf 243 TEUR (Vorjahr: 789 TEUR) sowie im Bereich **Corporate Functions** auf 437 TEUR (Vorjahr: 423 TEUR).

CASH-FLOW RECHNUNG

Zum 31. März 2019 beliefen sich die **liquiden Mittel** der YOC-Gruppe auf 0,3 Mio. EUR.

Der **operative Cash-Flow** der YOC-Gruppe betrug -0,1 Mio. EUR im Berichtszeitraum (3M/2018: -0,4 Mio. EUR). Dieser resultierte, neben dem Ergebnis nach Steuern, aus der saisonalen Veränderung des Working Capital.

Der Mittelabfluss aus **Investitionstätigkeiten** in Höhe von insgesamt 0,1 Mio. EUR (3M/2018: 0,1 Mio. EUR) umfasst primär die aktivierungsfähigen internen Entwicklungskosten im Zusammenhang mit der Weiterentwicklung der technologischen Plattformen des Unternehmens und innovativer sowie externe Entwicklungskosten. Im Sachanlagevermögen verhalten sich Zu- und Abgänge ausgewogen.

Der **Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeiten** in Höhe von -0,2 Mio. EUR (3M/2018: 0 Mio. EUR) resultiert aus der Tilgung von Darlehens- und Leasingverbindlichkeiten.

EREIGNISSE NACH DER ZWISCHENBERICHTSPERIODE

Bis zum Zeitpunkt der Veröffentlichung des Konzernzwischenabschlusses haben sich keine weiteren wesentlichen Ereignisse nach dem 31. März 2019 ergeben.

RISIKO- UND CHANCENBERICHT

Die Finanzinstrumente beinhalten Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, Zahlungsmittel, sonstige Vermögenswerte und Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen, sonstige Verbindlichkeiten sowie die YOC Wandelschuldverschreibung 2018–2022. Es besteht die Möglichkeit, dass die YOC Wandelschuldverschreibung 2018–2022 am Rückzahlungstag nicht oder nur teilweise in YOC Aktien gewandelt beziehungsweise gewandelt worden ist. In diesem Falle würde die Rückzahlung der nicht gewandelten Schuldverschreibungen zu 112 % erfolgen.

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

HAFTUNGSVERHÄLTNISSSE, EVENTUALVERBINDLICHKEITEN UND ÄHNLICHES

Aus dem virtuellen Aktienoptionsprogramm können sich in Abhängigkeit von einem bestimmten Ausübungsszenario unter Umständen Zahlungsverpflichtungen ergeben.

Darüber hinaus liegen keine weiteren Haftungsverhältnisse, Gewährleistungen, Eventualverbindlichkeiten oder Ähnliches vor.

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 Personen in Schlüsselpositionen und deren enge Familienangehörige (gemäß IAS 24.9) als nahestehende Personen.

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 unter den langfristigen finanziellen Verbindlichkeiten ausgewiesen.

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

VERSICHERUNG DER GESETZLICHEN VERTRETER

Ich versichere 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, 29. Mai 2019

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Dirk H. Kraus', written in a cursive style.

Dirk-Hilmar Kraus

Der Vorstand

YOC-STANDORTE

BERLIN

YOC AG
YOC Mobile Advertising GmbH

Greifswalder Straße 212
10405 Berlin
Deutschland

DÜSSELDORF

YOC Mobile Advertising GmbH

Corneliusstraße 16 - 18
40215 Düsseldorf
Deutschland

LONDON

YOC Mobile Advertising Ltd.

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

MADRID

YOC Spain S.L.

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

WIEN

YOC Central Eastern Europe GmbH

Neubaugasse 10/2/17
1070 Wien
Österreich

WARSCHAU

YOC Central Eastern Europe GmbH

SP. Z O. O. ODDZIAŁ W POLSCE
Ul. Biały Kamień 3 m 49
02-593 Warszawa
Polen

AMSTERDAM

YOC Mobile Advertising Netherlands

Mediarena 2
1114 BC Amsterdam – Duivendrecht
Niederlande

FINANZKALENDER

24. JUNI 2019

Ordentliche Hauptversammlung der YOC AG

21. AUGUST 2019

Halbjahresfinanzbericht 2019

20. NOVEMBER 2019

Bericht zum dritten Quartal 2019

IMPRESSUM

HERAUSGEBER

YOC AG
Greifswalder Straße 212
10405 Berlin
Deutschland

T +49 (0) 30 72 61 62 - 0
F +49 (0) 30 72 61 62 - 222
info@yoc.com

Registereintragung: Amtsgericht Berlin HRB 77 285

GESAMTKONZEPT UND REDAKTION

YOC AG
Investor Relations

ir@yoc.com
www.yoc.com

