

BERICHT ZUM ERSTEN QUARTAL 2016 YOC AG



**MOBILE
ADVERTISING**

INHALT

	SEITE
Brief an die Aktionäre	02
YOC im Überblick	04
Konzernzwischenlagebericht	05
Konzernzwischenabschluss	12
YOC Adressen	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 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.

Im ersten Quartal 2016 verstetigt sich die stabil nach oben zeigende Umsatzentwicklung der YOC-Gruppe. Die Gesellschaft verbuchte ein Umsatzwachstum von rund 11 % auf 2.270 TEUR (Q1/2015: 2.038 TEUR). Umsatztreiber ist neben dem deutschsprachigen Markt der Standort Spanien. Im Ergebnis erzielte der DACH-Markt einen Umsatzzuwachs in Höhe von rund 26 %. Die Region Spanien verzeichnete einen Umsatzzuwachs von etwa 98 % im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Damit bestätigt sich die wachsende Wahrnehmung der Tochtergesellschaft am spanischen Markt und das Vertrauen in das dort aufgebaute Team. Dem gegenüber konnten die Umsatzziele in Großbritannien noch nicht erreicht werden. Ursache hierfür ist die länger als geplant andauernde Umsetzung der neuen Produktstrategie für den britischen Markt.

Parallel dazu führt die Ausrichtung auf rohertragsstärkere Produkte in unseren Märkten zu einem weiteren deutlichen Anstieg der Rohertragsmarge um rund drei Prozentpunkte auf 34,4 % (Q1/2015: 31,5 %) im ersten Quartal 2016.

Das operative Ergebnis der YOC-Gruppe vor Abschreibungen lag in den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres 2016 bei -440 TEUR (Q1/2015: -357 TEUR). Der Ergebnissrückgang ist im Wesentlichen auf nicht operative Erträge im Vergleichszeitraum des Vorjahres zurückzuführen.

Auch in Zukunft wollen wir die Entwicklung neuer marktgerechter Produkte im Sinne unserer Ausrichtung als Anbieter für Mobile Premium Programmatic Advertising forcieren. Die beste Chance für die weitere Entwicklung unseres Unternehmens ist es, unsere erfolgreichen eigenentwickelten mobilen Werbeformate wie das YOC Understitial Ad künftig auch programmatisch verfügbar zu machen. Mit dem im ersten Quartal offiziell gelaunchten eigenentwickelten Business Intelligence Tool YOC Hub für Publisher werden wir effizienter und automatisieren überdies auch unsere internen sowie externen Prozesse.

Um die Weiterentwicklung des Geschäftsmodells sowie die Internationalisierung der Geschäftsaktivitäten zu fördern und das Eigenkapital zu stärken hat die Gesellschaft kurz nach dem Berichtszeitraum im April 2016 eine Kapitalerhöhung mit einem Bruttoemissionserlös in Höhe von rund 500 TEUR durchgeführt.

Darüber hinaus hat die Gesellschaft eine begleitende Fremdkapitalfinanzierung mit einer Rückzahlung im vierten Quartal 2018 zu marktüblichen Konditionen vereinbart, wodurch der YOC AG weitere Mittel in Höhe von 500 TEUR zufließen.

Im laufenden Geschäftsjahr 2016 werden wir den Umsatz sowie den Rohertrag durch neue datengetriebene Mobile Advertising Lösungen erhöhen und parallel dazu den Umsatz pro Mitarbeiter, der bereits in 2015 um 15 % auf 184 TEUR stieg, weiter verbessern.

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

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre, Ihnen danken wir herzlich für das entgegengebrachte 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)	Q1/2016	Q1/2015	Veränderung absolut	Veränderung in %
Umsatz und Ergebnis				
Umsatz gesamt	2.270	2.038	232	11
Mittel- und Osteuropa	1.502	1.188	314	26
Restliches Europa	768	850	-82	-10
Gesamtleistung	2.469	2.476	-7	0
EBITDA	-440	-357	-83	-23
EBITDA-Marge (in%)	-18	-14	k.A.	k.A.
Ergebnis nach Steuern fortgeführter Bereich	-555	-430	-125	-29
Ergebnis je Aktie verwässert in Euro	-0,18	-0,17	-0,01	-6
Ergebnis je Aktie unverwässert in Euro	-0,18	-0,17	-0,01	-6
Mitarbeiter				
Durchschnittliche Anzahl Mitarbeiter ^{*1}	53	53	0	0
Mitarbeiterzahl zum 31. März	57	58	-1	-2
Umsatz je Mitarbeiter (in TEUR)	43	38	4	11
Gesamtleistung je Mitarbeiter (in TEUR)	47	47	0	0
Bilanz und Kapitalflussrechnung				
Bilanzsumme	3.514	3.868 ^{*2}	-354	-9
Operativer Cash-Flow	-397	-765	368	48

^{*1} Auf Basis der festangestellten Mitarbeiter

^{*2} Zum 31.12.2015

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

Konzernzwischenlagebericht

(ungeprüft)

Geschäftsentwicklung der YOC-Gruppe in den ersten drei Monaten 2016

Kennzahlenübersicht

In den ersten drei Monaten 2016 verzeichnete die YOC-Gruppe einen Gesamtumsatz in Höhe von 2.270 TEUR (Q1/2015: 2.038 TEUR). Dies entspricht einem Anstieg in Höhe von 11,3 % im Vergleich zum Vorjahr.

Das Vorantreiben von rohertragsstärkeren Produktinnovationen führte zu einem Anstieg der Rohertragsmarge auf 34,4 % im Vergleich zum Vorjahreszeitraum (Q1/2015: 31,5 %).

Das operative Ergebnis der YOC-Gruppe vor Abschreibungen lag in den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres 2016 bei -440 TEUR (Q1/2015: -357 TEUR). Der Rückgang ist zurückzuführen auf im Vergleichszeitraum des Vorjahres erzielte Erträge aus der Ausbuchung verjährter Verbindlichkeiten in Höhe von 145 TEUR (Q1/2016: 46 TEUR) und dem Verkauf nicht betriebsnotwendigen Anlagevermögens in Höhe von 49 TEUR (Q1/2016: 0 TEUR).

Der operative Cash-Flow belief sich auf -396 TEUR (Q1/2015: -765 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 auf YOC aufgrund seiner Technologie- und Vermarktungskompetenz sowie einer über Jahre gewachsenen erfolgreichen Zusammenarbeit.

Mit exklusiven Geschäftsbeziehungen zu Vermarktungspartnern und Werbekunden, neuen erfolgreichen Produkten und skalierenden Inhouse-Technologien hat sich YOC zu einem innovativen Anbieter von Mobile Advertising-Lösungen 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. Hier 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 im Geschäftsjahr 2015 kontinuierlich erweitert und baut sein Geschäftsfeld seit Mitte des 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 wird die Anzahl der zahlenden Kunden erhöht oder inaktive Nutzer wieder aktiviert.

Vermögens-, Finanz- und Ertragslage

Ertragslage

Umsatzentwicklung und Gesamtleistung

In den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres 2016 stieg der Umsatz der YOC-Gruppe um 11,3 % auf 2.270 TEUR (Q1/2015: 2.038 TEUR).

Die Gesamtleistung des Konzerns lag bei 2.469 TEUR (Q1/2015: 2.476 TEUR). Im Vorjahr lagen die sonstigen betrieblichen Erträge um 212 TEUR über dem aktuellen Wert des Jahres (151 TEUR). Dies ist auf die im Vorjahr verzeichneten Erträge aus der Ausbuchung verjährter Verbindlichkeiten in Höhe von 145 TEUR (Q1/2016: 46 TEUR) und dem Verkauf nicht betriebsnotwendigen Anlagevermögens in Höhe von 49 TEUR (Q1/2016: 0 TEUR) zurückzuführen.

Rohertrag

Der Materialaufwand stieg im Vergleich zur Umsatzentwicklung unterproportional um 6,7 % auf 1.490 TEUR an (Q1/2015: 1.397 TEUR). Die Rohertragsmarge konnte von 31,5 % auf 34,4 % gesteigert werden.

Personalaufwand und Personalentwicklung

In den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres 2016 lag der durchschnittliche Personalbestand bei 53 Mitarbeitern (Q1/2015: 53 Mitarbeiter).

Der Personalaufwand lag mit 977 TEUR leicht unterhalb des Wertes im Vorjahr (Q1/2015: 996 TEUR). Der Umsatz je Mitarbeiter stieg im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 11,3 % auf 43 TEUR (Q1/2015: 38 TEUR) an.

Sonstige betriebliche Aufwendungen

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen lagen bei 441 TEUR und damit auf Vorjahresniveau (Q1/2015: 440 TEUR).

Insgesamt blieb die Relation der sonstigen betrieblichen Aufwendungen zur Gesamtleistung konstant bei 17,9 % (Q1/2015: 17,8 %).

EBITDA

Das operative Ergebnis vor Abschreibungen lag im Berichtszeitraum bei -440 TEUR (Q1/2015: -357 TEUR). Der Ergebnismrückgang ist im Wesentlichen auf den Rückgang der in den sonstigen betrieblichen Erträgen enthaltenen nicht operativen Effekte um insgesamt 148 TEUR im Vergleich zum Vorjahreszeitraum zurückzuführen.

Ergebnis nach Steuern

Das Konzernergebnis nach Steuern lag im Berichtszeitraum bei -555 TEUR (Q1/2015: -430 TEUR).

Finanz- und Vermögenslage

Zum 31. März 2016 beliefen sich die liquiden Mittel der YOC-Gruppe auf 424 TEUR.

Der operative Cash-Flow belief sich im Berichtszeitraum auf -396 TEUR (Q1/2015: -765 TEUR).

Der Cash-Flow aus Investitionstätigkeiten in den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres beläuft sich auf -50 TEUR (Q1/2015: -27 TEUR).

Insgesamt wurden interne Entwicklungskosten in Höhe von 45 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 Quartal 2016 in Höhe von 11,3 % im Vergleich zum Vorjahreszeitraum liegt das Augenmerk des Vorstands insbesondere auf der Stabilisierung beziehungsweise der Neupositionierung der Geschäftsaktivitäten der Gesellschaft in Großbritannien. Aufgrund der 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 das laufende Jahr sind optimistisch.

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

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

Insgesamt rechnet YOC für das Geschäftsjahr 2016 mit deutlich wachsenden Umsatzerlösen im zweistelligen Prozentbereich bei einer gleichsam konstanten Kostenstruktur, 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 allerdings der Break-Even angestrebt.

Konzernzwischenabschluss

(ungeprüft)

Konzerngesamterfolgsrechnung

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung (in EUR)	Q1/2016	Q1/2015 (angepasst)
Umsatzerlöse	2.269.550	2.038.482
Aktiviere Eigenleistungen	48.647	75.142
Sonstige betriebliche Erträge	150.576	362.280
Gesamtleistung	2.468.773	2.475.904
Materialaufwand	1.489.656	1.396.568
Personalaufwand	977.464	996.267
Sonstige betriebliche Aufwendungen	441.471	439.843
Operatives Ergebnis vor Abschreibungen	-439.817	-356.774
Abschreibungen	84.369	58.648
Wertminderungen	16.838	0
Operatives Ergebnis	-541.025	-415.422
Finanzerträge	0	99
Finanzaufwendungen	6.725	0
Finanzergebnis	-6.725	99
Ergebnis vor Steuern	-547.750	-415.323
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	7.619	14.265
Ergebnis nach Steuern fortzuführender Geschäftsbereich	-555.370	-429.588
Ergebnis nach Steuern nicht fortgeführte Geschäftsbereiche	0	-59.741
Periodenergebnis	-555.370	-489.329
Ergebnis je Aktie		
Ergebnis je Aktie unverwässert	-0,18	-0,17
Ergebnis je Aktie verwässert	-0,18	-0,17
Ergebnis je Aktie fortzuführender Geschäftsbereich		
Ergebnis je Aktie unverwässert	-0,18	-0,15
Ergebnis je Aktie verwässert	-0,18	-0,15
Konzern-Gesamtergebnisrechnung (in EUR)	Q1/2016	Q1/2015
Ergebnis nach Steuern	-555.370	-489.329
Effekte, die künftig in die Gewinn- und Verlustrechnung reklassifiziert werden können:		
Unrealisierte Ergebnisse aus der Währungsumrechnung	60.366	-117.895
Sonstiges Ergebnis	60.366	-117.895
Gesamtergebnis	-495.004	-607.224

› Die Angaben unterliegen keiner prüferischen Durchsicht.

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

Konzernbilanz

in EUR	31.03.2016	31.12.2015
AKTIVA		
Langfristige Vermögenswerte	640.065	674.364
Sachanlagen	67.505	76.804
Immaterielle Vermögenswerte	570.885	595.561
Latente Steuern	1.675	1.998
Kurzfristige Vermögenswerte	2.873.708	3.193.505
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	2.036.919	1.992.832
Sonstige Vermögenswerte	412.412	330.686
Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten	424.377	869.986
Summe Vermögenswerte	3.513.773	3.867.869
PASSIVA		
Eigenkapital	-3.009.716	-2.514.712
Gezeichnetes Kapital	3.112.473	3.112.473
Kapitalrücklage	20.380.508	20.380.508
Gewinnrücklagen	-26.261.885	-25.706.515
Unterschiedsbetrag aus Währungsumrechnungen	-190.492	-250.858
Eigene Aktien	-50.319	-50.319
Langfristige Schulden	567.885	556.886
Rückstellungen	87.885	76.886
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	480.000	480.000
Kurzfristige Schulden	5.955.604	5.825.695
Erhaltene Anzahlungen	23.961	49.411
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2.536.734	1.790.458
Sonstige Verbindlichkeiten	554.334	687.020
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	2.324.369	3.250.131
Steuerschulden	48.675	48.675
Rückstellungen	467.531	0
Summe Eigenkapital und Schulden	3.513.773	3.867.869

› Die Angaben unterliegen keiner prüferischen Durchsicht.
Bei der Verwendung von gerundeten Zahlen können aufgrund kaufmännischer Rundungen Differenzen auftreten.

Konzern-Kapitalflussrechnung

in EUR	3M/2016	3M/2015 (angepasst)
Ergebnis nach Steuern aus fortgeführten Geschäftsbereichen	-555.370	-429.588
Ergebnis nach Steuern aus nicht fortgeführten Geschäftsbereichen	0	-59.741
Abschreibungen	101.208	58.822
Erfolgswirksam erfasste Steuern	7.619	14.265
Erfolgswirksam erfasste Zinsen	6.725	-99
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge	43.370	-116.990
Cash-Earnings	-396.447	-533.331
Gewinne aus Anlagenabgängen	-400	-48.771
Veränderungen Forderungen, Anzahlungen und sonstige Vermögenswerte	-125.814	-93.261
Veränderungen Verbindlichkeiten, Anzahlungen und sonstige Schulden	-330.998	-506.564
Veränderungen Rückstellungen	478.530	416.859
Erhaltene Zinsen	0	-99
Gezahlte Zinsen	-13.537	0
Gezahlte Steuern	-7.432	0
Operativer Cash-Flow	-396.099	-765.167
Investitionen in Sachanlagen	-4.338	-6.552
Auszahlungen für Entwicklungskosten	-45.172	-98.155
Veräußerung von Sachanlagen	0	78.000
Cash-Flow aus Investitionstätigkeit	-49.510	-26.707
Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit	0	0
Nettozunahme/-abnahme	-445.609	-791.875
Finanzmittelfonds zu Beginn der Berichtsperiode	869.986	1.203.724
Finanzmittelfonds zum Ende der Berichtsperiode	424.377	411.849

› 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 01.01.2015	2,858,500	19,902,539	-24,220,215	-140,755	-50,319	-1,650,250
Ergebnis nach Steuern			-489,329			-489,329
Unterschiedsbetrag aus Währungsumrechnungen				-117,895		-117,895
Gesamtergebnis	0	0	-489,329	-117,895	0	-607,224
Aktienoptionsprogramm		905				905
per 31.03.2015	2,858,500	19,903,444	-24,709,544	-258,650	-50,319	-2,256,569
per 01.01.2016	3,112,473	20,380,508	-25,706,515	-250,858	-50,319	-2,514,712
Ergebnis nach Steuern			-555,370			-555,370
Unterschiedsbetrag aus Währungsumrechnungen				60,366		60,366
Gesamtergebnis	0	0	-555,370	60,366	0	-495,004
per 31.03.2016	3,112,473	20,380,508	-26,261,885	-190,492	-50,319	-3,009,716

» 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 31. März 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 drei 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:

31.03.2016 (in TEUR)	Buchwert	beizulegender Zeitwert	Bewertungs- kategorie gem. IAS 39 ¹⁾	Fair Value Hierarchie
Finanzielle Vermögenswerte				
Zahlungsmittel	424	424	LaR	n/a
Forderungen aus Lieferungen und	2.037	2.037	LaR	n/a
Sonstige Vermögenswerte	412	412	LaR	n/a
Finanzielle Verbindlichkeiten				
Festverzinsliche Darlehen	300	300	FLAC	n/a
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2.537	2.537	FLAC	n/a
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	2.504	2.504	FLAC	n/a

31.12.2015 (in TEUR)	Buchwert	beizulegender Zeitwert	Bewertungs- kategorie gem. IAS 39 ¹⁾	Fair Value Hierarchie
Finanzielle Vermögenswerte				
Zahlungsmittel	506	506	LaR	n/a
Forderungen aus Lieferungen und	2.171	2.171	LaR	n/a
Sonstige Vermögenswerte	358	358	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 11,3 % auf 2.270 TEUR (Q1/2015: 2.038 TEUR).

Rohertrag

Der Materialaufwand stieg im Vergleich zur Umsatzentwicklung unterproportional um 6,7 % auf 1.490 TEUR an (Q1/2015: 1.397 TEUR). Die Rohertragsmarge konnte von 31,5 % auf 34,4 % gesteigert werden.

Sonstige betriebliche Erträge

Im Vergleich zu den ersten drei Monaten 2015 sanken die sonstigen betrieblichen Erträge um 212 TEUR auf 151 TEUR (-58,6 %). Im Vorjahr verzeichnete die Gesellschaft einmalige Effekte durch den Verkauf nicht betriebsnotwendigen Anlagevermögens in Höhe von 49 TEUR (Q1/2016: 0 TEUR) sowie aus der Ausbuchung verjährter Verbindlichkeiten in Höhe von 145 TEUR (Q1/2016: 46 TEUR).

Operatives Ergebnis vor Abschreibungen und Steuern (EBITDA)

Insgesamt ergibt sich unter Berücksichtigung der oben genannten Effekte ein EBITDA in Höhe von -440 TEUR (Q1/2015: -357 TEUR).

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 Geschäftssegmente 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 - 31.03.2016					
Umsatz	1.501	768	0	0	2.270
Innenumsatz	46	41	0	-86	0
Gesamtumsatz	1.547	809	0	-86	2.270
Aktiviert Eigenleistungen	0	0	49	0	49
Sonstiger betr. Ertrag	143	10	197	-200	151
Gesamtleistung	1.689	819	246	-286	2.469
Materialaufwand	1.015	561	0	-86	1.490
Personalaufwand	361	262	355	0	977
Sonstiger betr. Aufwand	213	200	201	-173	441
EBITDA	101	-204	-310	-27	-440
01.01.2015 - 31.03.2015 (angepasst)					
Umsatz	1.189	850	0	0	2.038
Innenumsatz	49	1	0	-49	0
Gesamtumsatz	1.238	850	0	-49	2.038
Aktiviert Eigenleistungen	0	0	75	0	75
Sonstiger betr. Ertrag	51	16	359	-64	362
Gesamtleistung	1.288	866	434	-113	2.476
Materialaufwand	841	605	0	-49	1.397
Personalaufwand	277	291	428	0	996
Sonstiger betr. Aufwand	127	140	257	-84	439
EBITDA	44	-170	-250	20	-356

Die Umsatzerlöse werden auf Basis der von den Landesgesellschaften in den jeweiligen Ländern erzielten Umsätze ermittelt. Corporate Functions beinhalten Erträge und Aufwendungen, die in der Muttergesellschaft anfallen und keinem Geschäftssegment direkt zuordenbar sind.

Die operativen Ergebnisse in der Region Mittel- und Osteuropa zeigt sich aufgrund des Anstiegs der Rohertragsmargen von 32 % im Vorjahreszeitraum auf 35 % im aktuellen Jahr sowie der konsequent umgesetzten Einsparungen auf der Kostenseite in der Region Mitteleuropa verbessert. Aufgrund der Anlaufverluste im Produktbereich Mobile Performance Marketing sowie der der Region Polen fiel der Anstieg des operativen Ergebnisses um 57 TEUR auf insgesamt 101 TEUR (Vorjahr: 44 TEUR) moderat aus.

In der Region restliches Europa konnte die spanische Tochtergesellschaft ein deutliches Umsatzwachstum im Vergleich zum Vorjahr in Höhe von 98 % verzeichnen, die britische Tochtergesellschaft arbeitet an der Positionierung am Markt und konnte nach Neubesetzung der Geschäftsführung und leitender Mitarbeiter die Umsätze noch nicht stabilisieren. Die Rohertragsmarge konnte im Berichtszeitraum von 29 % im Vorjahr auf 31 % gesteigert werden.

Insgesamt lag das EBITDA in der Region restliches Europa bei -204 TEUR (Vorjahr: -170).

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

Überleitungsrechnung (in TEUR)	Q1/2016	Q1/2015
EBITDA	-440	-357
Abschreibungen und Wertminderungen	-101	-59
Finanzergebnis	-7	0
Ergebnis vor Steuern	-548	-415
Steuern	-7	-14
Ergebnis aus nicht fortgeführten Geschäftsbereichen	0	-60
Ergebnis nach Steuern	-555	-489

Zum 31. März 2016 betragen die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen in der Region Mittel- und Osteuropa 903 TEUR (31. März 2015: 686 TEUR) sowie 1.134 TEUR (31. März 2015: 939 TEUR) in der Region restliches Europa.

5. Cash-Flow Rechnung

Zum 31. März 2016 beliefen sich die liquiden Mittel der YOC-Gruppe auf 424 TEUR.

Der operative Cash-Flow belief sich im Berichtszeitraum auf -396 TEUR (Q1/2015: -765 TEUR).

Der Cash-Flow aus Investitionstätigkeiten in den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres beläuft sich auf -50 TEUR (Q1/2015: -27 TEUR).

Insgesamt wurden interne Entwicklungskosten in Höhe von 45 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

Am 19. April 2016 beschlossen Vorstand und Aufsichtsrat der YOC AG eine Kapitalerhöhung aus dem genehmigten Kapital gegen Bareinlagen im Umfang von 180.505 neuen Aktien unter Ausschluss des Bezugsrechts der bestehenden Aktionäre. Mit einem Ausgabepreis von 2,77 EUR je Aktie erzielte die Gesellschaft einen Bruttoemissionserlös in Höhe von 500 TEUR (Nettoemissionserlös 477 TEUR).

Darüber hinaus vereinbarte die Gesellschaft eine begleitende Darlehensaufnahme in Höhe von 500 TEUR zu marktüblichen Konditionen und einer Laufzeit bis zum vierten Quartal 2018.

Beide Maßnahmen dienen der Stärkung des Eigenkapitals und sollen für die weitere Geschäftsentwicklung, insbesondere für die Entwicklung neuer Produkte, verwendet werden. Weitere Ereignisse mit einer wesentlichen Auswirkung auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage haben sich nach dem Abschlussstichtag nicht ereignet.

YOC Adressen



Finanzkalender

12. August 2016

Halbjahresfinanzbericht 2016

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

