

BERICHT ZUM ERSTEN HALBJAHR 2016 YOC AG



**MOBILE
ADVERTISING**

INHALT

	SEITE
Brief an die Aktionäre	02
YOC im Überblick	04
Konzernzwischenlagebericht	05
Konzernzwischenabschluss	12
YOC Standorte	26
Finanzkalender	27
Impressum	28

Brief an die Aktionäre

Sehr verehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

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 steigenden Werbebudgets im Bereich Mobile Advertising nimmt spürbar zu. Die Menschen individuell, profilbasiert, kreativ und unabhängig von Zeit und Raum auf ihrem elektronischen Begleiter zu erreichen und mit ihnen zu interagieren, ist die Vision, die uns selbst und unsere Branche seit jeher antreibt.

Die YOC-Gruppe steigerte im ersten Halbjahr 2016 ihren Gesamtumsatz um rund 21 % auf 5,3 Mio. EUR (H1/2015: 4,4 Mio. EUR). Wir freuen uns dabei über ein beschleunigtes Wachstum im zweiten Quartal 2016, in dem wir den Umsatz im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 29 % auf rund 3,0 Mio. EUR erhöhen konnten. Umsatztreiber sind weiterhin die Tochtergesellschaften in Deutschland sowie Österreich. Darüber hinaus trägt mittlerweile auch unsere spanische Tochtergesellschaft mit einem Umsatzwachstum in Höhe von 106 % im ersten Halbjahr 2016 maßgeblich zu dieser Entwicklung bei.

Lediglich der Umsatzbeitrag unserer britischen Tochtergesellschaft ist noch nicht zufriedenstellend. Diesem Umstand treten wir unter anderem durch die Neubesetzung der Geschäftsführung sowie von weiteren Schlüsselpositionen als auch durch die konsequente Einführung programmatischer Produkte entgegen. Für den Standort erwarten wir eine Stabilisierung im zweiten Halbjahr 2016.

Die YOC-Gruppe verzeichnete im ersten Halbjahr 2016 ein verbessertes operatives Ergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) in Höhe von -716 TEUR (H1/2015: -869 TEUR). Bereinigt um Sondererträge des Vorjahres beträgt die Verbesserung des EBITDA 338 TEUR und damit 32 %. Der eingeschlagene Weg, in innovative Produkte für Mobile Advertising zu investieren, bringt uns voran: Die Rohertragsmarge stieg im ersten Halbjahr 2016 auf 35,0 % (H1/2015: 33,1 %).

Aufgrund des Umsatzwachstums, der erhöhten Rohertragsmarge sowie einer konstanten Kostenstruktur verbessert sich das EBITDA des zweiten Quartals 2016 merklich auf -276 TEUR (Q2/2015: -513 TEUR).

Wir verzeichnen einen stetigen Anstieg der Nachfrage von Werbekampagnen über programmatische Plattformen. Die automatisierte Auslieferung mobiler Werbekampagnen ist eine zwangsläufige Entwicklung, für die sich die YOC-Gruppe mit seinen Produkten im programmatischen Absatzkanal, wie zum Beispiel durch die Etablierung von Private Market Places an allen Standorten, gerüstet hat. Die Positionierung als produktbasierter Mobile Advertising Anbieter führt zu einer strategisch nachhaltigeren Marktpositionierung.

Zur Weiterentwicklung unseres Produktportfolios, zur Internationalisierung unserer Aktivitäten und zur Stärkung des Eigenkapitals hat die Gesellschaft im April 2016 eine Kapitalerhöhung mit einem Bruttoemissionserlös in Höhe von rund 0,5 Mio. EUR durchgeführt. Darüber hinaus konnten wir eine begleitende Fremdkapitalfinanzierung in Höhe von 0,5 Mio. EUR vereinbaren, so dass der YOC AG insgesamt liquide Mittel in Höhe von 1,0 Mio. EUR zufließen.

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre, für das Geschäftsjahr 2016 rechnen wir mit einem Anstieg der Umsatzerlöse im Bereich von rund 20 % bei einer gleichsam konstanten Kostenstruktur, so dass sich eine verbesserte operative Ertragslage im Vergleich zum Vorjahr ergeben wird. Wir danken Ihnen herzlich für Ihr Vertrauen und freuen uns auf die weitere Zusammenarbeit.

Mit den besten Grüßen,



Dirk Kraus



Michael Kruse

Vorstand YOC AG

YOC im Überblick

Mobile Advertising (in TEUR)	H1/2016	H1/2015	Veränderung absolut	Veränderung in %
Umsatz und Ergebnis				
Umsatz gesamt	5.256	4.358	898	21
Mittel- und Osteuropa ¹⁾	3.652	2.718	934	34
Restliches Europa ²⁾	1.604	1.640	-36	-2
Gesamtleistung	5.569	4.994	575	12
EBITDA	-716	-869	153	18
EBITDA-Marge (in%)	-13	-17	k.A.	k.A.
Ergebnis nach Steuern fortgeführter Bereich	-987	-1.046	59	6
Ergebnis je Aktie verwässert in Euro	-0,30	-0,34	0,04	12
Ergebnis je Aktie unverwässert in Euro	-0,30	-0,34	0,04	12
Mitarbeiter				
Durchschnittliche Anzahl Mitarbeiter ³⁾	52	53	-1	-2
Mitarbeiterzahl zum 30. Juni	52	53	-1	-2
Umsatz je Mitarbeiter (in TEUR)	101	82	19	23
Gesamtleistung je Mitarbeiter (in TEUR)	107	94	13	14
Bilanz und Kapitalflussrechnung				
Bilanzsumme	4.406	3.868 ⁴⁾	538	14
Operativer Cash-Flow	-731	-1.505	774	51

¹⁾ D-A-CH und Polen

²⁾ Spanien und Vereinigtes Königreich

³⁾ Auf Basis der festgestellten Mitarbeiter

⁴⁾ Zum 31.12.2015

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

Konzernzwischenlagebericht

(ungeprüft)

Geschäftsentwicklung der YOC-Gruppe im ersten Halbjahr 2016

Kennzahlenübersicht

Im ersten Halbjahr 2016 verzeichnete die YOC-Gruppe einen Gesamtumsatz in Höhe von 5.256 TEUR (H1/2015: 4.358 TEUR). Dies entspricht einem Anstieg in Höhe von 20,6 % im Vergleich zum Vorjahr.

Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum führte das Vorantreiben von rohertragsstärkeren Produktinnovationen zu einem Anstieg der Rohertragsmarge auf 35,0 % (H1/2015: 33,1 %). Diese Entwicklung unterstreicht die Repositionierung des Unternehmens als produktbasierten Anbieter im Mobile Advertising und stellt einen wichtigen Baustein zur nachhaltig positiven Unternehmensentwicklung dar.

Das operative Ergebnis der YOC-Gruppe vor Abschreibungen verbesserte sich in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2016 um 153 TEUR auf -716 TEUR (H1/2015: -869 TEUR). Wird darüber hinaus das Vorjahresergebnis um einmalig erzielte Erträge aus der Ausbuchung verjährter Verbindlichkeiten in Höhe von 145 TEUR (H1/2016: 46 TEUR), Weiterbelastungen an die in 2014 veräußerte belboon GmbH in Höhe von 45 TEUR (H1/2016: 1 TEUR) sowie dem Verkauf nicht betriebsnotwendigen Anlagevermögens in Höhe von 49 TEUR (H1/2016: 7 TEUR) bereinigt, beträgt die Verbesserung des bereinigten EBITDA 338 TEUR (+32 %).

Der operative Cash-Flow belief sich auf -731 TEUR (H1/2015: -1.505 TEUR).

Leistungsspektrum

YOC ist einer der führenden unabhängigen Mobile Premium Advertising Anbieter in Europa und greift auf eine seit 2001 gewachsene Expertise in diesem Geschäftsfeld zurück. Mit einer verfügbaren Reichweite von mehreren Mrd. Ad Impressions im Monat erreichen wir rund 100 Millionen mobile Internetnutzer weltweit. YOC arbeitet mit über 400 ausgewählten internationalen Premium-Publishern zusammen, darunter **Shazam**, **The Telegraph**, **krone.at**, **Tagesspiegel** oder **Eurosport**. Sie vertrauen dem Unternehmen aufgrund seiner Produkt-, Technologie- und Vermarktungskompetenz sowie einer über Jahre gewachsenen erfolgreichen Zusammenarbeit mit YOC. Mit exklusiven Geschäftsbeziehungen zu Vermarktungspartnern und Werbekunden, neuen erfolgreichen Produkten und skalierenden Inhouse-Technologien hat sich YOC zu einem innovativen Anbieter von Mobile Advertising entwickelt. Unser Fokus liegt auf dem strategischen Ausbau der Position als Spezialist für Mobile Advertising in den Kernmärkten Großbritannien, Deutschland, Österreich und Spanien sowie in der im Februar 2016 hinzugekommenen Region Polen.

Premium Monetarisierung für Publisher

Für App und Mobile Internet Publisher aus allen Sparten bietet YOC direkten Zugang zu allen relevanten Media-Agenturen, Trading Desks und Direktkunden. In Kombination mit modernsten Advertising-Technologien setzen wir auf ganzheitliche Monetarisierungsstrategien für unsere Mediapartner und stellen somit das nachhaltige Wachstum ihrer durch YOC generierten Reichweite und Werbeeinnahmen sicher.

Das Produkt YOC Mediation ermöglicht für unsere Publisher eine hohe und gleichmäßige Auslastung sowie effektive Tausenderkontaktpreise über dem Marktdurchschnitt.

Mit dem inhouse entwickelten YOC Hub hat YOC ein Reporting- und Analyse-Werkzeug speziell für seine Publisher entwickelt. Die Mediapartner besitzen damit die Möglichkeit, die Vermarktungsaktivitäten von YOC auf einen Blick auszuwerten und zu verwalten.

Mobile Premium Advertising für Werbetreibende

Unsere Werbekunden (Advertiser) profitieren von exklusiven Werbemöglichkeiten bei Premium-Publishern. Die von YOC intern entwickelten und prämierten Mobile Werbeformate (Ad Formats) bieten darüber hinaus eine hohe kreative Branding-Wirkung. Das YOC Mystery Ad wurde 2012 mit dem Cannes Lion Gold Award in der Kategorie Mobile ausgezeichnet und konsequent auf die Bedürfnisse der Werbekunden weiterentwickelt. Im Geschäftsjahr 2015 haben wir mit dem YOC Understitial Ad ein neues kreatives und wandelbares Werbeformat entwickelt, das erstmalig die Nutzerfreundlichkeit von großflächiger Werbung verbessert. Das YOC Understitial Ad regt durch die Kombination mit Bildern, Videos oder HTML5-Inhalten (z. B. interaktive Elemente) den mobilen Internetnutzer an, sich aktiv mit einer Marke oder einem Produkt zu beschäftigen, ohne aufdringlich zu sein. Das aktuell in den Markt eingeführte YOC Inline Video Ad ist ein weiteres Beispiel für die neue, interaktiv getriebene Generation von YOC Werbeformaten. Wie das YOC Understitial Ad kann das YOC Inline Video Ad nach dem neuesten Standard der digitalen Mediabranche – der sogenannten Viewability – abgerechnet werden. Dies bezeichnet die Abrechnung je nach Sichtbarkeit der Mobilien Werbung.

Im stetig wachsenden Marktsegment der mobilen Zielgruppenansprache (z. B. Audience Targeting, Re-Engagement, Cross Device Tracking) bietet YOC für Werbetreibende zudem die ideale Auswahl an Targeting-Technologien und -Daten, um die anvisierte Zielgruppe bestmöglich zu erreichen.

Mobile Programmatic Advertising

Der immer stärker werdende programmatische Mediahandel ist in der Unternehmensvision von YOC verankert und wird immer öfter eingesetzt, um Kampagnenziele der Advertiser zu erreichen und zusätzliche Erlösquellen für Publisher zu öffnen.

Mit seinen Trading Desk-Produkten erreicht YOC für seine Werbekunden über leistungsfähige Demand-Side-Plattformen (DSP) eine signifikante Reichweite an mobilen Internetnutzern.

Mit unserem Full-Service-Ansatz ist YOC ein verlässlicher Partner, der auch in diesem Bereich größtmögliche Sicherheit und Qualität bei der Auslieferung von Kampagnen gewährleistet.

Ein besonderer Baustein der programmatischen Monetarisierung ist das Einrichten und Optimieren von exklusiven Private Market Places (PMP) durch YOC. Hierbei handelt es sich um Marktplätze, auf denen Premium-Publisher ihre Werbeflächen nur einer ausgewählten Gruppe von Advertisern zur Verfügung stellen, die die Werbeflächen eigenständig und programmatisch belegen. Diese Werbepplätze werden dann in Echtzeit gehandelt. Durch die Automatisierung der Werbeauslieferung und die festgelegten Konditionen bietet dieses Verfahren eine effiziente Abwicklung von Kampagnenbuchungen bei kompletter Transparenz über das angebotene Inventar.

Mobile Performance Marketing

YOC hat sein Portfolio kontinuierlich erweitert und baut sein Geschäftsfeld seit Anfang dieses Jahres neben Branding Advertising auch auf der Ebene des Performance Advertising aus. In diesem Bereich aggregiert YOC eine Vielzahl von leistungsfähigen Inventar-Quellen – von direkten Publishern bis hin zu internationalen Performance-Netzwerken – um für nationale wie internationale Werbekunden wie **Deutsche Bahn, Trainline, L'Oréal, vente-privée, Scout24-Gruppe, UCWeb Inc., Amazon** etc. mobile Werbekampagnen mit leistungsbasierter Abrechnung erfolgreich umzusetzen.

Für die wachsende Bedeutung des mobilen Handels bietet YOC individuelle Mobile Performance-Produkte, um neue App-Nutzer zu gewinnen oder die bestehende Nutzerbasis einer Applikation zu optimieren und Kundenbindung über die App zu ermöglichen. Je nach Ziel des Kunden werden die Anzahl der zahlenden Kunden erhöht oder inaktive Nutzer wieder aktiviert.

Vermögens-, Finanz- und Ertragslage

Ertragslage

Umsatzentwicklung und Gesamtleistung

In den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2016 verzeichnete die YOC-Gruppe einen Gesamtumsatz in Höhe von 5.256 TEUR (H1/2015: 4.358 TEUR). Dies entspricht einem Anstieg in Höhe von 20,6 % im Vergleich zum Vorjahr.

Die Gesamtleistung des Konzerns lag bei 5.569 TEUR (H1/2015: 4.994 TEUR).

Für diesen Zeitraum betragen die sonstigen betrieblichen Erträge 223 TEUR und liegen somit 275 TEUR unter dem Vorjahreswert (H1/2015: 498 TEUR). Dies ist im Wesentlichen auf die im Vorjahr verzeichneten Erträge aus der Ausbuchung verjährter Verbindlichkeiten in Höhe von 145 TEUR (H1/2016: 46 TEUR), Weiterbelastungen an die in 2014 veräußerte belboon GmbH in Höhe von 45 TEUR (H1/2016: 1 TEUR) und dem Verkauf nicht betriebsnotwendigen Anlagevermögens in Höhe von 49 TEUR (H1/2016: 7 TEUR) zurückzuführen.

Rohertrag

Der Materialaufwand stieg im Vergleich zur Umsatzentwicklung unterproportional um 17,1 % auf 3.416 TEUR an (H1/2015: 2.917 TEUR).

In Konsequenz dessen konnte die Rohertragsmarge im ersten Halbjahr 2016 von 33,1 % im H1/2015 auf 35,0 % gesteigert werden.

Personalaufwand und Personalentwicklung

In den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2016 lag der durchschnittliche Personalbestand bei 52 Mitarbeitern (H1/2015: 53 Mitarbeiter). Der Personalaufwand lag mit 1.925 TEUR leicht unterhalb des Vorjahreswertes (H1/2015: 1.972 TEUR).

Der Umsatz je Mitarbeiter stieg im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 23,0 % auf 101 TEUR (H1/2015: 82 TEUR) an.

Sonstige betriebliche Aufwendungen

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen lagen bei 943 TEUR und damit leicht unterhalb des Vorjahresniveaus (H1/2015: 975 TEUR).

Die Relation der sonstigen betrieblichen Aufwendungen zur Gesamtleistung verbesserte sich von 19,5 % auf 16,9 %.

EBITDA

Das operative Ergebnis der YOC-Gruppe vor Abschreibungen verbesserte sich in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2016 um 153 TEUR auf -716 TEUR (H1/2015: -869 TEUR).

Wird darüber hinaus das Vorjahresergebnis um einmalig erzielte Erträge aus der Ausbuchung verjährter Verbindlichkeiten in Höhe von 145 TEUR (H1/2016: 46 TEUR), Weiterbelastungen an die in 2014 veräußerte belboon GmbH in Höhe von 45 TEUR (H1/2016: 1 TEUR) sowie dem Verkauf nicht betriebsnotwendigen Anlagevermögens in Höhe von 49 TEUR (H1/2016: 7 TEUR) bereinigt, beträgt die Verbesserung des bereinigten EBITDA 338 TEUR.

Ergebnis nach Steuern

Das Konzernergebnis nach Steuern stieg im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 183 TEUR auf -987 TEUR (H1/2015: -1.170 TEUR).

Finanz- und Vermögenslage

Zum 30. Juni 2016 beliefen sich die liquiden Mittel der YOC-Gruppe auf 985 TEUR.

Der operative Cash-Flow konnte verbessert werden und belief sich im Berichtszeitraum auf -731 TEUR (H1/2015: -1.505 TEUR).

Der Cash-Flow aus Investitionstätigkeiten beläuft sich in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2016 auf -127 TEUR (H1/2015: -107 TEUR) und bewegt sich somit auf Vorjahresniveau.

Insgesamt wurden interne Entwicklungskosten in Höhe von 87 TEUR im Zusammenhang mit der Weiterentwicklung technologischer Plattformen und neuer Produkte investiert.

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 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

Aufgrund der an die Erfordernisse der Branche angepassten Marktpositionierung sowie des Ausbaus der Dienstleistungen im Mobile Performance Advertising ist mittelfristig von einem beständigen Wachstum auszugehen. Die positiven wirtschaftlichen Rahmenbedingungen 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 Marktpositionierung führen. Mit dem Ausbau dieses Bereiches werden weitere 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 sowie die Automatisierung interner Prozesse sind Bestandteil der Unternehmensstrategie, um die begonnene Entwicklung zu stärken und auszubauen.

Nach einem Umsatzwachstum im ersten Halbjahr 2016 in Höhe von 20,6 % im Vergleich zum Vorjahreszeitraum liegt das Augenmerk des Vorstands insbesondere auf der Stabilisierung beziehungsweise der Neupositionierung der Geschäftsaktivitäten der Gesellschaft in Großbritannien. Aufgrund der dortigen nicht zufriedenstellenden Entwicklung wurde die Neuorganisation der Gesellschaft vorangetrieben und mit der Neubesetzung von Schlüsselpositionen und der Verabschiedung einer an die britischen Marktgegebenheiten angepassten Strategie abgeschlossen. Die Erwartungen für die zweite Jahreshälfte sind optimistisch.

In den Märkten Deutschland, Österreich und Spanien konnten die im ersten Halbjahr 2016 gesteckten Ziele erreicht beziehungsweise übertroffen werden.

Bereits im laufenden zweiten Halbjahr 2016 zeichnet sich ein weiteres deutliches Umsatzwachstum im Vergleich zum Vorjahreszeitraum in Höhe von voraussichtlich bis zu 20 % ab.

Insgesamt rechnet die YOC-Gruppe für das Geschäftsjahr 2016 mit wachsenden Umsatzerlösen im Bereich von rund 20 % bei einer gleichsam konstanten Kostenstruktur im Vergleich zum Vorjahr, so dass sich eine verbesserte operative Ertragslage ergeben sollte.

Der Vorstand kalkuliert für das Geschäftsjahr 2016 insgesamt noch mit einem negativen operativen Cash-Flow. Mittelfristig wird der Break-Even angestrebt.

Konzernzwischenabschluss

(ungeprüft)

Konzerngesamterfolgsrechnung

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung (in EUR)	Q2/2016	Q2/2015 (angepasst) ¹⁾
Umsatzerlöse	2.986.855	2.319.553
Aktivierete Eigenleistungen	41.008	62.633
Sonstige betriebliche Erträge	72.414	135.963
Gesamtleistung	3.100.277	2.518.149
Materialaufwand	1.926.617	1.520.200
Personalaufwand	948.030	975.483
Sonstige betriebliche Aufwendungen	501.991	535.031
Operatives Ergebnis vor Abschreibungen	-276.361	-512.565
Abschreibungen	85.757	54.912
Wertminderungen	16.838	0
Operatives Ergebnis	-378.956	-567.477
Finanzerträge	0	443
Finanzaufwendungen	11.986	3.194
Finanzergebnis	-11.986	-2.751
Ergebnis vor Steuern	-390.942	-570.228
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	40.581	46.474
Ergebnis nach Steuern fortzuführender Geschäftsbereich	-431.523	-616.702
Ergebnis nach Steuern nicht fortgeführte Geschäftsbereiche	0	-63.991
Periodenergebnis	-431.523	-680.693
Ergebnis je Aktie		
Ergebnis je Aktie unverwässert	-0,13	-0,22
Ergebnis je Aktie verwässert	-0,13	-0,22
Ergebnis je Aktie fortzuführender Geschäftsbereich		
Ergebnis je Aktie unverwässert	-0,13	-0,20
Ergebnis je Aktie verwässert	-0,13	-0,20

Konzern-Gesamtergebnisrechnung (in EUR)	Q2/2016	Q2/2015
Ergebnis nach Steuern	-431.523	-680.693
Effekte, die künftig in die Gewinn- und Verlustrechnung reklassifiziert werden können:		
Unrealisierte Ergebnisse aus der Währungsumrechnung	50.987	-70.997
Sonstiges Ergebnis	50.987	-70.997
Gesamtergebnis	-380.536	-751.690

¹⁾ Fortgeführter Geschäftsbereich ohne die zum 31.12.2015 entkonsolidierte YOC France SAS

› Die Angaben unterliegen keiner prüferischen Durchsicht.

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

Konzernzwischenabschluss

(ungeprüft)

Konzerngesamterfolgsrechnung

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung (in EUR)	H1/2016	H1/2015 (angepasst) ¹⁾
Umsatzerlöse	5.256.405	4.358.035
Aktiviert Eigenleistungen	89.655	137.775
Sonstige betriebliche Erträge	222.990	498.243
Gesamtleistung	5.569.049	4.994.053
Materialaufwand	3.416.273	2.916.768
Personalaufwand	1.925.494	1.971.750
Sonstige betriebliche Aufwendungen	943.462	974.874
Operatives Ergebnis vor Abschreibungen	-716.179	-869.339
Abschreibungen	170.126	113.560
Wertminderungen	33.676	0
Operatives Ergebnis	-919.982	-982.899
Finanzerträge	0	542
Finanzaufwendungen	18.711	3.194
Finanzergebnis	-18.711	-2.652
Ergebnis vor Steuern	-938.693	-985.551
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	48.200	60.739
Ergebnis nach Steuern fortzuführender Geschäftsbereich	-986.893	-1.046.290
Ergebnis nach Steuern nicht fortgeführte Geschäftsbereiche	0	-123.732
Periodenergebnis	-986.893	-1.170.022
Ergebnis je Aktie		
Ergebnis je Aktie unverwässert	-0,30	-0,38
Ergebnis je Aktie verwässert	-0,30	-0,38
Ergebnis je Aktie fortzuführender Geschäftsbereich		
Ergebnis je Aktie unverwässert	-0,30	-0,34
Ergebnis je Aktie verwässert	-0,30	-0,34
Konzern-Gesamtergebnisrechnung (in EUR)	H1/2016	Q2/2015
Ergebnis nach Steuern	-986.893	-1.170.022
Effekte, die künftig in die Gewinn- und Verlustrechnung reklassifiziert werden können:		
Unrealisierte Ergebnisse aus der Währungsumrechnung	111.353	-188.892
Sonstiges Ergebnis	111.353	-188.892
Gesamtergebnis	-875.540	-1.358.914

¹⁾ Fortgeführter Geschäftsbereich ohne die zum 31.12.2015 entkonsolidierte YOC France SAS

› Die Angaben unterliegen keiner prüferischen Durchsicht.

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

Konzernzwischenabschluss

(ungeprüft)

Konzernbilanz

in EUR 30.06.2016 31.12.2015

AKTIVA		
Langfristige Vermögenswerte	599.211	674.364
Sachanlagen	66.305	76.804
Immaterielle Vermögenswerte	531.316	595.561
Latente Steuern	1.590	1.998
Kurzfristige Vermögenswerte	3.806.750	3.193.505
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	2.403.248	1.992.832
Sonstige Vermögenswerte	418.556	330.686
Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten	984.946	869.986
Summe Vermögenswerte	4.405.960	3.867.869
PASSIVA		
Eigenkapital	-2.918.027	-2.514.712
Gezeichnetes Kapital	3.292.978	3.112.473
Kapitalrücklage	20.672.228	20.380.508
Gewinnrücklagen	-26.693.409	-25.706.515
Unterschiedsbetrag aus Währungsumrechnungen	-139.505	-250.858
Eigene Aktien	-50.319	-50.319
Langfristige Schulden	776.285	556.886
Rückstellungen	96.285	76.886
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	680.000	480.000
Kurzfristige Schulden	6.547.702	5.825.695
Erhaltene Anzahlungen	32.064	49.411
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2.712.351	1.790.458
Sonstige Verbindlichkeiten	601.434	687.020
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	2.083.924	3.250.131
Steuerschulden	14.998	48.675
Rückstellungen	1.102.931	0
Summe Eigenkapital und Schulden	4.405.960	3.867.869

› Die Angaben unterliegen keiner prüferischen Durchsicht.

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

Konzernzwischenabschluss

(ungeprüft)

Konzern-Kapitalflussrechnung

in EUR	6M/2016	6M/2015 (angepasst) ¹⁾
Ergebnis nach Steuern aus fortgeführten Geschäftsbereichen	-986.893	-1.046.290
Ergebnis nach Steuern aus nicht fortgeführten Geschäftsbereichen	0	-123.732
Abschreibungen	203.802	114.034
Erfolgswirksam erfasste Steuern	48.200	60.739
Erfolgswirksam erfasste Zinsen	18.711	2.652
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge	109.753	14.380
Cash-Earnings	-606.427	-978.217
Gewinne aus Anlagenabgängen	-400	-51.430
Veränderungen Forderungen, Anzahlungen und sonstige Vermögenswerte	-498.287	-386.666
Veränderungen Verbindlichkeiten, Anzahlungen und sonstige Schulden	-701.298	-930.696
Veränderungen Rückstellungen	1.122.330	843.305
Erhaltene Zinsen	0	-542
Gezahlte Zinsen	-13.537	0
Gezahlte Steuern	-33.000	-406
Operativer Cash-Flow	-730.619	-1.504.652
Veräußerung von Geschäftsbereichen	0	0
Investitionen in Sachanlagen	-26.792	-11.012
Investitionen in immaterielle Vermögenswerte	0	0
Auszahlungen für Entwicklungskosten	-105.886	-175.073
Veräußerung von Sachanlagen	6.032	78.630
Cash-Flow aus Investitionstätigkeit	-126.646	-107.456
Einzahlungen aus Kapitalerhöhungen	499.999	800.015
Transaktionskosten aus der Ausgabe von Aktien	-27.774	-27.814
Tilgung von Schulden aus Finanzierungsleasing	0	0
Darlehensrückzahlung	0	0
Darlehensaufnahme	500.000	300.000
Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit	972.225	1.072.201
Nettozunahme/-abnahme	114.959	-539.907
Finanzmittelfonds zu Beginn der Berichtsperiode	869.986	1.203.724
Finanzmittelfonds zum Ende der Berichtsperiode	984.945	663.817

¹⁾ Fortgeführter Geschäftsbereich ohne die zum 31.12.2015 entkonsolidierte YOC France SAS

› Die Angaben unterliegen keiner prüferischen Durchsicht.

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

Konzernzwischenabschluss

(ungeprüft)

Entwicklung des Konzern-Eigenkapitals

in EUR	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Gewinnrücklagen	Unterschiedsbetrag aus Währungsumrechnungen	Eigene Aktien	Gesamt
per 01.01.2015	2.858.500	19.902.539	-24.220.215	-140.755	-50.319	-1.650.250
Ergebnis nach Steuern			-1.170.022			-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
Aktienoptionsprogramm		-23.095	21.366			-1.729
Transaktionskosten einschließlich Steuervorteile		-27.814				-27.814
per 30.06.2015	3.112.473	20.397.672	-25.368.871	-329.647	-50.319	-2.238.692
per 01.01.2016	3.112.473	20.380.508	-25.706.515	-250.858	-50.319	-2.514.712
Ergebnis nach Steuern			-986.893			-986.893
Unterschiedsbetrag aus Währungsumrechnungen				111.353		111.353
Gesamtergebnis	0	0	-986.893	111.353	0	-875.540
Ausgabe von gezeichnetem Kapital	180.505	319.494				499.999
Aktienoptionsprogramm						0
Transaktionskosten einschließlich Steuervorteile		-27.774				-27.774
per 30.06.2016	3.292.978	20.672.228	-26.693.408	-139.505	-50.319	-2.918.027

» 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 Finanzbericht der YOC AG zum 30. Juni 2016 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 Geschäftsjahresende präsentiert werden. Es empfiehlt sich daher, den Zwischenbericht zusammen mit dem Konzernabschluss 2015 zu lesen.

Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

In den ersten sechs Monaten 2016 wurden sämtliche ab dem 01. Januar 2016 verpflichtend anzuwendenden Standards beachtet:

- *Änderung von IAS 27 – Equity-Methode in Einzelabschlüssen* enthält keinen Anwendungsfall für die YOC AG. Die Änderung ist erstmalig anzuwenden auf Geschäftsjahre, die am oder nach dem 01. Januar 2016 beginnen.
- *Änderung von IAS 16 und IAS 41 – Fruchtttragende Pflanzen* enthält keinen Anwendungsfall für die YOC AG. Die Änderung ist erstmalig anzuwenden auf Geschäftsjahre, die am oder nach dem 01. Januar 2016 beginnen.

- **Änderung von IAS 16 und IAS 38 – Klarstellung zulässiger Abschreibungsmethoden** hat keine Auswirkungen auf den Abschluss der YOC AG. Die Änderung ist erstmalig anzuwenden auf Geschäftsjahre, die am oder nach dem 01. Januar 2016 beginnen.
- **Verbesserungen zu IFRS (2010-2012)**
Bei den Verbesserungen handelt es sich um einen Sammelstandard, der Änderungen in diversen IFRS zum Gegenstand hat. Die Verbesserungen sind erstmalig auf Geschäftsjahre anzuwenden, die am oder nach dem 01. Februar 2015 beginnen. Für die YOC AG ergeben sich keine Änderungen.
- **Verbesserungen zu IFRS (2012-2014)**
Bei den Verbesserungen handelt es sich um einen Sammelstandard, der Änderungen in diversen IFRS zum Gegenstand hat. Die Verbesserungen sind erstmalig auf Geschäftsjahre anzuwenden, die am oder nach dem 01. Januar 2016 beginnen. Für die YOC AG ergeben sich keine Änderungen.
- **Änderung von IAS 19 – Beiträge von Arbeitnehmern**
Die Änderung ist erstmals auf Geschäftsjahre anzuwenden, die am oder nach dem 01. Februar 2015 beginnen. Die Änderung regelt die Erfassung von Beiträgen von Arbeitnehmern oder Dritten zum Pensionsplan als Reduktion des Dienstzeitaufwands. Sie hat keine Auswirkungen auf den Abschluss der YOC AG.
- **Änderung von IFRS 11 – Erwerb von Anteilen an einer gemeinschaftlichen Tätigkeit** enthält keinen Anwendungsfall für die YOC AG. Die Änderung ist erstmalig anzuwenden auf Geschäftsjahre, die am oder nach dem 01. Januar 2016 beginnen.
- **Änderung von IAS 1 – Darstellung des Abschlusses** enthält keinen Anwendungsfall für die YOC AG. Die Änderung ist erstmalig anzuwenden auf Geschäftsjahre, die am oder nach dem 01. Januar 2016 beginnen.

Zusammengefasst haben die im Geschäftsjahr 2016 erstmalig anzuwendenden Rechnungslegungsnormen keinen Einfluss auf die Darstellung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage im Konzernzwischenabschluss.

Auswirkungen künftiger Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

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

Bezeichnung	Zeitlicher Anwendungsbereich	EU-Endorsement erfolgt?	Anwendungsfall für YOC?	Werden Auswirkungen auf den Abschluss erwartet?
IFRS 9 - Finanzinstrumente	01.01.2018	nein	in Prüfung	in Prüfung
IFRS 15 - Umsatzerlöse aus Verträgen mit Kunden	01.01.2017	nein	ja	in Prüfung
IFRS 16 - Leasingverhältnisse	01.01.2019	nein	ja	in Prüfung
IFRS 14 - Bilanzierung von regulatorischen Abgrenzungsposten	01.01.2016	nein	Nein	n/a
Änderung von IFRS 10, IFRS 12 und IAS 28 - Anlagegesellschaften: Anwendung der Befreiungsregelung von der Konsolidierungspflicht	01.01.2016	nein	Nein	n/a
Änderung von IFRS 10 und IAS 28 - Anlagegesellschaften: Veräußerung oder Einbringung von Vermögenswerten eines Investors an bzw. in ein assoziiertes Unternehmen oder Gemeinschaftsunternehmen	auf unbestimmte Zeit verschoben	nein	Nein	n/a
Änderung von IAS 12 - Ansatz latenter Steueransprüche für unrealisierte Verluste	01.01.2017	nein	in Prüfung	in Prüfung
Änderung von IAS 7 - Angabeninitiative: Überleitung von Schulden aus Finanzierungstätigkeiten	01.01.2017	nein	in Prüfung	in Prüfung

Am 24. Juli 2014 hat das IASB den finalen Standard **IFRS 9** „Finanzinstrumente“ (IFRS 9 [2014]) veröffentlicht, der die Ergebnisse aller Phasen des IFRS-9-Projekts enthält und sowohl IAS 39 „Finanzinstrumente: Ansatz und Bewertung“ als auch alle früheren Versionen von IFRS 9 „Finanzinstrumente“ ersetzt. Der Standard beinhaltet Neuregelungen zur Klassifizierung und Bewertung, zur Wertminderung sowie zur Sicherungsbilanzierung (Hedge Accounting). IFRS 9 ist erstmals für das Geschäftsjahr anzuwenden, das am oder nach dem 1. Januar 2018 beginnt. Der Standard wurde bislang nicht von der EU anerkannt.

Die Auswirkungen dieser neuen Regelungen werden vom Konzern analysiert. Der derzeitige Analysestand lässt noch keine Aussage der voraussichtlichen Auswirkung der geänderten Vorschriften auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage zu.

IFRS 15 wurde im Mai 2014 veröffentlicht, jedoch noch nicht durch die EU anerkannt und ist erstmals für das Geschäftsjahr anzuwenden, das am oder nach dem 1. Januar 2018 beginnt. Eine vorzeitige Anwendung ist zulässig. Der Standard ist rückwirkend anzuwenden. Der Standard führt ein neues Modell zur Umsatzrealisierung mit fünf Analyseschritten ein, das auf alle Umsätze aus Verträgen mit Kunden anzuwenden ist. Das Kernprinzip des Standards besteht darin, dass ein Unternehmen Umsatzerlöse zum Zeitpunkt der Übertragung von Gütern oder Dienstleistungen auf Kunden in Höhe der Gegenleistung zu

erfassen hat, mit der das Unternehmen im Gegenzug für die Übertragung dieser Güter oder Dienstleistungen rechnen kann. Die Grundsätze in IFRS 15 bieten einen strukturierteren Ansatz zur Bewertung und Erfassung von Umsatzerlösen. Der Anwendungsbereich des Standards erstreckt sich über alle Arten von Branchen und Unternehmen und ersetzt daher alle bestehenden Vorschriften, die den Bereich der Umsatzrealisierung betreffen (IAS 11 „Fertigungsaufträge“, IAS 18 „Umsatzerlöse“, IFRIC 13 „Kundenbindungsprogramme“, IFRIC 15 „Verträge über die Errichtung von Immobilien“, IFRIC 18 „Übertragung von Vermögenswerten durch einen Kunden“ und SIC 31 „Umsatzerlöse - Tausch von Werbedienstleistungen“). Die Anwendung des neuen Standards erfordert gegenüber den derzeit geltenden Standards zur Umsatzrealisierung mehr Schätzungen und Ermessensentscheidungen, da die Höhe der zu erfassenden Umsatzerlöse durch die Höhe der Gegenleistung bestimmt wird, mit der das Unternehmen im Gegenzug für die Übertragung der Güter oder der Dienstleistung rechnen kann. Besondere Herausforderungen können sich insbesondere dann ergeben, soweit eine Gegenleistung variabel ist.

Die Auswirkungen dieser neuen Regelungen werden vom Konzern analysiert. Der derzeitige Analysestand lässt noch keine Aussage der voraussichtlichen Auswirkung der geänderten Vorschriften auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage zu.

IFRS 16 regelt den Ansatz, die Bewertung, den Ausweis sowie die Angabepflichten bezüglich Leasingverhältnissen. Für den Leasingnehmer sieht der Standard ein einziges Bilanzierungsmodell vor. Dieses führt beim Leasingnehmer dazu, dass sämtliche Vermögenswerte und Verbindlichkeiten aus Leasingverhältnissen in der Bilanz zu erfassen sind, es sei denn, die Laufzeit beträgt 12 Monate oder weniger oder es handelt sich um einen geringwertigen Vermögenswert (jeweils Wahlrecht). Der Leasinggeber unterscheidet für Bilanzierungszwecke weiterhin zwischen Finanzierungs- und Mietleasingvereinbarungen (finance beziehungsweise operating lease). Das Bilanzierungsmodell für den Leasinggeber unterscheidet sich hierbei nicht wesentlich von dem in IAS 17 - Leasingverhältnisse. IFRS 16 wurde im Januar 2016 veröffentlicht und ist erstmals auf Geschäftsjahre, die am oder nach dem 01. Januar 2019 beginnen, verpflichtend anzuwenden.

Die Auswirkungen dieser neuen Regelungen werden vom Konzern analysiert. Der derzeitige Analysestand lässt noch keine Aussage der voraussichtlichen Auswirkung der geänderten Vorschriften auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage zu.

3. 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:

30.06.2016 (in TEUR)	Buchwert	beizulegender Zeitwert	Bewertungs- kategorie gem. IAS 39 ¹⁾	Fair Value Hierarchie
Finanzielle Vermögenswerte				
Zahlungsmittel	985	985	LaR	n/a
Forderungen aus Lieferungen und	2.403	2.403	LaR	n/a
Sonstige Vermögenswerte	419	419	LaR	n/a
Finanzielle Verbindlichkeiten				
Festverzinsliche Darlehen	800	800	FLAC	n/a
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2.712	2.712	FLAC	n/a
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	2.264	2.264	FLAC	n/a

31.12.2015 (in TEUR)	Buchwert	beizulegender Zeitwert	Bewertungs- kategorie gem. IAS 39 ¹⁾	Fair Value Hierarchie
Finanzielle Vermögenswerte				
Zahlungsmittel	870	870	LaR	n/a
Forderungen aus Lieferungen und	1.993	1.993	LaR	n/a
Sonstige Vermögenswerte	331	331	LaR	n/a
Finanzielle Verbindlichkeiten				
Festverzinsliche Darlehen	300	300	FLAC	n/a
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	1.790	1.790	FLAC	n/a
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	3.430	3.430	FLAC	n/a

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

Die Buchwerte von Zahlungsmitteln, Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, kurzfristigen sonstigen Vermögenswerten und sonstigen kurzfristigen finanziellen Verbindlichkeiten entsprechen 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 stiegen die Umsatzerlöse im Konzern um 20,6 % auf 5.256 TEUR (H1/2015: 4.358 TEUR).

Rohhertrag

Der Materialaufwand stieg im Vergleich zur Umsatzentwicklung unterproportional um 17,1 % auf 3.416 TEUR an (H1/2015: 2.917 TEUR). Die Rohhertragsmarge steigerte sich somit von 33,1 % auf 35,0 %.

Sonstige betriebliche Erträge

Im Vergleich zum ersten Halbjahr 2015 sanken die sonstigen betrieblichen Erträge um 275 TEUR auf 223 TEUR (-55,2 %).

Im Vorjahr verzeichnete die Gesellschaft einmalige Effekte durch den Verkauf nicht betriebsnotwendigen Anlagevermögens in Höhe von 49 TEUR (H1/2016: 7 TEUR), Weiterbelastungen an die in 2014 veräußerte belboon GmbH in Höhe von 45 TEUR (H1/2016: 1 TEUR) sowie durch die Ausbuchung verjährter Verbindlichkeiten in Höhe von 145 TEUR (H1/2016: 46 TEUR).

Operatives Ergebnis vor Abschreibungen und Steuern (EBITDA)

Insgesamt ergibt sich unter Berücksichtigung der oben genannten Effekte ein EBITDA in Höhe von -716 TEUR (H1/2015: -869 TEUR).

Bereinigt um die Einmaleffekte im Bereich der sonstigen betrieblichen Erträge des Vorjahres bedeutet dies eine Verbesserung des EBITDA in Höhe von 338 TEUR (+32,2 %).

4. Segmentberichterstattung

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

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

Zur Bildung der vorstehenden berichtspflichtigen Geschäftssegmente werden die Segmente Deutschland und Österreich (inklusive Schweiz) sowie seit dem ersten Quartal 2016 Polen im Segment Mittel- und Osteuropa (bisher D-A-CH) sowie Großbritannien und Spanien im Segment Restliches Europa zusammengefasst, da sie vergleichbare wirtschaftliche Merkmale aufweisen und auch hinsichtlich ihrer Produkte, Dienstleistungen, Kunden, Prozesse und Vertriebsmethoden vergleichbar sind. Frankreich war im Vorjahr noch im Segment Restliches Europa enthalten und ist mit der Entkonsolidierung der YOC France SAS zum 31. Dezember 2015 ausgeschieden.

Mit dem Beginn des neuen Geschäftsjahres 2016 wurde eine veränderte Darstellung der Segmentberichterstattung aufgrund der Umstellung interner Reporting Strukturen vorgenommen. Die Vorjahreswerte wurden ebenfalls entsprechend angepasst.

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

Segmentberichterstattung (in TEUR)	Mittel- und Osteuropa	Restliches Europa	Corporate Functions	Konsolidierung	YOC-Gruppe
01.01.2016 - 30.06.2016					
Umsatz	3.652	1.604	0	0	5.256
Innenumsatz	92	113	0	-205	0
Gesamtumsatz	3.745	1.717	0	-205	5.256
Aktiviertete Eigenleistungen	0	0	90	0	90
Sonstiger betr. Ertrag	219	13	386	-395	223
Gesamtleistung	3.963	1.731	476	-601	5.569
Materialaufwand	2.471	1.185	0	-240	3.416
Personalaufwand	728	474	724	0	1.925
Sonstiger betr. Aufwand	445	406	432	-339	943
EBITDA	320	-334	-680	-22	-716
01.01.2015 - 30.06.2015 (angepasst)					
Umsatz	2.718	1.640	0	0	4.358
Innenumsatz	72	6	0	-78	0
Gesamtumsatz	2.790	1.646	0	-78	4.358
Aktiviertete Eigenleistungen	0	0	138	0	138
Sonstiger betr. Ertrag	101	20	591	-214	498
Gesamtleistung	2.891	1.667	729	-293	4.994
Materialaufwand	1.846	1.173	0	-102	2.917
Personalaufwand	544	538	889	0	1.972
Sonstiger betr. Aufwand	250	306	609	-189	975
EBITDA	251	-351	-769	-1	-869

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

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

Das operative Ergebnis in der Region Mittel- und Osteuropa zeigt sich aufgrund des Umsatzwachstums in Höhe von 34 % auf 3.652 TEUR (Vorjahr: 2.718 TEUR) im aktuellen Jahr sowie der konsequent umgesetzten Einsparungen auf der Kostenseite in der Region Mitteleuropa verbessert. Bedingt durch Anlaufverluste der Mobile Performance Marketing Unit sowie der Region Polen fiel der Anstieg des operativen Ergebnisses um 69 TEUR auf insgesamt 320 TEUR (Vorjahr: 251 TEUR) moderat aus.

In der Region restliches Europa konnte die spanische Tochtergesellschaft ein deutliches Umsatzwachstum im Vergleich zum Vorjahr verzeichnen. Die britische Tochtergesellschaft arbeitet an einer Marktrepositionierung und konnte nach Neubesetzung der Geschäftsführung und leitender Mitarbeiter die Umsätze noch nicht stabilisieren. Die Umsatzerlöse des Segments beliefen sich mit insgesamt 1.604 TEUR auf dem Niveau des Vorjahreszeitraums (Vorjahr: 1.640 TEUR). Insgesamt lag das EBITDA in der Region restliches Europa bei -334 TEUR (Vorjahr: -351 TEUR).

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

Überleitungsrechnung (in TEUR)	H1/2016	H1/2015
EBITDA	-716	-869
Abschreibungen und Wertminderungen	-204	-114
Finanzergebnis	-19	-3
Ergebnis vor Steuern	-939	-986
Steuern	-48	-61
Ergebnis aus nicht fortgeführten Geschäftsbereichen	0	-124
Ergebnis nach Steuern	-987	-1.170

Zum 30. Juni 2016 betragen die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen in der Region Mittel- und Osteuropa 1.338 TEUR (Vorjahr: 1.017 TEUR) sowie 1.065 TEUR (Vorjahr: 963 TEUR) in der Region restliches Europa.

5. Cash-Flow Rechnung

Zum 30. Juni 2016 beliefen sich die liquiden Mittel der YOC-Gruppe auf 985 TEUR.

Der operative Cash-Flow konnte verbessert werden und belief sich im Berichtszeitraum auf -731 TEUR (H1/2015: -1.505 TEUR).

Der Cash-Flow aus Investitionstätigkeiten in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres beläuft sich auf -127 TEUR (H1/2015: -107 TEUR) und bewegt sich somit auf Vorjahresniveau.

Insgesamt wurden interne Entwicklungskosten in Höhe von 87 TEUR im Zusammenhang mit der Weiterentwicklung technologischer Plattformen und neuer Produkte investiert.

6. Haftungsverhältnisse, Eventualverbindlichkeiten und Ähnliches

Unverändert zum Konzernabschluss vom 31. Dezember 2015 liegen keine Haftungsverhältnisse, Eventualverbindlichkeiten oder Ähnliches vor.

7. Angaben zu Beziehungen zu nahestehenden Unternehmen und Personen

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

8. Ereignisse nach der Zwischenberichtsperiode

Bis zum Zeitpunkt der Veröffentlichung des Konzernzwischenabschlusses haben sich keine wesentlichen Ereignisse nach dem 30. Juni 2016 ergeben.

YOC Standorte



Finanzkalender

18. November 2016

Bericht zum dritten Quartal 2016

7.-8. Dezember 2016

Münchener Kapitalmarktkonferenz, München

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

