



# BERICHT ZUM 1. HALBJAHR 2014

Berlin, 28. August 2014

# INHALT

	SEITE
Brief an die Aktionäre	02
YOC im Überblick	04
Konzernzwischenlagebericht	05
Konzernzwischenabschluss	12
YOC Adressen	25
Finanzkalender	26
Impressum	27

# Brief an die Aktionäre

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

das Unternehmen befindet sich in einem Change Prozess vom Mobile AdNetwork hin zum Mobile Programmatic Anbieter. Wir werden sukzessive Produktinnovationen am Markt etablieren, um im klassischen Direktgeschäft als auch im automatisierten Echtzeithandel für Medialeistung zu den Marktführern im datenbasierten Mobile Targeting zu werden. Dies ist kein einfacher Weg - letztlich und konsequenterweise jedoch die richtige Basis, um das Unternehmen wieder in eine führende und nachhaltige Marktposition zu entwickeln.

Die YOC AG ist einer der Pioniere für Werbung auf mobilen Endgeräten - „Mobile first“ seit 2001. Wenngleich sich unser Marktumfeld verändert hat - der Trend hin zu Werbebudgets im Bereich Mobile Advertising ist unverkennbar. Die Menschen individuell, profilbasiert und unabhängig von Zeit und Raum auf ihrem elektronischen Begleiter zu erreichen, ist die Vision, die seit jeher unsere Branche antreibt. Wir nehmen die Herausforderungen des Marktes an und konzentrieren unsere Ressourcen entsprechend.

Folgerichtig positionieren wir die Gesellschaft in der internationalen digitalen Werbelandschaft mehr und mehr hin zu plattformbasierten Mobile Advertising Geschäftsmodellen - sowohl für Premium- als auch für Performance-Werbeinventar. In diesem Kontext haben wir kürzlich den Real-Time Mediahandel für mobiles Werbeinventar über Private Marketplaces gestartet. Demnächst folgt die Markteinführung von Produktinnovationen zur erweiterten zielgruppengenaue Ansprache mobiler Internetnutzer sowie von detaillierten, webbasierten, Reporting-Plattformen für Publisher und Advertiser.

Analog dieser strategischen Vorgabe haben wir Anfang Juli 2014 den Verkauf unserer Tochtergesellschaft belboon GmbH umgesetzt. Dadurch konzentriert sich die YOC-Gruppe ausschließlich auf ihr Kerngeschäft Mobile Advertising und trennt sich von der Randaktivität Affiliate Marketing. Aus der Transaktion wird ein positiver ergebniswirksamer Effekt im IFRS-Konzernabschluss 2014 in Höhe von rund 3,2 Mio. EUR resultieren.

Im Rahmen der Veränderung der Unternehmensausrichtung verlief die Umsatzentwicklung mit Umsätzen in Höhe von 4,4 Mio. EUR (H1/2013: 5,9 Mio. EUR) im ersten Halbjahr nicht zufriedenstellend. Neben der Verbesserung der Rohertragsmarge und der Erzielung von Sanierungserträgen in Höhe von 1,3 Mio. EUR konnte die Kostenstruktur im Vergleich zum ersten Halbjahr des Vorjahres - trotz einmaliger Belastungen - um 1,6 Mio. EUR gesenkt werden. In Konsequenz konnte das operative Ergebnis vor Abschreibungen des Kernbereichs Mobile Advertising um 2,9 Mio. EUR auf -1,1 Mio. EUR (H1/2013: -4,1 Mio. EUR) verbessert werden.

Unter Berücksichtigung der verkauften Tochtergesellschaft belboon GmbH, deren Entkonsolidierung Anfang Juli 2014 vorgenommen wurde, resultierte auf Konzernebene für das erste Halbjahr 2014 ein EBITDA in Höhe von -0,3 Mio. EUR (H1/2013: -3,6 Mio. EUR).

Im Rahmen des im Oktober 2013 aufgelegten Restrukturierungskonzeptes wurden im ersten Quartal 2014 Maßnahmen zur Bilanzsanierung umgesetzt, die zu den oben angeführten

Sanierungserträgen in Höhe von 1,3 Mio. EUR führten. Darüber hinaus konnten wir in den letzten Wochen weitere Schritte realisieren, sodass das Unternehmen inzwischen sämtliche Darlehensverbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten und Gesellschaftern zurückgeführt hat.

Wir gehen davon aus, dass wir bereits zum Ende des dritten Quartals 2014, spätestens aber zum Ende des laufenden Geschäftsjahres, die Bilanzsanierung komplett abgeschlossen haben werden.

Für das laufende zweite Halbjahr 2014 streben wir wachsende Umsätze an. Während bereits im ersten Halbjahr die Umsätze im deutschsprachigen Raum zulegen und wir hierbei von einem anhaltenden Trend ausgehen, konzentrieren wir unsere Anstrengungen vermehrt auf die Märkte in Großbritannien und Spanien, die im ersten Halbjahr 2014 rückläufig verliefen und uns nicht zufriedenstellten.

Die YOC AG ist auf dem richtigen Weg. Kurzfristig erfolgt die erläuterte Markteinführung innovativer Produkte. Wir werden die Kostenstruktur weiter reduzieren sowie steigende Umsätze erzielen. Dennoch, die strategische Neuausrichtung ist im vollen Gange und bedingt, dass wir leidenschaftlich und diszipliniert an einer nachhaltigen Marktpositionierung arbeiten.

In diesem Zusammenhang danke ich meinem Team, das mich mit vollem Einsatz unterstützt und Ihnen, sehr verehrte Aktionärinnen und Aktionäre, für Ihr Vertrauen.

Wir freuen uns auf die weitere Zusammenarbeit mit Ihnen!

Herzliche Grüße,



Ihr Dirk Kraus  
Vorstand YOC AG

# YOC im Überblick

Fortgeführter Geschäftsbereich (Kernbereich Mobile Advertising) (in TEUR)	H1/2014	H1/2013	Veränderung absolut	Veränderung in %
<b>Umsatz und Ergebnis</b>				
Umsatz gesamt	4,448	5,856	-1,408	-24
D-A-CH	2,313	2,157	156	7
Restliches Europa	2,135	3,699	-1,564	-42
Gesamtleistung	6,202	6,205	-3	0
EBITDA	-1,146	-4,060	2,914	72
EBITDA-Marge (in%)	-18	-65	k.A.	k.A.
Ergebnis nach Steuern	-1,473	-4,393	2,920	66
Ergebnis je Aktie verwässert in Euro	-0,52	-1.67	#WERT!	#WERT!
Ergebnis je Aktie unverwässert in Euro	-0.52	-1.67	1.15	69
<b>Mitarbeiter</b>				
Durchschnittliche Anzahl Mitarbeiter <sup>*1</sup>	67	92	-25	-27
Mitarbeiterzahl zum Quartalsende	64	95	-31	-33
Gesamtleistung je Mitarbeiter (in TEUR)	93	67	25	37
<b>Bilanz und Kapitalflussrechnung</b>				
Bilanzsumme	7,751	7.729 <sup>*2</sup>	-1,006	-13
Operativer Cash-Flow	-1,578	-2,453	875	36

<sup>\*1</sup> Auf Basis der festangestellten Mitarbeiter

<sup>\*2</sup> Zum 31.12.2013

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

# Konzernzwischenlagebericht

(ungeprüft)

## Geschäftsentwicklung der YOC-Gruppe im ersten Halbjahr 2014

Durch die strategisch intendierte Fokussierung auf den Kernbereich Mobile Advertising hat die YOC-Gruppe dem Geschäftsbereich im Juli 2014 veräußert. Der Verkauf führt im Juli 2014 zur Entkonsolidierung des Bereiches. Durch den separaten Ausweis gemäß IFRS 5 als nicht fortgeführter Geschäftsbereich werden die Ergebnisbestandteile des Affiliate Marketing nicht in der Analyse der Geschäftsentwicklung im ersten Halbjahr 2014 sowie in den Vorjahreszahlen berücksichtigt. Die Bestandteile des Ergebnisses des nicht fortgeführten Geschäftsbereiches sind im Konzernanhang unter Punkt 3 dargestellt.

Der Gesamtumsatz der YOC-Gruppe sank im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 24 % auf 4,4 Mio. EUR (H1/2013: 5,9 Mio. EUR).

Das operative Ergebnis der YOC-Gruppe vor Abschreibungen lag in den ersten sechs Monaten 2014 bei -1,1 Mio. EUR (H1/2013: -4,0 Mio. EUR).

Der operative Cash-Flow belief sich auf -1,6 Mio. EUR (Vorjahr: -2,5 Mio. EUR).

### Leistungsspektrum im Mobile Advertising

Der Produktbereich Mobile Advertising umfasst die Vermarktung mobiler Internetseiten und Applikationen von Medienhäusern, Verlagsgruppen, unabhängigen Portalbetreibern sowie Applikationen für internetfähige Endgeräte und generiert mit diesen Werbeerlöse. Im Zuge der gezielten mobilen Vermarktung arbeitet YOC insbesondere mit Media-Agenturen, Kreativagenturen, aber auch direkt mit werbungtreibenden Unternehmen aller Branchen.

Die Abrechnung erfolgt dabei auf TKP- (Tausender-Kontakt-Preis), oder auf Performance-Basis. So stellt YOC seinen Kunden das komplette Spektrum an mobilen Vermarktungslösungen zur Verfügung. Das YOC Media Network verfügt mit mehreren hundert internationalen Publishern im Portfolio über das größte Premium Media Netzwerk im europäischen Raum. Premium-Titel wie The Sun, Metro, krone.at, Eurosport oder N24 werden vermarktet.

Im Fokus von premium-basierten Kampagnen stehen vor allem Branding-, Image-, und Awareness-Ziele der Werbungtreibenden. Um diese zu erreichen sowie eine maximale Reichweite zu erzielen, greifen Media-Agenturen heute auf aufmerksamkeitsstarke interaktive Werbeformate wie beispielsweise das YOC Interactive Video Ad oder das YOC Interactive Cube Ad zurück. Zudem wird das YOC Mystery Ad aufgrund seines kreativen Ansatzes weiterhin sehr nachgefragt. Das YOC Mystery Ad wurde bei den Cannes Lions 2012

mit einem Löwen in Gold ausgezeichnet. Die Jury bewertete neben Kreativität und Ausführung, auch die Werbewirkung und Konsumentenbindung der eingereichten Rich Media Kampagne zur Bewerbung des neuen Smartphones Nokia Lumia 800. Das YOC Mobile Advertising Format Mystery Ad wurde darüber hinaus mit einem Effective Mobile Marketing Award ausgezeichnet. Diese Auszeichnungen steigerten die Reputation des Unternehmens. Im Rahmen von performance-basierten Kampagnen stehen vor allem Conversion-Ziele der Werbungtreibenden. Die Optimierung auf eine hohe Werbemittelklickrate und eine hohe Konversionsrate zur Erzielung bestmöglicher Effektivkosten bei hoher Leistung sind wesentliche Kampagnenmerkmale. Basierend auf dem Cost-per-Click Model übernimmt YOC die kontinuierliche Optimierung im Hinblick auf die wesentlichen Key Performance Indicators (KPI) der Advertiser. Durch zusätzliche Targetingoptionen wie beispielsweise Länder, Operatoren, Geräte-Typen, Betriebssysteme, Tageszeiten und viele mehr lassen sich performance-basierte Buchungen optimal über YOC platzieren. Neben Download-Zielen für Apps lassen sich Website-Aktionen wie Nutzerregistrierungen oder Verkaufsvorgänge messen, ebenso wie Click-to-Call- oder Click-To-Calendar-Aktionen.

# Vermögens-, Finanz- und Ertragslage

## Umsatzentwicklung und Gesamtleistung

In den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2014 ging der Umsatz der YOC-Gruppe um 24% auf 4,4 Mio. EUR zurück (H1/2013: 5,9 Mio. EUR).

Die Gesamtleistung des Konzerns liegt bedingt durch positive Sanierungseffekte mit 6,2 Mio. EUR auf Vorjahresniveau. Im Rahmen Ihrer Bemühungen zur bilanziellen Sanierung konnte die Gesellschaft durch den Abkauf einer wesentlichen Forderung einen Sanierungsgewinn in Höhe von 0,75 Mio. EUR erzielen. Desweiteren wurde nicht notwendige Betriebs- und Geschäftsausstattung mit einem positiven Ergebniseffekt in Höhe von 0,15 Mio. EUR veräußert. Im zweiten Quartal konnten Rückstellungen und Verbindlichkeiten mit Erträgen in Höhe von 0,33 Mio. EUR ertragswirksam ausgebucht werden.

## Umsatz nach Regionen

Die Umsätze stiegen auf dem deutschsprachigen Markt im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 7 % an. Insbesondere Österreich konnte im Vergleich zum Vorjahreszeitraum einen signifikanten Umsatzzuwachs von 60 % verzeichnen. Gegenläufig entwickelten sich die Regionen UK, Spanien und Frankreich mit Rückgängen im zweistelligen Prozentbereich. Aus der Veränderung der Publisher-Portfolien ergeben sich in Spanien und Frankreich für die YOC-Gruppe Umsatzzwänge im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Der englische Markt entwickelte sich aufgrund der allgemeinen Marktstimmung nicht planmäßig und konnte somit nicht den Vorjahreswert erreichen.

## Rohrertrag

Die Rohertragsmarge stieg in den ersten sechs Monaten 2014 auf 27 % (H1/2013: 23 %). Dies ist auf die im Vergleich zum Umsatz leicht überproportionale Senkung der Materialaufwendungen im Vergleich zur Entwicklung der Umsatzerlöse zurückzuführen. Die Materialaufwendungen sanken um 28 % auf 3,3 Mio. EUR (H1/2013: 4,5 Mio. EUR).

## Personalaufwand und Personalentwicklung

In den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2014 liegt der durchschnittliche Personalbestand bei 67 Mitarbeitern (H1/2013: 92 Mitarbeiter). Der Rückgang ist insbesondere auf eine Reduzierung des Personalbestands in den Overhead Servicebereichen zurückzuführen. In den ausländischen Tochtergesellschaften YOC Spain und YOC France korrespondierte die Entwicklung der Mitarbeiteranzahl zum Rückgang der Umsatzerlöse.

Der Personalaufwand lag mit 2,2 Mio. EUR deutlich unter dem Niveau des Vorjahres (H1/2013: 3,6 Mio. EUR). Neben dem Rückgang der Anzahl der Mitarbeiter wirkten sich insbesondere Anpassungen in der Managementstruktur sowie sich im ersten Quartal 2013 als Sondereffekt auswirkende erhöhte Abfindungen sowie Bonus- und Provisionsaufwendungen aufwandswirksam aus.

### Sonstige betriebliche Aufwendungen

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen lagen mit 1,9 Mio. EUR um 0,2 Mio. EUR unter den Aufwendungen des Vorjahres (H1/2013: 2,1 Mio. EUR) - waren allerdings durch Einmalaufwendungen im Rahmen der strategischen Neuausrichtung belastet.

Insbesondere Rechts- und Beratungsaufwendungen fielen im ersten Halbjahr 2014 bedingt durch die Inanspruchnahme externer Berater in den Bereichen Strategie und Finanzen zusätzlich zu den laufenden Betriebskosten an. Die Mietaufwendungen sanken im Vergleich zum Vorjahr durch den Umzug des Berliner Office in neue Geschäftsräume. Insgesamt zeigten die im Laufe des aktuellen Jahres aufgesetzten Maßnahmen zur Einsparung von Kosten in diversen Bereichen Ihre Wirkung, so dass die Relation zur Gesamtleistung um 4 % auf 31 % im Vergleich zum Vorjahreszeitraum (H1/2013: 35 %) sank.

### EBITDA

Das operative Ergebnis vor Abschreibungen lag im Berichtszeitraum bei -1,1 Mio. EUR (H1/2013: -4,1 Mio. EUR). Trotz der rückläufigen Umsatzentwicklung führten die bereits genannten positiven Sanierungserfolge zu Erträgen in Höhe von insgesamt 1,2 Mio. EUR. Die Geschäftsentwicklung zeigt nach den Umsatzrückgängen im ersten Quartal insbesondere im Ausland wieder nach oben, so dass das Ergebnis bei gleichzeitig erzielten Kostensenkungen im zweiten Quartal entsprechend verbessert werden konnte.

### Ergebnis nach Steuern fortzuführender Geschäftsbereich (Kernbereich Mobile Advertising)

Das Konzernergebnis nach Steuern ist im Berichtszeitraum mit -1,5 Mio. EUR (H1/2013: -4,4 Mio. EUR) deutlich verbessert.

Die planmäßigen Abschreibungen sanken im Berichtszeitraum um 0,1 Mio. EUR auf 0,2 Mio. EUR (H1/2013: 0,3 Mio. EUR).

### Ergebnis nach Steuern nicht fortgeführter Geschäftsbereich

Der im Juli 2014 verkaufte Geschäftsbereich Affiliate Marketing steuerte bis zu seiner Entkonsolidierung Erträge in Höhe von 0,8 Mio. EUR bei (davon 0,2 Mio. EUR aus dem operativen Ergebnis sowie 0,6 Mio. EUR aus positiven Einmaleffekten durch bilanzielle Bereinigungen aus der Ausbuchung verjährter Rückstellungen und verjährten erhaltenen Anzahlungen von Advertisern).

Der Verkauf des Geschäftsbereiches Affiliate Marketing wird für die YOC-Gruppe im dritten Quartal durch die Entkonsolidierung der belboon GmbH zu einem positiven Eigenkapitaleffekt in Höhe von 3,2 Mio. EUR führen.

### Finanz- und Vermögenslage

Zum Stichtag beliefen sich die liquiden Mittel der YOC-Gruppe auf 0,3 Mio. Euro. Die Liquiditätsabnahme betrug somit 0,2 Mio. Euro im Vergleich zum 31. Dezember 2013.

Der operative Cash-Flow belief sich in den ersten sechs Monaten 2014 auf -1,6 Mio. EUR (Vorjahr: -2,5 Mio. EUR) und spiegelt im Wesentlichen die Geschäftsentwicklung des laufenden Geschäftsjahres wider.

Der Cash-Flow aus Investitionstätigkeit im ersten Halbjahr des Geschäftsjahres betrug 0,1 Mio. Euro und ist im Wesentlichen auf den Verkauf von nicht betriebsnotwendiger Betriebs- und Geschäftsausstattung im Zuge des Umzugs in neue Geschäftsräume am Hauptstandort Berlin zurückzuführen.

Desweiteren wurden Investitionen in Höhe von 0,2 Mio. EUR in interne Entwicklungskosten im Zusammenhang mit der Weiterentwicklung technologischer Plattformen und neuen Produkten vorgenommen.

Bei der Produktentwicklung konzentriert sich das Unternehmen auf den automatisierten Handel von mobilen Werbeflächen im Bereich Programmatic Selling, das Wachstum von Umsätzen im Mobile Marketing sowie das Produkt YOC Audience, d.h. die Optimierung der Werbeauslieferung anhand von Zielgruppenkriterien zur Verbesserung der Werbewirksamkeit. Für das weitere Wachstum der YOC-Gruppe und den Ausbau der Marktstellung ist die technologische Wettbewerbsfähigkeit essentiell, sodass wir die Weiter- und Neuentwicklung unserer Produkte und Plattformen in Eigenentwicklung vorantreiben.

Der Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeiten für das laufende Geschäftsjahr 2014 beläuft sich auf rund 1,2 Mio. Euro. Der Gesellschaft flossen Gesellschafterdarlehen in Höhe von 1,0 Mio. EUR sowie 0,5 Mio. EUR aus der Ausschöpfung von Betriebsmittellinien bei Kreditinstituten im Betrachtungszeitraum zu. Durch erfolgreiche Verhandlungen mit einem Kreditinstitut konnte die Gesellschaft einen außerordentlichen Gewinn in Höhe von 0,75 Mio. EUR erzielen – der Abkauf der verbleibenden Forderung betrug hierbei 0,25 Mio. EUR – somit sind sämtliche Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten zurückgeführt.

Zum 30. Juni 2014 valutiert die Bilanzsumme der YOC-Gruppe bei 7,8 Mio. EUR und blieb damit gegenüber dem 31. Dezember 2013 nahezu unverändert.

## Risiken und Ausblick

### Risikobericht

Als international ausgerichtetes Dienstleistungsunternehmen ist die YOC-Gruppe in einem sich 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 gegebenenfalls laufend überwacht werden.

Die vom Vorstand festgelegte Risikopolitik der YOC-Gruppe ist unverändert und 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 hierin liegenden 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.

Die Fokussierung des Konzerns auf sein Kerngeschäft zeigt erste positive Effekte. Die Ergebnisse aus dem operativen Geschäft sind jedoch weiterhin nicht ausreichend, um den Liquiditätsbedarf kurz- bis mittelfristig aufgrund der Verlustsituation zu decken. Der Vorstand erwartet für das zweite Halbjahr 2014 eine im Vergleich zum Vorjahr deutlich reduzierten operativen Verlust. Im Rahmen des definierten Sanierungskonzeptes wurden weitere Möglichkeiten der Fremd- als auch Eigenfinanzierung in Betracht gezogen, um die Liquiditätssituation des Unternehmens zu verbessern.

Folgende Maßnahmen konnten im Rahmen der Restrukturierung bereits im Juli 2014 durch den Vorstand umgesetzt werden:

- Aus dem erfolgreichen Verkauf des Geschäftsbereichs Affiliate Marketing resultierte ein signifikanter Liquiditätszufluss, in dessen Zuge sämtliche Darlehen der YOC-Gruppe abgelöst werden konnten,
- Im Rahmen einer Vereinbarung mit einem wesentlichen Gläubiger konnte ein Forderungsabkauf realisiert werden, der einen positiven Eigenkapitaleffekt in Höhe von 0,4 Mio. EUR bedeutet

Zur weiteren Stärkung der Liquidität werden derzeit weitere Maßnahmen bzw. Ereignisse bearbeitet bzw. geprüft, hierzu zählen insbesondere:

- Die zeitnahe und erfolgreiche Beitreibung von Außenständen von bis zu maximal 1,7 Mio. EUR aus der variablen Kaufpreiskomponente aus der Veräußerung des Mobile Technology Segments im Juli 2013,
- Die erfolgreiche Durchführung einer Kapitalmaßnahme in den kommenden sechs bis zwölf Monaten,
- Eine zeitnahe Verbesserung der operativen Ergebnisse.

### Ausblick

Durch den Verkauf des Geschäftsbereiches Affiliate Marketing legt die YOC-Gruppe seit Juli 2014 den Fokus auf das ursprüngliche Kerngeschäft der YOC-Gruppe – den Geschäftsbereich Mobile Advertising. Im Mobile Advertising ist der weitere Ausbau und die stetige Optimierung der Leistungserbringungen und Services für Publisher essentiell, denn mit Ihrer Reichweite stellen Sie die wichtigste Säule des Unternehmens dar. Darauf basierend werden bei YOC maßgeschneiderte Produkte laufend entwickelt bzw. fortentwickelt.

Durch den Verkauf des Geschäftsbereiches Affiliate Marketing werden folgerichtig die Umsatzerlöse der YOC-Gruppe im zweistelligen Prozentbereich sinken. Im Mobile Advertising wird im zweiten Halbjahr 2014 eine stabile Entwicklung erwartet. Positive Umsatzimpulse werden insbesondere in der D-A-CH Region erwartet. In UK wird eine Stabilisierung der Umsätze im zweiten Halbjahr 2014 erwartet. Für die Region Spanien zeichnet sich aufgrund aufgetretener Probleme im vierten Quartal 2013 ein deutlicher Umsatzrückgang für 2014 ab – Restrukturierungsbemühungen wurden unternommen und werden erste positive Effekte ab dem vierten Quartal 2014 bzw. dem ersten Quartal 2015 zeigen. Die Region Frankreich erholt sich nach dem Ausfall wichtiger Publisher in 2012 wieder zusehends und wird die Umsätze kurz- bis mittelfristig stabilisieren können.

Entscheidend für die zukünftige Entwicklung ist allerdings, dass die richtigen Schritte definiert wurden, das Unternehmen von einem Mobile Ad Network Anbieter zu einem Mobile Programmatic Anbieter zu transferieren. Im Rahmen dieses strategischen Change Prozesses bringt das Unternehmen in den kommenden Monaten zunehmend weitere Produkte auf den Markt, die sowohl auf der Demant- als auch auf der Supply-Seite das Unternehmen in eine führende Marktposition bringen sollten und zu einem wachsenden Geschäftsvolumen führen sollten.

Zusammen mit deutlichen Kostensenkungen bei Sach- als auch Personalkosten wird insgesamt eine Verbesserung der Ergebnissituation gegenüber dem letzten Geschäftsjahr erwartet. Insgesamt rechnet die YOC-Gruppe für 2014 mit einem im Vergleich zum Vorjahr deutlich geringeren operativen Verlust.

# Konzernzwischenabschluss

(ungeprüft)

## Konzerngesamterfolgsrechnung

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung (in EUR)	Q2/2014	Q2/2013
Umsatzerlöse	2.622.746	3.104.128
Aktivierete Eigenleistungen	63.762	24.773
Sonstige betriebliche Erträge	231.830	77.222
<b>Gesamtleistung</b>	<b>2.918.338</b>	<b>3.206.123</b>
Materialaufwand	1.770.102	2.430.990
Personalaufwand	997.886	1.748.146
Sonstige betriebliche Aufwendungen	820.896	1.235.928
<b>Operatives Ergebnis vor Abschreibungen</b>	<b>-670.546</b>	<b>-2.208.941</b>
Abschreibungen	76.134	150.325
<b>Operatives Ergebnis</b>	<b>-746.680</b>	<b>-2.359.266</b>
Finanzerträge	0	15.678
Finanzaufwendungen	36.851	28.981
<b>Finanzergebnis</b>	<b>-36.851</b>	<b>-13.303</b>
<b>Ergebnis vor Steuern</b>	<b>-783.531</b>	<b>-2.372.569</b>
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	92.134	16.124
<b>Ergebnis nach Steuern fortzuführender Geschäftsbereich</b>	<b>-875.665</b>	<b>-2.388.693</b>
Ergebnis nach Steuern nicht fortgeführter Geschäftsbereich	605.396	-2.767.396
<b>Periodenergebnis</b>	<b>-270.269</b>	<b>-5.156.090</b>
<b>Ergebnis je Aktie</b>		
Ergebnis je Aktie unverwässert	-0,09	-1,97
Ergebnis je Aktie verwässert	-0,09	-1,97
<b>Ergebnis je Aktie fortzuführender Geschäftsbereich</b>		
Ergebnis je Aktie unverwässert	-0,31	-0,91
Ergebnis je Aktie verwässert	-0,31	-0,91

Konzern-Gesamtergebnisrechnung (in EUR)	Q2/2014	Q2/2013
<b>Ergebnis nach Steuern</b>	<b>-270.269</b>	<b>-5.156.090</b>
Effekte, die künftig in die Gewinn- und Verlustrechnung reklassifiziert werden können:		
Unrealisierte Gewinne/Verluste aus der Währungsumrechnung	-86.414	24.886
<b>Sonstiges Ergebnis</b>	<b>-86.414</b>	<b>24.886</b>
<b>Gesamtergebnis</b>	<b>-356.683</b>	<b>-5.131.204</b>

› Die Angaben unterliegen keiner prüferischen Durchsicht.

Bei der Verwendung von gerundeten Zahlen können aufgrund kaufmännischer Rundungen Differenzen auftreten.

## Konzerngesamterfolgsrechnung

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung (in EUR)	H1/2014	H1/2013
Umsatzerlöse	4.448.287	5.855.799
Aktivierete Eigenleistungen	147.379	55.899
Sonstige betriebliche Erträge	1.606.622	293.280
<b>Gesamtleistung</b>	<b>6.202.288</b>	<b>6.204.978</b>
Materialaufwand	3.258.609	4.523.978
Personalaufwand	2.196.675	3.593.443
Sonstige betriebliche Aufwendungen	1.893.307	2.147.849
<b>Operatives Ergebnis vor Abschreibungen</b>	<b>-1.146.303</b>	<b>-4.060.292</b>
Abschreibungen	159.002	269.890
<b>Operatives Ergebnis</b>	<b>-1.305.305</b>	<b>-4.330.182</b>
Finanzerträge	811	15.925
Finanzaufwendungen	69.754	55.267
<b>Finanzergebnis</b>	<b>-68.943</b>	<b>-39.342</b>
<b>Ergebnis vor Steuern</b>	<b>-1.374.248</b>	<b>-4.369.524</b>
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	98.520	24.108
<b>Ergebnis nach Steuern fortzuführender Geschäftsbereich</b>	<b>-1.472.768</b>	<b>-4.393.632</b>
Ergebnis nach Steuern nicht fortgeführter Geschäftsbereich	807.919	-2.286.437
<b>Periodenergebnis</b>	<b>-664.849</b>	<b>-6.680.069</b>
<b>Ergebnis je Aktie</b>		
Ergebnis je Aktie unverwässert	-0,23	-2,55
Ergebnis je Aktie verwässert	-0,23	-2,55
<b>Ergebnis je Aktie fortzuführender Geschäftsbereich</b>		
Ergebnis je Aktie unverwässert	-0,52	-1,67
Ergebnis je Aktie verwässert	-0,52	-1,67
Konzern-Gesamtergebnisrechnung (in EUR)	H1/2014	H1/2013
<b>Ergebnis nach Steuern</b>	<b>-664.849</b>	<b>-6.680.069</b>
Effekte, die künftig in die Gewinn- und Verlustrechnung reklassifiziert werden können:		
Unrealisierte Ergebnisse aus der Währungsumrechnung	-170.970	23.677
<b>Sonstiges Ergebnis</b>	<b>-170.970</b>	<b>23.677</b>
<b>Gesamtergebnis</b>	<b>-835.819</b>	<b>-6.656.392</b>

› Die Angaben unterliegen keiner prüferischen Durchsicht

Bei der Verwendung von gerundeten Zahlen können aufgrund kaufmännischer Rundungen Differenzen auftreten

# Konzernbilanz

in EUR	30.06.2014	31.12.2013
<b>AKTIVA</b>		
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>	<b>549.315</b>	<b>2.228.934</b>
Sachanlagen	229.948	498.211
Geschäfts- oder Firmenwert	0	1.187.866
Immaterielle Vermögenswerte	316.797	541.280
Latente Steuern	2.570	1.576
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>	<b>7.202.141</b>	<b>5.500.335</b>
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	2.615.030	3.960.233
Sonstige Vermögenswerte	2.060.033	971.544
Steuerforderungen	25.836	37.470
Kassenbestand Guthaben bei Kreditinstituten	304.266	531.087
Als zur Veräußerung bestimmte Vermögenswerte	2.196.976	0
<b>Summe Vermögenswerte</b>	<b>7.751.456</b>	<b>7.729.269</b>
<b>PASSIVA</b>		
<b>Eigenkapital</b>	<b>-5.488.549</b>	<b>-4.678.394</b>
Gezeichnetes Kapital	2.858.500	2.858.500
Kapitalrücklage	20.251.832	20.226.168
Gewinnrücklagen	-28.446.677	-27.781.828
Unterschiedsbetrag aus Währungsumrechnungen	-101.885	69.085
Eigene Aktien	-50.319	-50.319
<b>Langfristige Schulden</b>	<b>46.028</b>	<b>684.414</b>
Rückstellungen	46.028	64.312
Sonstige Verbindlichkeiten	0	17.545
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	0	602.557
<b>Kurzfristige Schulden</b>	<b>13.193.977</b>	<b>11.723.249</b>
Erhaltene Anzahlungen	61.735	1.685.746
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	4.181.827	3.008.062
Verbindlichkeiten gegenüber Finanzinstituten	0	525.296
Sonstige Verbindlichkeiten	727.422	1.318.705
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	4.508.869	5.145.530
Steuerschulden	6.849	388
Rückstellungen	255.217	39.522
Verbindlichkeiten in Verbindung mit zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerten	3.452.058	0
<b>Summe Eigenkapital und Schulden</b>	<b>7.751.456</b>	<b>7.729.269</b>

› Die Angaben unterliegen keiner prüferischen Durchsicht.

Bei der Verwendung von gerundeten Zahlen können aufgrund kaufmännischer Rundungen Differenzen auftreten.

## Konzern-Kapitalflussrechnung

in EUR	H1/2014	H1/2013
<b>Ergebnis nach Steuern aus fortgeführten Geschäftsbereichen</b>	<b>-1.472.768</b>	<b>-4.014.532</b>
<b>Ergebnis nach Steuern aus aufgegebenen Geschäftsbereichen</b>	<b>807.919</b>	<b>-2.665.537</b>
Abschreibungen	203.358	3.379.912
Erfolgswirksam erfasste Steuern	90.953	224.479
Erfolgswirksam erfasste Zinsen	68.434	-39.770
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge	1.105.332	67.850
<b>Cash-Earnings</b>	<b>803.228</b>	<b>-3.047.597</b>
Verluste aus Anlagenabgängen	-6.497	-852
Veränderungen Forderungen, Anzahlungen und sonstige Vermögenswerte	268.350	2.183.632
Veränderungen Verbindlichkeiten, Anzahlungen und sonstige Schulden	-2.837.025	-1.518.732
Veränderungen Rückstellungen	197.411	122.665
Erhaltene Zinsen	1.320	437
Gezahlte Zinsen	-5.305	-35.027
Gezahlte Steuern	0	-157.417
<b>Operativer Cash-Flow</b>	<b>-1.578.518</b>	<b>-2.452.891</b>
Investitionen in Sachanlagen	-24.684	-138.879
Investitionen in immaterielle Vermögenswerte	0	-64.095
Auszahlungen für Entwicklungskosten	-159.916	-246.382
Veräußerung von Anlagevermögen	318.337	0
<b>Cash-Flow aus Investitionstätigkeit</b>	<b>133.737</b>	<b>-449.356</b>
Einzahlungen aus Kapitalerhöhungen	0	3.162.500
Transaktionskosten aus der Ausgabe von Aktien	0	-100.000
Tilgung von Schulden aus Finanzierungsleasing	-6.744	0
Darlehensrückzahlung	-250.000	-590.000
Darlehensaufnahme	1.474.704	610.000
<b>Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit</b>	<b>1.217.960</b>	<b>3.082.500</b>
<b>Nettozunahme/-abnahme</b>	<b>-226.821</b>	<b>180.253</b>
<b>Finanzmittelfonds zu Beginn der Berichtsperiode</b>	<b>531.087</b>	<b>259.809</b>
<b>Finanzmittelfonds zum Ende der Berichtsperiode</b>	<b>304.266</b>	<b>440.061</b>

› Die Angaben unterliegen keiner prüferischen Durchsicht.

Bei der Verwendung von gerundeten Zahlen können aufgrund kaufmännischer Rundungen Differenzen auftreten.

## Entwicklung des Konzern-Eigenkapitals

in EUR	Gezeichnetes Kapital	Kapital- rücklage	Gewinn- rücklagen	Unterschiedsbetrag aus Währungs- umrechnungen	Eigene Aktien	Gesamt
<b>per 01.01.2014</b>	<b>2.858.500</b>	<b>20.226.168</b>	<b>-27.781.828</b>	<b>69.085</b>	<b>-50.319</b>	<b>-4.678.394</b>
Ergebnis nach Steuern			-664.849			-664.849
Unterschiedsbetrag aus Währungsumrechnungen				-170.970		-170.970
<b>Gesamtergebnis</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>-664.849</b>	<b>-170.970</b>	<b>0</b>	<b>-835.819</b>
Aktioptionsprogramm		25.664				25.664
<b>per 30.06.2014</b>	<b>2.858.500</b>	<b>20.251.832</b>	<b>-28.446.677</b>	<b>-101.885</b>	<b>-50.319</b>	<b>-5.488.549</b>
<b>per 01.01.2013</b>	<b>2.380.000</b>	<b>17.585.298</b>	<b>-17.298.913</b>	<b>86.501</b>	<b>-50.319</b>	<b>2.702.568</b>
Ergebnis nach Steuern			-6.680.069			-6.680.069
Unterschiedsbetrag aus Währungsumrechnungen				23.677		23.677
<b>Gesamtergebnis</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>-6.680.069</b>	<b>23.677</b>	<b>0</b>	<b>-6.656.393</b>
Ausgabe von gezeichnetem Kapital	478.500	2.684.000				3.162.500
Aktioptionsprogramm		29.756				29.756
Transaktionskosten einschließlich Steuervorteile		-85.582				-85.582
<b>per 30.06.2013</b>	<b>2.858.500</b>	<b>20.213.472</b>	<b>-23.978.982</b>	<b>110.178</b>	<b>-50.319</b>	<b>-847.151</b>

» Es bestehen keine Anteile nicht beherrschender Gesellschafter

» Die Angaben unterliegen keiner prüferischen Durchsicht

Bei der Verwendung von gerundeten Zahlen können aufgrund kaufmännischer Rundungen Differenzen auftreten

# Konzernanhang

## 1. Allgemeine Informationen

Die YOC AG ist ein in Berlin, Rosenstr. 17, Deutschland, ansässiges Unternehmen, das als Anbieter für Mobile Media international tätig ist.

Die YOC AG ist unter der Kennnummer WKN 593273 / ISIN DE 0005932735 im Prime Standard der Frankfurter Wertpapierbörse gelistet.

## 2. Grundlagen der Aufstellung des Abschlusses und Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

### Grundlagen der Aufstellung des Abschlusses

Der Quartalsbericht der YOC AG zum 30. Juni 2014 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 der 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 Geschäftsjahresende präsentiert werden. Es empfiehlt sich daher, den Zwischenbericht zusammen mit dem Konzernabschluss 2013 zu lesen.

### Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Im ersten Halbjahr 2014 wurden sämtliche ab dem 01. Januar 2014 verpflichtend anzuwendenden Standards beachtet.

Mit dem seit 01. Januar 2014 verpflichtend anzuwendenden IFRS 10 (Konzernabschlüsse) wurden IAS 27 (Konzern- und Einzelabschlüsse) sowie SIC 12 (Konsolidierungs-Zweckgesellschaften) hinsichtlich der Leitlinien über Beherrschung und Konsolidierung ersetzt. In diesem Zuge wurde IAS 27 in Einzelabschlüsse umbenannt. IFRS 10 ändert die Definition von „Beherrschung“ dahingehend, dass zur Beurteilung eines Beherrschungsverhältnisses auf alle Unternehmen die gleichen Kriterien angewandt werden. Hierzu werden umfassende Anwendungsleitlinien zur Beurteilung des Vorliegens von Beherrschung vorgegeben. Auf die YOC AG hat die Einführung des IFRS 10 keine Auswirkungen.

Für die ab 01. Januar 2014 anzuwendenden IFRS 11 (Gemeinsame Vereinbarungen) und IFRS 12 (Angaben zu Beteiligungen an anderen Unternehmen) gibt es für die YOC AG keinen Anwendungsfall.

Keine Anwendungsfälle bestehen für die Gesellschaft hinsichtlich der Änderung des IAS 32 (Klarstellung bestehender Saldierungsregeln von finanziellen Vermögenswerten und Schulden), der Änderung des IAS 39 (Novation von Derivaten und Fortführung der Bilanzierung von Sicherungsgeschäften) sowie hinsichtlich der Einführung des IFRIC 21 (Abgaben: Leitlinien zum Ansatz einer Schuld für eine Abgabe, die von einer Regierung, einer Regierungsbehörde oder ähnlichen Organen auferlegt wird). Diese Regelungen traten ebenfalls zum 01. Januar 2014 in Kraft.

Zusammengefasst haben die im Geschäftsjahr 2014 erstmalig anzuwendenden Rechnungslegungsnormen keinen Einfluss auf die Darstellung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage im Konzernzwischenabschluss.

### 3. Verkauf des Produktbereiches Affiliate Marketing

Durch die Fokussierung auf den Kernbereich Mobile Advertising und als Teilschritt im Rahmen des Sanierungskonzeptes hat die YOC AG im Juli 2014 die Tochtergesellschaft belboon GmbH mit Sitz in Berlin veräußert. Gemäß IFRS 5 erfolgt der getrennte Ausweis als nicht fortgeführter Geschäftsbereich.

Mit der Veräußerung der belboon GmbH ist der gesamte Geschäftsbereich Affiliate Marketing aus dem Konzernverbund abgegangen. Die YOC-Gruppe setzt damit Ihre strategische Stoßrichtung um und konzentriert sich somit ausschließlich auf den Produktbereich Mobile Advertising.

Die Ertragsbestandteile des verkauften Produktbereiches setzten sich bis zum 30. Juni 2014 folgendermaßen zusammen:

Ergebnis des verkauften Geschäftsbereichs (in TEUR)	6M/2014
Erträge	4.390
Aufwendungen	3.539
<b>Bruttoergebnis vom Umsatz</b>	<b>850</b>
Abschreibungen	44
Finanzergebnis	1
<b>Ergebnis des verkauften Geschäftsbereichs vor Steuern</b>	<b>806</b>
Steuern	8
<b>Ergebnis des verkauften Geschäftsbereichs nach Steuern</b>	<b>814</b>

Die Hauptgruppen der Vermögenswerte und Schulden des verkauften Produktbereiches setzten sich zum 30. Juni 2014 wie folgt zusammen:

Vermögenswerte und Schulden des verkauften Geschäftsbereichs (in TEUR)	31.07.2013
Sachanlagen	1
Geschäfts- oder Firmenwert	1.188
Immaterielle Vermögenswerte	277
Aktive latente Steuern	1
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	575
Sonstige Vermögenswerte	2
Liquide Mittel	153
<b>Verkaufte Vermögenswerte</b>	<b>2.197</b>
Rückstellungen	30
Passive Latente Steuern	84
Erhaltene Anzahlungen	1.366
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	188
Sonstige Verbindlichkeiten	76
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	1.708
<b>Verkaufte Schulden</b>	<b>3.452</b>

Der Cash-Flow des verkauften Produktbereiches stellt sich zum 30. Juni 2014 wie folgt dar:

Cash-Flow des verkauften Geschäftsbereichs (in TEUR)	6M/2014
Laufende Geschäftstätigkeit	341
Investitionstätigkeit	-12
Finanzierungstätigkeit	-50
<b>Cash-Flow des verkauften Geschäftsbereichs</b>	<b>279</b>

## 4. Angaben zu wesentlichen Entwicklungen der Bilanz und der Konzerngesamterfolgsrechnung

### Sonstige Angaben zu Finanzinstrumenten

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

30.06.2014 (in TEUR)	Buchwert	beizulegender Zeitwert	Bewertungs- kategorie gem. IAS 39 <sup>1)</sup>	Fair Value Hierarchie
<b>Finanzielle Vermögenswerte</b>				
Zahlungsmittel	304	304	LaR	n/a
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	2.615	2.615	LaR	n/a
Sonstige Vermögenswerte	2.060	2.060	LaR	n/a
<b>Finanzielle Verbindlichkeiten</b>				
Festverzinsliche Darlehen	1.600	1.600	FLAC	Stufe 2
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	4.182	4.182	FLAC	n/a
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	2.909	2.909	FLAC	n/a
davon aus Finanzierungs-Leasingverhältnissen	14	14	FLAC	Stufe 2

31.12.2013 (in TEUR)	Buchwert	beizulegender Zeitwert	Bewertungs- kategorie gem. IAS 39 <sup>1)</sup>	Fair Value Hierarchie
<b>Finanzielle Vermögenswerte</b>				
Zahlungsmittel	531	531	LaR	n/a
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	3.960	3.960	LaR	n/a
Sonstige Vermögenswerte	972	972	LaR	n/a
<b>Finanzielle Verbindlichkeiten</b>				
Festverzinsliche Darlehen (gegenüber Gesellschaftern)	600	510	FLAC	Stufe 2
Kontokorrentkredite	525	525	FLAC	n/a
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	3.008	3.008	FLAC	n/a
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	5.148	5.148	FLAC	n/a
davon aus Finanzierungs-Leasingverhältnissen	35	35	FLAC	Stufe 2

- 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);

Das Management hat festgestellt, dass die Buchwerte von Zahlungsmitteln, Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, kurzfristigen sonstigen Vermögenswerten, Kontokorrent-krediten und sonstigen kurzfristigen finanziellen Verbindlichkeiten hauptsächlich aufgrund der kurzen Laufzeiten dieser Instrumente ihren beizulegenden Zeitwerten nahezu entsprechen. Aus Wesentlichkeitsgründen wird der Zeitwert für diese kurzfristigen Bilanzposten dem Bilanzwert gleichgesetzt.

Der Zeitwert von den zu fortgeführten Anschaffungskosten bewerteten verzinslichen Darlehen wird durch die Abzinsung unter Berücksichtigung des vereinbarten Festzinses ermittelt.

### Umsatzerlöse

Im ersten Quartal wurde das Geschäft in Spanien aufgrund des Wegfalls wesentlicher Publisher neu strukturiert. Infolgedessen kam es in dieser Region zu deutlichen Umsatzeinbußen im Vergleich zum Vorjahreszeitraum.

### Sonstige betriebliche Erträge

Im ersten Halbjahr des Geschäftsjahres 2014 sind die sonstigen betrieblichen Erträge durch Sanierungseffekte beeinflusst. Durch einen Forderungsabkauf wurden 0,75 Mio. EUR als Sanierungsgewinn ertragswirksam erfasst. Aus dem Verkauf von nicht mehr benötigter Betriebs- und Geschäftsausstattung zu Beginn des Jahres 2014 wurden 0,15 Mio. EUR vereinnahmt. Weitere 0,33 Mio. EUR konnten im Rahmen der Ausbuchung von Rückstellungen und Verbindlichkeiten erfolgswirksam im ersten Halbjahr realisiert werden.

## 5. Segmentberichterstattung

Die Segmentberichterstattung erfolgt auf Grundlage der internen Managementstruktur. Zu Beginn des Jahres 2014 wurde die interne Berichterstattung umgestellt. Der Konzern gliedert sich demnach in folgende berichtspflichtige Geschäftssegmente:

1. Region D-A-CH (Deutschland, Österreich und Schweiz)
2. Region restliches Europa

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

## YOC AG - Bericht zum 1. Halbjahr 2014

Segmentberichterstattung (in TEUR)	D-A-CH	Restliches europa	Overhead	Konsolidierung	YOC-Gruppe
<b>01.01.2014 - 30.06.2014</b>					
Umsatz	2.385	2.063			4.448
Innenumsatz	257	0		-257	0
<b>Gesamtumsatz</b>	<b>2.642</b>	<b>2.063</b>		<b>-257</b>	<b>4.448</b>
Aktiviere Eigenleistungen	147	0			147
Sonstiger betr. Ertrag	565	215	826		1.606
<b>Gesamtleistung</b>	<b>3.097</b>	<b>2.278</b>	<b>826</b>		<b>6.201</b>
Materialaufwand	1.742	1.516			3.258
Personalaufwand	1.054	725	418		2.197
Sonstiger betr. Aufwand	407	608	877		1.892
<b>EBITDA</b>	<b>-106</b>	<b>-571</b>	<b>-469</b>		<b>-1.146</b>

<b>01.01.2013 - 30.06.2013</b>					
Umsatz	2.086	3.770			5.856
Innenumsatz	220	0		-220	0
<b>Gesamtumsatz</b>	<b>2.306</b>	<b>3.770</b>		<b>-220</b>	<b>5.856</b>
Aktiviere Eigenleistungen	56	0			56
Sonstiger betr. Ertrag	196	97			293
<b>Gesamtleistung</b>	<b>2.338</b>	<b>3.867</b>	<b>0</b>		<b>6.205</b>
Materialaufwand	1.637	2.887			4.524
Personalaufwand	1.706	1.002	886		3.593
Sonstiger betr. Aufwand	588	353	1.207		2.148
<b>EBITDA</b>	<b>-1.593</b>	<b>-375</b>	<b>-2.093</b>		<b>-4.060</b>

Abweichend von der Darstellung der Umsatzerlöse im Lagebericht werden die Werte nicht anhand des Kundensitzes ermittelt, sondern auf Basis der von den Landesgesellschaften in den jeweiligen Ländern erzielten Umsätze.

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

Überleitungsrechnung (in TEUR)	6M/2014
<b>EBITDA</b>	<b>-1.146</b>
Abschreibungen	-159
Finanzergebnis	-69
<b>Ergebnis vor Steuern</b>	<b>-1.374</b>
Steuern	-99
Ergebnis aus nicht fortgeführten Geschäftsbereichen	808
<b>Ergebnis nach Steuern</b>	<b>-665</b>

## 6. Cash Flow Rechnung

Zum Stichtag beliefen sich die liquiden Mittel der YOC-Gruppe auf 0,3 Mio. Euro. Die Liquiditätsabnahme betrug somit 0,2 Mio. Euro im Vergleich zum 31. Dezember 2013.

Der operative Cash-Flow belief sich in den ersten sechs Monaten 2014 auf -1,6 Mio. EUR (Vorjahr: -2,5 Mio. EUR) und spiegelt im Wesentlichen die Geschäftsentwicklung des laufenden Geschäftsjahres wider.

Der Cash-Flow aus Investitionstätigkeit im ersten Halbjahr des Geschäftsjahres betrug 0,1 Mio. Euro und ist im Wesentlichen auf den Verkauf von nicht betriebsnotwendiger Betriebs- und Geschäftsausstattung im Zuge des Umzugs in neue Geschäftsräume am Hauptstandort Berlin zurückzuführen.

Desweiteren wurden Investitionen in Höhe von 0,2 Mio. EUR in interne Entwicklungskosten im Zusammenhang mit der Weiterentwicklung technologischer Plattformen und neuen Produkten vorgenommen.

Bei der Produktentwicklung konzentriert sich das Unternehmen auf den automatisierten Handel von mobilen Werbeflächen im Bereich Programmatic Selling, das Wachstum von Umsätzen im Mobile Marketing sowie das Produkt YOC Audience, d.h. die Optimierung der Werbeauslieferung anhand von Zielgruppenkriterien zur Verbesserung der Werbewirksamkeit. Für das weitere Wachstum der YOC-Gruppe und den Ausbau der Marktstellung ist die technologische Wettbewerbsfähigkeit essentiell, sodass wir die Weiter- und Neuentwicklung unserer Produkte und Plattformen in Eigenentwicklung vorantreiben.

Der Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeiten für das laufende Geschäftsjahr 2014 beläuft sich auf rund 1,2 Mio. Euro. Der Gesellschaft flossen Gesellschafterdarlehen in Höhe von 1,0 Mio. EUR sowie 0,5 Mio. EUR aus der Ausschöpfung von Betriebsmittellinien bei Kreditinstituten im Betrachtungszeitraum zu. Durch erfolgreiche Verhandlungen mit einem Kreditinstitut konnte die Gesellschaft einen außerordentlichen Gewinn in Höhe von 0,75 Mio. EUR erzielen - der Abkauf der verbleibenden Forderung betrug hierbei 0,25 Mio. EUR - somit sind sämtliche Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten zurückgeführt.

Zum 30. Juni 2014 valuiert die Bilanzsumme der YOC-Gruppe bei 7,8 Mio. EUR und blieb damit gegenüber dem 31. Dezember 2013 nahezu unverändert.

## **7. Haftungsverhältnisse, Gewährleistungen, Eventualverbindlichkeiten und Ähnliches**

Im Zuge des Verkaufs der belboon GmbH wurden die von Gesellschafter gewährten Darlehen komplett abgelöst und die als Sicherheit gewährten Pfandrechte am Geschäftsanteil der belboon GmbH, Berlin, freigegeben.

## **8. Angaben zu Beziehungen zu nahe stehenden Unternehmen und Personen**

Ein Darlehen in Höhe von 0,6 Mio. EUR wurde im ersten Quartal 2014 von nahestehenden Personen des Vorstands ausgereicht und zu fremdüblichen Konditionen mit 8,25% verzinst. Im Juli 2014 erfolgte die Rückführung des Darlehens nebst aufgelaufenen Zinsen.

Im Berichtszeitraum fanden keine weiteren wesentlichen Geschäftsvorfälle mit nahe stehenden Unternehmen und Personen statt.

## **9. Ereignisse nach der Zwischenberichtsperiode**

Bis zum Zeitpunkt der Veröffentlichung des Konzernzwischenabschlusses haben sich die folgenden wesentlichen Ereignisse nach dem 30. Juni 2014 ergeben:

Anfang Juli 2014 wurde die Tochtergesellschaft belboon GmbH, Berlin, veräußert und ein signifikanter Liquiditätszufluss erzielt. Die belboon GmbH umfasste den gesamten Produktbereich Affiliate Marketing. Aus der Entkonsolidierung wird für das dritte Quartal ein positiver Eigenkapitaleffekt in Höhe von 3,2 Mio. EUR erwartet.

Sämtliche Gesellschafterdarlehen in Höhe von 1,6 Mio. EUR wurden im Juli 2014 abgelöst.

Durch einen weiteren erfolgreichen Forderungsabkauf konnte die Gesellschaft einen weiteren außerordentlichen Ertrag in Höhe von 0,4 Mio. EUR ertragswirksam vereinnahmen. In Konsequenz dessen hat die YOC-Gruppe somit per Juli 2014 sämtliche Darlehens- und Kreditverbindlichkeiten vollständig abgelöst.

# YOC Adressen

## Berlin (Hauptsitz)

YOC AG

YOC Mobile Advertising GmbH

Rosenstr.17  
10178 Berlin  
Deutschland

T +49 (0) 30 726 162 - 0

F +49 (0) 30 726 162 - 222

## London

YOC Mobile Advertising Ltd.

Holden House  
51-57 Rathbone Place  
London, W1T 1JU  
Großbritannien

T +44 (0) 20 719 901 - 22

## Paris

YOC France SAS

33 Rue du Docteur Roux  
75015 Paris  
Frankreich

T +33 (1) 43 06 33 34

## Madrid

YOC Spain S.L.

Calle de Orense 20  
Planta 1 - Oficina 4  
28020 Madrid  
Spanien

T +34 (0) 913 924 - 187

## Wien

YOC Central Eastern Europe GmbH

Kaiserstr. 113-115  
1070 Wien  
Österreich

T +43 (0) 1 522 5006 - 0

F +43 (0) 1 522 5006 - 116

# Finanzkalender

**29.08.2014**

Ordentliche Hauptversammlung

**27.11.2014**

Veröffentlichung des Berichts zum 3. Quartal 2014

» **Vorläufige Termine. Aktualisierungen finden Sie unter <http://ir.yoc.com>**

# Impressum

## Herausgeber

YOC AG  
Rosenstr. 17  
10178 Berlin  
T +49 (0) 30 726 162 - 0  
F +49 (0) 30 726 162 - 222  
info@yoc.com

## Investor Relations

T +49 (0) 30 726 162 - 0  
ir@yoc.com

## Gesamtkonzept und Redaktion

YOC AG