

MOBILE ADVERTISING

YOC AG

Bericht zum 1. Halbjahr 2015



INHALT

	SEITE
Brief an die Aktionäre	02
YOC im Überblick	04
Konzernzwischenlagebericht	05
Konzernzwischenabschluss	11
YOC Adressen	23
Finanzkalender	24
Impressum	25

Brief an die Aktionäre

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

die YOC AG ist einer der Pioniere für Werbung auf mobilen Endgeräten - „Mobile first“ seit 2000. Der Trend hin zu steigenden 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 uns und unsere Branche seit jeher antreibt.

Der Gesamtumsatz im ersten Halbjahr des Geschäftsjahres 2015 in Höhe von 4,4 Mio. EUR entsprach dem Vorjahreswert. Ursächlich für die nicht zufriedenstellende Umsatzentwicklung in den ersten sechs Monaten ist der Umsatzbeitrag der Tochtergesellschaften in Großbritannien und Spanien.

Infolge dessen haben wir im britischen Markt einen neuen Geschäftsführer engagiert und das Team in London reorganisiert beziehungsweise Schlüsselpositionen neu besetzt. Die Tochtergesellschaft in Spanien ist mit 114 % im Vergleich zum Vorjahreszeitraum gewachsen, blieb jedoch noch hinter der ursprünglichen Wachstumsprognose zurück. Im weiteren Jahresverlauf werden wir in beiden Märkten eine verbesserte Entwicklung realisieren.

In der DACH-Region entwickelte sich der Halbjahresumsatz stabil und verzeichnete ein Wachstum in Höhe von 14 % im Vergleich zum Vorjahreszeitraum.

Die weitere Verbesserung des Rohertrages um 5 Prozentpunkte auf nunmehr 32 % im ersten Halbjahr stellt einen weiteren wichtigen Baustein zur nachhaltigen Unternehmensentwicklung dar (H1/2014: 27 %). Ausschlaggebend dafür ist die optimierte Werbeauslieferung sowie der integrierte Monetarisierungsansatz des Werbeinventars, den wir unseren Media-Partnern vermehrt anbieten können.

Weiterhin erfolgte die Einführung von innovativen Werbeformaten. Die neue, nutzerzentrierte Generation von mobilen Werbeformaten, wie beispielsweise das YOC Understitial Video Ad, Understitial Classic Ad, Interactive Video Ad oder Inline Video Ad bietet den Werbungtreibenden einen intrinsischen sowie gleichzeitig interaktiven Zugang zur anvisierten Zielgruppe. Erstkunden dieser Produkte waren unter anderen McDonald's, O2 oder Telekom Austria.

Parallel dazu treibt YOC den Aufbau des internationalen YOC Performance Bereichs voran. Ziel von YOC Performance ist es, auf datengetriebener Basis aktive Nutzer für unsere Werbekunden zu generieren (Downloads nativer Applikationen bis hin zu mobilen Transaktionen).

Durch die Rohertragsverbesserung und Kosteneinsparungen beträgt das operative Ergebnis vor Abschreibungen -1,0 Mio. EUR per 30. Juni 2015 (H1/2014: -1,1 Mio. EUR). Das um positive Sondereffekte aus Sanierungs- und Restrukturierungsmaßnahmen bereinigte EBITDA stieg um 0,8 Mio. EUR von -1,8 Mio. EUR (H1/2014) auf -1,0 Mio. EUR per 30. Juni 2015.

Die in den vergangenen Monaten umgesetzten Maßnahmen und Entwicklungen stimmen uns hinsichtlich eines positiven Umsatzverlaufes im zweiten Halbjahr 2015 zuversichtlich. Wir sind überzeugt davon, mit dem eingeschlagenen Weg YOC als einen führenden, innovativen Premium Programmatic Mobile Advertising Anbieter positionieren zu können sowie die operative Performance weiter verbessern zu können.

An dieser Stelle danken wir Ihnen für das entgegengebrachte Vertrauen und freuen uns auf die weitere Zusammenarbeit mit Ihnen.

Herzliche Grüße



Dirk Kraus



Michael Kruse

Der Vorstand
YOC AG

YOC im Überblick

Mobile Advertising (in TEUR)	H1/2015	H1/2014	Veränderung absolut	Veränderung in %
Umsatz und Ergebnis				
Umsatz gesamt	4.382	4.448	-66	-1
D-A-CH	2.718	2.385	333	14
Restliches Europa	1.663	2.064	-401	-19
Gesamtleistung	5.018	6.202	-1.184	-19
EBITDA	-993	-1.146	153	13
EBITDA-Marge (in%)	-23	-26	k.A.	k.A.
Ergebnis nach Steuern	-1.170	-1.473	303	21
Ergebnis je Aktie verwässert in Euro	-0,38	-0,52	0,14	27
Ergebnis je Aktie unverwässert in Euro	-0,38	-0,52	0,14	27
Mitarbeiter				
Durchschnittliche Anzahl Mitarbeiter ^{*1}	55	67	-12	-18
Mitarbeiterzahl zum 30. Juni	53	64	-11	-17
Umsatz je Mitarbeiter (in TEUR)	80	66	13	20
Gesamtleistung je Mitarbeiter (in TEUR)	91	93	-1	-1
Bilanz und Kapitalflussrechnung				
Bilanzsumme	4.024	4.135 ^{*2}	-111	-3
Operativer Cash-Flow	-1.505	-1.579	74	5

^{*1} Auf Basis der festgestellten Mitarbeiter

^{*2} Zum 31.12.2014

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

Konzernzwischenlagebericht

(ungeprüft)

Geschäftsentwicklung der YOC-Gruppe im ersten Halbjahr 2015

Kennzahlenübersicht

Im ersten Halbjahr 2015 blieb der Gesamtumsatz der YOC-Gruppe im Vergleich zum Vorjahreszeitraum mit 4,4 Mio. EUR (H1/2014: 4,4 Mio. EUR) nahezu stabil.

Das Vorantreiben von rohertragsstärkeren Produktinnovationen im ersten Halbjahr 2015 führte zu einem Anstieg der Rohertragsmarge auf 32 % (H1/2014: 27 %).

Das operative Ergebnis der YOC-Gruppe vor Abschreibungen lag in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2015 bei -1,0 Mio. EUR (H1/2014: -1,1 Mio. EUR). Wird das Vorjahresergebnis um einmalige Effekte im Rahmen der Sanierung und Restrukturierung bereinigt, beträgt die Verbesserung des EBITDA 0,8 Mio. EUR.

Der operative Cash-Flow belief sich auf -1,5 Mio. EUR (H1/2014: -1,6 Mio. EUR).

Leistungsspektrum Mobile Advertising

Mit einer Smartphone-Durchdringung von durchschnittlich mehr als 57 % (comScore 2013) ist Mobile zu einem Leitmedium für digitale Werbung in Europa gereift. Einzelne Länder wie Großbritannien, Spanien und Italien haben nach aktuellen Studien bereits eine Abdeckung von Smartphones in Höhe von 70 % erreicht (comScore 2014).

YOC ist einer der größten, unabhängigen Mobile Premium Advertising Vermarkter in Europa und greift auf eine seit 2001 gewachsene Expertise in diesem Geschäftsfeld zurück. Mit einer verfügbaren Reichweite von mehreren Milliarden Ad Impressions im Monat erreichen wir rund 40 Millionen mobile Internetnutzer. YOC arbeitet mit über 300 ausgewählten internationalen Premium-Publishern wie Shazam, The Sun, Metro, krone.at oder Eurosport zusammen, die aufgrund der langjährigen Zusammenarbeit der Technologie- und Vermarktungskompetenz des Unternehmens vertrauen.

Basierend auf langjähriger Erfahrung, exklusiven Geschäftsbeziehungen zu Vermarktungspartnern und Werbekunden, erfolgreichen Produktinnovationen und skalierenden Inhouse-Technologien ist YOC ein innovativer Teilnehmer im immer relevanter werdenden Marktsegment der mobilen Zielgruppenansprache. Unser Fokus liegt auf dem strategischen Ausbau der Position als Spezialist für Mobile Advertising in den Kernmärkten Großbritannien, Deutschland, Österreich, Spanien und Frankreich.

Für App- wie mobile Web-Publisher aus allen Sparten bietet YOC direkten Zugang zu allen relevanten Media-Agenturen und Demand-Channeln. In Kombination mit state-of-the-art Advertising-Technologien setzen wir erfolgreich auf umfassende Monetarisierungsstrategien und stellen gleichzeitig das nachhaltige Wachstum der Nutzerschaft unserer

Publisher sicher. Die YOC Premium Ad Formate erlauben ein gezieltes Branding, ohne dabei den Nutzer in seiner gewohnten Umgebung zu überfordern. YOC Mediation ermöglicht eine hohe und gleichmäßige Auslastung und effektive Tausenderkontaktpreise über dem Marktdurchschnitt. Mit seinem Audience Targeting-Ansatz stellt YOC nach geprüften Datenschutz-Standards sicher, dass ausschließlich die Werbung dem Nutzer angezeigt wird, welche die größte Relevanz besitzt.

Unsere Werbekunden (Advertiser) profitieren von exklusiven Werbemöglichkeiten bei Premium-Publishern. Die von YOC eigens entwickelten und prämierten Werbeformate (Ad Formats) bieten zudem eine hohe kreative Branding-Wirkung und wurden unter anderem mit dem Cannes Lion Gold Award in der Kategorie Mobile ausgezeichnet. Das YOC Audience Targeting mit einer Vielzahl exklusiver Datenquellen garantiert das Erreichen der vom jeweiligen Advertiser anvisierten Zielgruppe. Mit unserem Full-Service-Ansatz sind wir ein verlässlicher Partner und bieten Sicherheit und Qualität bei der Auslieferung von Kampagnen. Mit seinem Trading Desk-Ansatz erreicht YOC über leistungsfähige Demand-Side-Plattformen (DSP) eine signifikante Reichweite an mobile Usern.

Die starke Verbreitung und Nutzung von Applikationen (Mobile Apps) und das dadurch entstandene App-Ökosystem nutzt YOC mit seinen Performance-Produkten für zusätzliches Umsatzpotenzial – genauer um neue Nutzer zu gewinnen oder Registrierungen für seine Kunden zu generieren. Der immer stärker werdende programmatische Mediahandel wird von YOC aktiv begleitet und eingesetzt, um die Kampagnenziele seiner Kunden zu erreichen und zusätzliche Erlösquellen für Publisher zu eröffnen.

YOC setzt mit Trading Desk-Partnern Private Market Places (PMP) auf. Ein Private Market Place ist ein Marktplatz, auf dem Premium-Publisher ihre Werbeflächen nur einer ausgewählten Gruppe von Advertisern zur Verfügung stellen. Im Gegensatz zur direkten Buchung einer Werbefläche, buchen sich Advertiser bei einem PMP über den programmatischen Media-Einkauf ein. Publisher und Advertiser können über die Anbindung privater Marktplätze an YOC einen ausgesuchten Handelskanal mit festgelegten Preisen und definiertem Inventar nutzen. Die Werbeplätze werden in Echtzeit gehandelt (Real-Time Bidding). Zudem können direkte Deals zwischen Publishern und Advertisern über Private Marketplaces stattfinden. Durch die Automatisierung der Werbeauslieferung und den festgelegten Konditionen bietet dieses Verfahren eine effiziente Abwicklung von Kampagnenbuchungen bei voller Transparenz über das angebotene Inventar.

Vermögens-, Finanz- und Ertragslage

Ertragslage

Umsatzentwicklung und Gesamtleistung

In den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2015 lag der Umsatz der YOC-Gruppe bei 4,4 Mio. EUR (H1/2014: 4,4 Mio. EUR).

Die Gesamtleistung des Konzerns lag bei 5,0 Mio. EUR. Durch die im Vorjahresvergleichszeitraum erzielten positiven Sanierungseffekte in Höhe von 0,9 Mio. EUR betrug der Vorjahreswert 6,2 Mio. EUR.

Umsatz nach Regionen

Die Umsätze stiegen auf dem deutschsprachigen Markt im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 14 % an. Insbesondere Österreich konnte im Vergleich zum Vorjahreszeitraum einen signifikanten Umsatzanstieg in Höhe von 35 % verzeichnen. Der wichtige Heimatmarkt Deutschland verzeichnete einen Anstieg um 5 %. Im restlichen Europa sanken die Umsätze um 19 % im Vergleich zum ersten Halbjahr 2014. Dies ist hauptsächlich auf die unzureichende Performance der britischen Tochtergesellschaft zurückzuführen. Im spanischen Markt konnte ein Wachstum im Vergleich zum Vorjahr verzeichnet werden.

Rohertrag

Die Rohertragsmarge stieg im ersten Halbjahr 2015 unter anderem durch Effekte aus der Umstellung auf neue Produktbereiche auf 32 % (H1/2014: 27 %). Die Materialaufwendungen sanken um 9 % auf 3,0 Mio. EUR (H1/2014: 3,3 Mio. EUR).

Personalaufwand und Personalentwicklung

In den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2015 lag der durchschnittliche Personalbestand bei 55 Mitarbeitern (H1/2014: 67 Mitarbeiter).

Der Personalaufwand lag mit 2,0 Mio. EUR unter dem Niveau des Vorjahres (H1/2014: 2,2 Mio. EUR). Durch Effizienzsteigerungen und Reorganisation konnte die durchschnittliche Mitarbeiteranzahl insgesamt um 12 Mitarbeiter gesenkt werden – davon vier im Ausland. Konsequenterweise stieg der Umsatz je Mitarbeiter im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 20 % auf 80 TEUR (H1/2014: 66 TEUR) an.

Sonstige betriebliche Aufwendungen

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen lagen bei 1,0 Mio. EUR und damit 0,9 Mio. EUR unter den Aufwendungen des Vorjahres (H1/2014: 1,9 Mio. EUR).

Die Anpassung der Kostenstrukturen im Rahmen der Ende 2014 abgeschlossenen Restrukturierung führte zu deutlichen Senkungen der laufenden Betriebskosten sowie der Kosten für diverse externe Beratungsleistungen im Rahmen der Restrukturierung.

Insgesamt zeigten sämtliche Kostensenkungsmaßnahmen ihre Wirkung, so dass die Relation der sonstigen betrieblichen Aufwendungen zur Gesamtleistung signifikant auf 20 % sank (H1/2014: 31 %).

EBITDA

Das operative Ergebnis vor Abschreibungen lag im Berichtszeitraum bei -1,0 Mio. EUR (H1/2014: -1,1 Mio. EUR).

Bereinigt um die im ersten Halbjahr 2014 in den sonstigen betrieblichen Erträgen und Aufwendungen erzielten Sondereffekte aus Sanierungs- und Restrukturierungsmaßnahmen in Höhe von insgesamt 0,7 Mio. EUR, verbesserte sich das bereinigte EBITDA somit von -1,8 Mio. EUR im ersten Halbjahr 2014 auf -1,0 Mio. EUR im ersten Halbjahr 2015.

Ergebnis nach Steuern

Das Konzernergebnis nach Steuern ist im Berichtszeitraum mit -1,2 Mio. EUR (H1/2014: -1,5 Mio. EUR) leicht verbessert – neben der deutlichen Verbesserung aus dem operativen Geschäft fangen die im Rahmen der Restrukturierung aufgesetzten Maßnahmen sichtlich an zu greifen.

Finanz- und Vermögenslage

Zum 30. Juni 2015 beliefen sich die liquiden Mittel der YOC-Gruppe auf 0,7 Mio. Euro. Die Liquiditätsabnahme betrug somit 0,5 Mio. Euro im Vergleich zum 31. Dezember 2014.

Der operative Cash-Flow belief sich im ersten Halbjahr 2015 auf -1,5 Mio. EUR (Vorjahr: -1,6 Mio. EUR).

Der Cash-Flow aus Investitionstätigkeiten in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres beläuft sich auf -0,1 Mio. EUR (Vorjahr: 0,1 Mio. EUR).

Insgesamt wurden 0,2 Mio. EUR in interne Entwicklungskosten im Zusammenhang mit der Weiterentwicklung technologischer Plattformen und neuer Produkte investiert.

Aus dem Verkauf von Betriebs- und Geschäftsausstattung an den in 2014 veräußerten Geschäftsbereich Affiliate Marketing konnten 0,1 Mio. EUR Erlöst werden.

Die im April 2015 durchgeführte Kapitalerhöhung aus dem genehmigten Kapital gegen Bareinlagen erfolgte im Umfang von 253.973 neuen Aktien unter Ausschluss des Bezugsrechts der bestehenden Aktionäre. Mit einem Ausgabepreis von 3,15 EUR je Aktie erzielte die Gesellschaft einen Bruttoemissionserlös in Höhe von 0,8 Mio. EUR.

Darüber hinaus vereinbarte die Gesellschaft eine begleitende Darlehensaufnahme in Höhe von 0,3 Mio. EUR zu marktüblichen Konditionen und einer Laufzeit bis Mitte 2017.

Chancen, Risiken und Ausblick

Chancen und Risiken

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.

Ausblick

Die Fokussierung des Konzerns auf sein Kerngeschäft zeigt positive Effekte. In Folge der Restrukturierung und strategischen Neuausrichtung rechnet die YOC-Gruppe für das Jahr 2015 – trotz eines schwierigen ersten Halbjahres 2015 – operativ mit einer im Vergleich zum Vorjahr verbesserten Umsatz- und Ertragslage. Der Vorstand kalkuliert für das Geschäftsjahr 2015 insgesamt noch mit einem negativen operativen Cash-Flow. Zur weiteren Stärkung der Liquidität wurden weitere Maßnahmen realisiert:

- Im zweiten Quartal wurde eine Kreditlinie in Höhe von 0,1 Mio. EUR vereinbart. Zum Bilanzstichtag ist diese nicht in Anspruch genommen worden.
- Im Laufe des dritten Quartals erzielte die Gesellschaft im Wege einer außergerichtlichen Einigung einen Liquiditätszufluß in Höhe von 0,75 Mio. EUR.

Weitere Schritte zur Liquiditätsstärkung befinden sich in der Planung beziehungsweise in der Umsetzung.

Insgesamt rechnet die Gesellschaft für das Geschäftsjahr 2015 mit wachsenden Umsatzerlösen im hohen einstelligen Prozentbereich. Nach zufriedenstellendem Wachstum im ersten Quartal stagnierten die Umsätze insbesondere aufgrund der Entwicklung in Großbritannien. Auf der Kostenseite konnten deutliche Einsparungen erzielt werden. Für die zweite Jahreshälfte werden folgende Entwicklungen erwartet:

Aufgrund der nichtzufriedenstellenden Entwicklung in Großbritannien hat die Gesellschaft einen neuen Geschäftsführer für die britische Tochtergesellschaft engagiert sowie das in London ansässige Team umgebaut bzw. ergänzt. Für das zweite Halbjahr 2015 gehen wir einerseits von einer stabilen Umsatzentwicklung aus, andererseits dient diese Phase der Verbesserung der Marktpositionierung und Neuorganisation, um für eine gesteigerte Entwicklung im Geschäftsjahr 2016 zu sorgen.

Die spanische Tochtergesellschaft liegt nach dem Aufbau des neuen Teams im Geschäftsjahr 2014 rund zwei bis drei Quartale hinter der ursprünglich vorgesehenen Wachstumsprognose, so dass im verbleibenden Halbjahr 2015 zwar weitere Umsatzsteigerungen zu erwarten sind, jedoch die insgesamt für das Geschäftsjahr 2015 geplante Umsatzentwicklung unterschritten werden wird.

Aufgrund der folgerichtigen strategischen Konzentration auf die Kernkompetenz Mobile Advertising und eine an die Erfordernisse der Branche angepasste Marktpositionierung ist darüber hinaus auch mittelfristig von einem beständigen Wachstum auszugehen. Die positiven wirtschaftlichen Rahmenbedingungen weltweit unterstützen diese Prognose.

Der Umbau der Gesellschaft hin zum Mobile Premium Programmatic Anbieter bringt die Gesellschaft auf ein neues Produktniveau und wird bei erwartungsgemäßer Entwicklung zu einer Stärkung der Positionierung im Markt führen und wird künftig durch die geplante Ausweitung dieser Dienstleistungen einen wesentlichen Teil der Gesamtumsätze ausmachen. Mit dem Ausbau dieses Bereiches werden Steigerungen der Rohertragsmarge erwartet und parallel die Unabhängigkeit von größeren Kooperationen vorangetrieben.

Voraussetzung dafür ist die planmäßige Entwicklung der internationalen Standorte. Investitionen in innovative Technologien und Produkte sind Bestandteil der Unternehmensstrategie, um die begonnene Entwicklung zu stärken und auszubauen. Die YOC-Gruppe rechnet für 2015 auf Basis der oben dargestellten Entwicklungen mit einer leichten Verbesserung der um Sondereffekte bereinigten operativen Ertragslage.

Konzernzwischenabschluss

(ungeprüft)

Konzerngesamterfolgsrechnung

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung (in EUR)	Q2/2015	Q2/2014
Umsatzerlöse	2.327.525	2.622.746
Aktivierete Eigenleistungen	62.633	63.762
Sonstige betriebliche Erträge	135.964	231.830
Gesamtleistung	2.526.122	2.918.338
Materialaufwand	1.548.902	1.770.102
Personalaufwand	1.002.886	997.886
Sonstige betriebliche Aufwendungen	550.590	820.896
Operatives Ergebnis vor Abschreibungen	-576.256	-670.546
Abschreibungen	55.212	76.134
Operatives Ergebnis	-631.468	-746.680
Finanzerträge	443	0
Finanzaufwendungen	3.194	36.851
Finanzergebnis	-2.751	-36.851
Ergebnis vor Steuern	-634.219	-783.531
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	46.474	92.134
Ergebnis nach Steuern fortzuführender Geschäftsbereich	-680.693	-875.665
Ergebnis nach Steuern nicht fortgeführte Geschäftsbereiche	0	605.396
Periodenergebnis	-680.693	-270.269
Ergebnis je Aktie		
Ergebnis je Aktie unverwässert	-0,22	-0,09
Ergebnis je Aktie verwässert	-0,22	-0,09
Ergebnis je Aktie fortzuführender Geschäftsbereich		
Ergebnis je Aktie unverwässert	-0,22	-0,31
Ergebnis je Aktie verwässert	-0,22	-0,31
Konzern-Gesamtergebnisrechnung (in EUR)	Q2/2015	Q2/2014
Ergebnis nach Steuern	-680.693	-270.269
Effekte, die künftig in die Gewinn- und Verlustrechnung reklassifiziert werden können:		
Unrealisierte Ergebnisse aus der Währungsumrechnung	-70.997	-86.414
Sonstiges Ergebnis	-70.997	-86.414
Gesamtergebnis	-751.690	-356.683

> 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)	H1/2015	H1/2014
Umsatzerlöse	4.381.683	4.448.287
Aktivierete Eigenleistungen	137.775	147.379
Sonstige betriebliche Erträge	498.245	1.606.622
Gesamtleistung	5.017.703	6.202.288
Materialaufwand	2.961.694	3.258.609
Personalaufwand	2.038.557	2.196.675
Sonstige betriebliche Aufwendungen	1.010.049	1.893.307
Operatives Ergebnis vor Abschreibungen	-992.597	-1.146.303
Abschreibungen	114.034	159.002
Operatives Ergebnis	-1.106.631	-1.305.305
Finanzerträge	542	811
Finanzaufwendungen	3.194	69.754
Finanzergebnis	-2.652	-68.943
Ergebnis vor Steuern	-1.109.283	-1.374.248
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	60.739	98.520
Ergebnis nach Steuern fortzuführender Geschäftsbereich	-1.170.022	-1.472.768
Ergebnis nach Steuern nicht fortgeführte Geschäftsbereiche	0	807.919
Periodenergebnis	-1.170.022	-664.849
Ergebnis je Aktie		
Ergebnis je Aktie unverwässert	-0,38	-0,23
Ergebnis je Aktie verwässert	-0,38	-0,23
Ergebnis je Aktie fortzuführender Geschäftsbereich		
Ergebnis je Aktie unverwässert	-0,38	-0,52
Ergebnis je Aktie verwässert	-0,38	-0,52
Konzern-Gesamtergebnisrechnung (in EUR)	H1/2015	H1/2014
Ergebnis nach Steuern	-1.170.022	-664.849
Effekte, die künftig in die Gewinn- und Verlustrechnung reklassifiziert werden können:		
Unrealisierte Ergebnisse aus der Währungsumrechnung	-188.892	-170.970
Sonstiges Ergebnis	-188.892	-170.970
Gesamtergebnis	-1.358.914	-835.819

› Die Angaben unterliegen keiner prüferischen Durchsicht.

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

Konzernbilanz

in EUR

30.06.2015

31.12.2014

AKTIVA

Langfristige Vermögenswerte	692.834	650.071
Sachanlagen	84.611	144.765
Immaterielle Vermögenswerte	604.244	501.854
Latente Steuern	3.979	3.452
Kurzfristige Vermögenswerte	3.331.359	3.484.598
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	1.990.475	1.610.764
Sonstige Vermögenswerte	649.308	641.381
Steuerforderungen	27.757	28.729
Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten	663.819	1.203.724
Summe Vermögenswerte	4.024.193	4.134.669

PASSIVA

Eigenkapital	-2.238.691	-1.650.250
Gezeichnetes Kapital	3.112.473	2.858.500
Kapitalrücklage	20.397.672	19.902.539
Gewinnrücklagen	-25.368.870	-24.220.215
Unterschiedsbetrag aus Währungsumrechnungen	-329.647	-140.755
Eigene Aktien	-50.319	-50.319
Langfristige Schulden	378.528	64.828
Rückstellungen	78.528	64.828
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	300.000	0
Kurzfristige Schulden	5.884.356	5.720.091
Erhaltene Anzahlungen	15.710	9.300
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2.862.695	2.520.603
Sonstige Verbindlichkeiten	729.043	771.153
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	1.376.030	2.395.870
Steuerschulden	71.272	23.165
Rückstellungen	829.605	0
Summe Eigenkapital und Schulden	4.024.193	4.134.669

> Die Angaben unterliegen keiner prüferischen Durchsicht.

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

Konzern-Kapitalflussrechnung

in EUR	H1/2015	H1/2014
Ergebnis nach Steuern aus fortgeführten Geschäftsbereichen	-1.170.022	-1.472.768
Ergebnis nach Steuern aus nicht fortgeführten Geschäftsbereichen	0	807.919
Abschreibungen	114.034	203.358
Erfolgswirksam erfasste Steuern	60.739	90.953
Erfolgswirksam erfasste Zinsen	2.652	68.434
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge	14.380	1.105.332
Cash-Earnings	-978.217	803.228
Gewinne aus Anlagenabgängen	-51.430	-6.497
Veränderungen Forderungen, Anzahlungen und sonstige Vermögenswerte	-386.666	268.350
Veränderungen Verbindlichkeiten, Anzahlungen und sonstige Schulden	-930.696	-2.837.025
Veränderungen Rückstellungen	843.305	197.411
Erhaltene Zinsen	-542	1.320
Gezahlte Zinsen	0	-5.305
Gezahlte Steuern	-406	0
Operativer Cash-Flow	-1.504.652	-1.578.518
Investitionen in Sachanlagen	-11.012	-24.684
Auszahlungen für Entwicklungskosten	-175.073	-159.916
Veräußerung von Sachanlagen	78.630	318.337
Cash-Flow aus Investitionstätigkeit	-107.456	133.737
Einzahlungen aus Kapitalerhöhungen	800.015	0
Transaktionskosten aus der Ausgabe von Aktien	-27.814	0
Tilgung von Schulden aus Finanzierungsleasing	0	-6.744
Darlehensrückzahlung	0	-250.000
Darlehensaufnahme	300.000	1.474.704
Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit	1.072.201	1.217.960
Nettozunahme/-abnahme	-539.907	-226.821
Finanzmittelfonds zu Beginn der Berichtsperiode	1.203.724	531.087
Finanzmittelfonds zum Ende der Berichtsperiode	663.817	304.266

› 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
per 01.01.2014	2.858.500	20.226.168	-27.781.828	69.085	-50.319	-4.678.394
Ergebnis nach Steuern			-664.849			-664.849
Unterschiedsbetrag aus Währungsumrechnungen				-170.970		-170.970
Gesamtergebnis	0	0	-664.849	-170.970	0	-835.819
Aktioptionsprogramm		25.664				25.664
per 30.06.2014	2.858.500	20.251.832	-28.446.677	-101.885	-50.319	-5.488.549
per 01.01.2015	2.858.500	19.902.539	-24.220.215	-140.755	-50.319	-1.650.250
Ergebnis nach Steuern			-1.170.022			-1.170.022
Unterschiedsbetrag aus Währungsumrechnungen				-188.892		-188.892
Gesamtergebnis	0	0	-1.170.022	-188.892	0	-1.358.914
Ausgabe von gezeichnetem Kapital	253.973	546.042				800.015
Aktioptionsprogramm		-23.095	21.366			-1.729
Transaktionskosten einschließlich Steuervorteile		-27.814				-27.814
per 30.06.2015	3.112.473	20.397.672	-25.368.870	-329.647	-50.319	-2.238.691

» 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, Greifswalder Str. 212, Deutschland, ansässiges Unternehmen, das als Anbieter für Mobile Advertising international tätig ist.

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

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

Grundlagen der Aufstellung des Abschlusses

Der Halbjahresfinanzbericht der YOC AG zum 30. Juni 2015 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 2014 zu lesen.

Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

In den ersten sechs Monaten 2015 wurden sämtliche ab dem 01. Januar 2015 verpflichtend anzuwendenden Standards beachtet:

- **IFRIC 21 - Abgaben: Leitlinien zum Ansatz einer Schuld für eine Abgabe, die von einer Regierung, einer Regierungsbehörde oder ähnlichen Organen auferlegt wird** hat auf die Gesellschaft keine Auswirkungen. Die Interpretation ist erstmalig anzuwenden auf Geschäftsjahre, die am oder nach dem 17. Juni 2014 beginnen. Es gibt keinen Anwendungsfall für die YOC AG.
- **Verbesserungen zu IFRS (2011-2013)**
Bei den Verbesserungen handelt es sich um einen Sammelstandard, der Änderungen in diversen IFRS zum Gegenstand hat. Die Verbesserungen sind erstmalig auf Geschäftsjahre anzuwenden, die am oder nach dem 01. Juli 2014 beginnen. Für die YOC AG ergeben sich keine Änderungen.

- **Änderung von IAS 19 - Beiträge von Arbeitnehmern**

Die Änderung ist erstmals auf Geschäftsjahre anzuwenden, die am oder nach dem 01. Juli 2014 beginnen. Die Änderung regelt die Erfassung von Beiträgen von Arbeitnehmern oder Dritten zum Pensionsplan als Reduktion des Dienstzeitaufwands. Sie hat keine Auswirkungen auf den Abschluss der YOC AG.

Zusammengefasst haben die im Geschäftsjahr 2015 erstmalig anzuwendenden Rechnungslegungsnormen keinen Einfluss auf die Darstellung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage im Konzernzwischenabschluss.

3. Angaben zu wesentlichen Entwicklungen der Bilanz und der Konzerngesamterfolgsrechnung

Eigenkapital und Gesellschafterdarlehen

Am 22. April 2015 beschlossen Vorstand und Aufsichtsrat der YOC AG eine Kapitalerhöhung aus dem genehmigten Kapital gegen Bareinlagen im Umfang von 253.973 neuen Aktien unter Ausschluss des Bezugsrechts der bestehenden Aktionäre. Mit einem Ausgabepreis von 3,15 EUR je Aktie erzielte die Gesellschaft einen Bruttoemissionserlös in Höhe von 0,8 Mio. EUR.

Darüber hinaus vereinbarte die Gesellschaft eine begleitende Darlehensaufnahme in Höhe von 0,3 Mio. EUR zu marktüblichen Konditionen und einer Laufzeit bis Mitte 2017.

Beide Maßnahmen dienen der Stärkung des Eigenkapitals und sollen der weiteren Geschäftsentwicklung, insbesondere durch die Entwicklung neuer Produkte, Aufschwung verleihen.

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:

30.06.2015 (in TEUR)	Buchwert	beizulegender Zeitwert	Bewertungs- kategorie gem. IAS 39 ¹⁾	Fair Value Hierarchie
Finanzielle Vermögenswerte				
Zahlungsmittel	664	664	LaR	n/a
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	1.990	1.990	LaR	n/a
Sonstige Vermögenswerte	649	649	LaR	n/a
Finanzielle Verbindlichkeiten				
Festverzinsliche Darlehen	300	270	FLAC	Stufe 2
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2.863	2.863	FLAC	n/a
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	1.376	1.376	FLAC	n/a

31.12.2014 (in TEUR)	Buchwert	beizulegender Zeitwert	Bewertungs- kategorie gem. IAS 39 ¹⁾	Fair Value Hierarchie
Finanzielle Vermögenswerte				
Zahlungsmittel	1.204	1.204	LaR	n/a
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	1.611	1.611	LaR	n/a
Sonstige Vermögenswerte	641	641	LaR	n/a
Finanzielle Verbindlichkeiten				
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2.521	2.521	FLAC	n/a
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	2.396	2.396	FLAC	n/a
davon aus Finanzierungs-Leasingverhältnissen	3	3	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);

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.

Umsatzerlöse

Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum blieben die Umsatzerlöse im Konzern mit 4.382 TEUR knapp unter Vorjahresniveau (4.448 TEUR). In der Region D-A-CH stiegen die Umsätze um 14 % auf 2.718 TEUR (H1/2014: 2.385 TEUR). Im restlichen Europa sanken die Umsätze um 19 % auf 1.663 TEUR (H1/2014: 2.064 TEUR).

Sonstige betriebliche Erträge

In den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2015 sind die sonstigen betrieblichen Erträge durch den Verkauf von Betriebs- und Geschäftsausstattung in Höhe von 49 TEUR beeinflusst. Im Vergleichszeitraum des Vorjahres wurde ein Sanierungsgewinn in Höhe von 900 TEUR ertragswirksam realisiert.

Sonstige betriebliche Aufwendungen

Im ersten Halbjahr 2015 sanken die sonstigen betrieblichen Aufwendungen von 1.893 TEUR um 842 TEUR auf 1.051 TEUR. Die im Rahmen der Restrukturierung umgesetzten Maßnahmen wirken vollumfänglich. Die Reduktion der sonstigen betrieblichen Aufwendungen basiert hauptsächlich auf drei Faktoren:

- Insbesondere Einsparungen bei Mietkosten trugen zum Rückgang der Kosten des Geschäftsbetriebs in Höhe von insgesamt 192 TEUR auf 188 TEUR (-51 %) im Vergleich zum Vorjahreszeitraum bei,
- Rechts- und Beratungskosten sowie Kosten der Buchführung und Jahresabschlussprüfungskosten sanken im Vergleich zum Vorjahreszeitraum (486 TEUR) um insgesamt 314 TEUR auf 172 TEUR (-65 %),
- Im Vergleichszeitraum des Vorjahres verzeichnete die Gesellschaft Aufwendungen im Rahmen der Restrukturierung in Höhe von 238 TEUR. Diese entfielen im aktuellen Berichtszeitraum.

Operatives Ergebnis vor Abschreibungen und Steuern (EBITDA)

Unter Berücksichtigung der genannten Effekte verbesserte sich das EBITDA um 154 TEUR auf -993 TEUR (H1/2014: -1.146 TEUR).

Wird der im Vorjahreszeitraum erzielte Saldo aus Sanierungserträgen und -aufwendungen in Höhe von 662 TEUR außer Betracht gelassen, verzeichnete die Gesellschaft im ersten Halbjahr 2015 eine signifikante Steigerung der operativen Ergebnisse um insgesamt 815 TEUR im Vergleich zum Vorjahreszeitraum.

4. Segmentberichterstattung

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

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

Zur Bildung der vorstehenden berichtspflichtigen Geschäftssegmente werden die Geschäftssegmente Deutschland und Österreich (inklusive Schweiz) im Segment D-A-CH sowie Großbritannien, Spanien und Frankreich im Segment Restliches Europa zusammengefasst, da sie vergleichbare wirtschaftliche Merkmale aufweisen und auch hinsichtlich ihrer Produkte, Dienstleistungen, Kunden, Prozesse und Vertriebsmethoden vergleichbar sind.

Die Corporate Functions beinhalten Erträge und Aufwendungen, die in der Muttergesellschaft anfallen und keinem Geschäftssegment direkt zuordenbar sind.

Die Umsatzerlöse werden auf Basis der von den Landesgesellschaften in den jeweiligen Ländern erzielten Umsätze ermittelt.

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

Segmentberichterstattung (in TEUR)	D-A-CH	Restliches Europa	Corporate Functions	Konsolidierung	YOC-Gruppe
01.01.2015 - 30.06.2015					
Umsatz	2.718	1.663			4.382
Innenumsatz	283	0		-283	0
Gesamtumsatz	3.001	1.663		-283	4.382
Aktiviert Eigenleistungen	138	0			138
Sonstiger betr. Ertrag	479	19			498
Gesamtleistung	3.335	1.683			5.018
Materialaufwand	1.728	1.234			2.962
Personalaufwand	925	590	524		2.039
Sonstiger betr. Aufwand	280	309	421		1.010
EBITDA	403	-451	-945		-993

01.01.2014 - 30.06.2014					
Umsatz	2.385	2.064			4.448
Innenumsatz	258	0		-258	0
Gesamtumsatz	2.642	2.064		-258	4.448
Aktiviert Eigenleistungen	147	0			147
Sonstiger betr. Ertrag	565	215	827		1.607
Gesamtleistung	3.097	2.278	827		6.202
Materialaufwand	1.742	1.516			3.259
Personalaufwand	1.054	726	418		2.197
Sonstiger betr. Aufwand	408	608	878		1.893
EBITDA	-106	-572	-469		-1.146

Die operativen Ergebnisse der einzelnen Segmente sind aufgrund verbesserter Rotertragsmargen sowie der konsequent umgesetzten Einsparungen auf der Kostenseite sowohl in der Region D-A-CH als auch im restlichen Europa deutlich verbessert.

Die Rotertragsmarge stieg in der Region D-A-CH deutlich auf 36 % (Vorjahr: 27 %) und trug zum Anstieg des EBITDA um 509 TEUR bei. Im restlichen Europa wirkten insbesondere Kostenminimierungen ergebnisverbessernd, so dass ein Anstieg des EBITDA um 121 TEUR erzielt werden konnte.

Insgesamt lag das EBITDA um 154 TEUR über Vorjahresniveau. Im Vorjahreszeitraum sind zudem Einmaleffekte in den sonstigen betrieblichen Erträgen in Höhe von 827 TEUR im Bereich der Corporate Functions enthalten, so dass insgesamt eine Steigerung von 981 TEUR erreicht wurde.

Zum 30. Juni 2015 betragen die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen in der Region D-A-CH 1.017 TEUR (H1/2014: 862 TEUR) sowie 973 TEUR (H1/2014: 1.605 TEUR) im restlichen Europa.

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

Überleitungsrechnung (in TEUR)	H1/2015	H1/2014
EBITDA	-993	-1.146
Abschreibungen	-114	-159
Finanzergebnis	-3	-69
Ergebnis vor Steuern	-1.110	-1.374
Steuern	-61	-99
Ergebnis aus nicht fortgeführten Geschäftsbereichen	0	808
Ergebnis nach Steuern	-1.170	-665

5. Cash-Flow Rechnung

Zum 30. Juni 2015 beliefen sich die liquiden Mittel der YOC-Gruppe auf 0,7 Mio. Euro. Die Liquiditätsabnahme betrug somit 0,5 Mio. Euro im Vergleich zum 31. Dezember 2014.

Der operative Cash-Flow belief sich im ersten Halbjahr 2015 auf -1,5 Mio. EUR (Vorjahr: -1,6 Mio. EUR).

Der Cash-Flow aus Investitionstätigkeiten in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres beläuft sich auf -0,1 Mio. EUR (Vorjahr: 0,1 Mio. EUR).

Insgesamt wurden 0,2 Mio. EUR in interne Entwicklungskosten im Zusammenhang mit der Weiterentwicklung technologischer Plattformen und neuer Produkte investiert.

Aus dem Verkauf von Betriebs- und Geschäftsausstattung an den in 2014 veräußerten Geschäftsbereich Affiliate Marketing konnten 0,1 Mio. EUR Erlöst werden.

Die im April 2015 durchgeführte Kapitalerhöhung aus dem genehmigten Kapital gegen Bareinlagen erfolgte im Umfang von 253.973 neuen Aktien unter Ausschluss des

Bezugsrechts der bestehenden Aktionäre. Mit einem Ausgabepreis von 3,15 EUR je Aktie erzielte die Gesellschaft einen Bruttoemissionserlös in Höhe von 0,8 Mio. EUR.

Darüber hinaus vereinbarte die Gesellschaft eine begleitende Darlehensaufnahme in Höhe von 0,3 Mio. EUR zu marktüblichen Konditionen und mit einer Laufzeit bis Mitte 2017.

6. Haftungsverhältnisse, Eventualverbindlichkeiten und Ähnliches

Unverändert zum Konzernabschluss vom 31. Dezember 2014 liegen keine Haftungsverhältnisse, Eventualverbindlichkeiten oder Ähnliches vor.

7. Angaben zu Beziehungen zu nahe stehenden Unternehmen und Personen

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

8. Ereignisse nach der Zwischenberichtsperiode

Im Rahmen eines außergerichtlichen Vergleichs konnte die Gesellschaft im Laufe des dritten Quartals einen Liquiditätszufluss in Höhe von 0,75 Mio. EUR realisieren.

Bis zum Zeitpunkt der Veröffentlichung des Konzernzwischenabschlusses haben sich darüber hinaus keine weiteren wesentlichen Ereignisse nach dem 30. Juni 2015 ergeben.

YOC Adressen

Berlin (Hauptsitz)

YOC AG
YOC Mobile Advertising GmbH

Greifswalder Straße 212
10405 Berlin
Deutschland

T +49 (0) 30 72 61 62 - 0
F +49 (0) 30 72 61 62 - 222

London

YOC Mobile Advertising Ltd.

Morelands Buildings, 17-21 Old Street
3rd Floor, Block D
London, EC1V 9HL, UK

T +44 (0) 20 71 99 61 60

Wien

YOC Central Eastern Europe GmbH

Neubaugasse 10/2/17
1070 Wien
Österreich

T +43 (0) 1 522 5006 - 0
F +43 (0) 1 522 5006 - 116

Madrid

YOC Spain S.L.

Orense, 20, 1^a Planta, Oficina 4
28020 Madrid
Spanien

T +34 (0) 91 392 41 87

Finanzkalender

25. August 2015

Ordentliche Hauptversammlung

26. November 2015

Veröffentlichung des Berichts zum 3. Quartal 2015

Impressum

Herausgeber

YOC AG
Greifswalder Straße 212
10405 Berlin
T +49 (0) 30 72 61 62 - 0
F +49 (0) 30 72 61 62 - 222
info@yoc.com

Gesamtkonzept und Redaktion

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

www.yoc.com