

BERICHT ZUM ERSTEN QUARTAL 2017 YOC AG



**MOBILE
ADVERTISING**

INHALT

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

Brief an die Aktionäre

Sehr verehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

die YOC-Gruppe ist einer der führenden unabhängigen Anbieter für Mobile Advertising in Europa und greift auf eine seit 2001 gewachsene Expertise zurück. Durch unsere Mobile Advertising Produkte gewinnt Werbung Nutzen, Individualität und Kreativität. Werben mit YOC bedeutet, Menschen zu erreichen, sie zu unterhalten, zu inspirieren und für Marken sowie deren Produkte zu begeistern.

Im ersten Quartal erzielte die YOC-Gruppe ein Umsatzwachstum von mehr als 36 % auf 3,09 Mio. EUR (3M/2016: 2.27 Mio. EUR). Das ansteigende Geschäftsvolumen spiegelt sich parallel dazu in einem wachsenden Umsatz pro Mitarbeiter von 43 TEUR auf 63 TEUR wider.

Vor allem die britische Tochtergesellschaft YOC Mobile Advertising Ltd. konnte im Berichtszeitraum ihr Wachstum aus dem Abschlussquartal 2016 erfolgreich fortsetzen und erzielte eine Steigerung der Umsätze in Höhe von 120 % im Vergleich zum Vorjahresquartal. Auch die deutschsprachigen Standorte entwickelten sich mit einem Umsatzzuwachs in Höhe von rund 28 % im ersten Quartal erfolgreich. Die Märkte in Polen und Spanien trugen entsprechend der Erwartungen zur Umsatzentwicklung der YOC-Gruppe bei.

Insbesondere der dynamisch zunehmende Anteil des automatisierten Vertriebs über interagierende Handelssysteme in Echtzeit (Programmatic Advertising) resultiert in ein stetiges Wachstum der YOC-Gruppe. Bereits jetzt beträgt dessen Umsatzbeitrag rund ein Drittel des Gesamtumsatzes (3M/2016: 12 %).

Der positive Geschäftsverlauf zu Beginn des Geschäftsjahres basiert auf der Entwicklung innovativer, skalierbarer und plattformunabhängiger Ad-Tech Produkte, so dass die Rohertragsmarge auf 35 % (3M/2016: 34 %) weiter ausgebaut werden konnte.

Das Umsatzwachstum, die leicht gestiegene Rohertragsmarge und die konsequente Kosteneffizienz der Gesellschaft wirkten sich deutlich auf das operative Ergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) aus. Infolgedessen konnten wir das EBITDA im ersten Quartal um 73 % auf -0,1 Mio. EUR (3M/2016: -0,4 Mio. EUR) steigern.

In den vergangenen drei Jahren haben wir das Geschäftsmodell des Unternehmens modifiziert und eine deutlich schärfere Positionierung im Markt für Mobile Advertising aufgebaut. Die Gesellschaft konzentriert sich auf die Entwicklung skalierbarer Ad Tech-Produkte, die den Nutzern des mobilen Internets zu einem positiven Markenerlebnis verhelfen und andererseits dazu beitragen, dass die Werbungtreibenden ihre angestrebten Marketingziele erreichen. Dazu verfügt die Gesellschaft mit ihren programmatischen Kanälen und dem klassischen Direktvertrieb bereits über ein starkes Fundament.

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre, wir treiben diese strategische Transformation zum produktbasierten Mobile Advertising-Anbieter weiter voran, da wir dadurch einerseits für unsere Partner einen nachhaltigen und kontinuierlich wachsenden Nutzen schaffen und andererseits für unser Unternehmen höhere Ertragsmöglichkeiten generieren werden.

Ich danke Ihnen herzlich für das uns entgegengebrachte Vertrauen. Wir freuen uns auf die weitere Zusammenarbeit mit Ihnen!

Mit herzlichen Grüßen,

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

Dirk-Hilmar Kraus

YOC im Überblick

(in TEUR)	Q1/2017	Q1/2016	Veränderung absolut	Veränderung in %
Umsatz und Ergebnis				
Umsatz gesamt	3.094	2.270	825	36
Mittel- und Osteuropa ¹⁾	2.062	1.502	560	37
Restliches Europa ²⁾	1.032	768	264	34
Rohtragsmarge (in %)	35,2	34,4	1	2
Gesamtleistung	3.291	2.469	822	33
EBITDA	-118	-440	322	73
EBITDA-Marge (in %)	-3,6	-17,8	k.A.	k.A.
Ergebnis nach Steuern	-211	-555	344	62
Ergebnis je Aktie verwässert in Euro	-0,06	-0,18	0,12	67
Ergebnis je Aktie unverwässert in Euro	-0,06	-0,18	0,12	67
Mitarbeiter				
Durchschnittliche Anzahl Mitarbeiter ³⁾	49	53	-4	-8
Mitarbeiterzahl zum 31. März	50	57	-7	-12
Umsatz je Mitarbeiter (in TEUR)	63	43	20	47
Gesamtleistung je Mitarbeiter (in TEUR)	67	47	21	44
Bilanz und Kapitalflussrechnung				
Bilanzsumme	3.871	3.989 ⁴⁾	-118	-3
Operativer Cash-Flow	-343	-396	53	13

¹⁾ D-A-CH und Polen

²⁾ Spanien und Großbritannien

³⁾ Auf Basis der festangestellten Mitarbeiter

⁴⁾ Zum 31.12.2016

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 2017

Kennzahlenübersicht

In den ersten drei Monaten des laufenden Geschäftsjahres 2017 verzeichnete die YOC-Gruppe einen Gesamtumsatz in Höhe von 3.094 TEUR (3M/2016: 2.270 TEUR). Dies entspricht einem Anstieg in Höhe von 36,3 % im Vergleich zum Vorjahreszeitraum.

Parallel zu dieser Entwicklung führte das Vorantreiben von rohertragsstärkeren Produktinnovationen zu einem weiteren Anstieg der Rohertragsmarge auf 35,2 % (3M/2016: 34,4 %). Diese Entwicklung unterstreicht die Repositionierung des Unternehmens als produktbasierten Anbieter im Mobile Advertising und stellt einen wichtigen Baustein für eine nachhaltige positive Unternehmensentwicklung dar.

Das operative Ergebnis der YOC-Gruppe vor Abschreibungen (EBITDA) lag in den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres 2017 bei -118 TEUR (3M/2016: -440 TEUR) und verbesserte sich mit 322 TEUR deutlich gegenüber dem Vorjahr.

Der operative Cash-Flow belief sich in der Berichtsperiode auf -343 TEUR (3M/2016: -396 TEUR).

Leistungsspektrum

YOC ist einer der führenden unabhängigen Anbieter für Mobile Advertising-Produkte und -Lösungen in Europa und greift auf eine seit 2001 gewachsene Expertise zurück. Namhafte Marken wie Telefonica, Vodafone, McDonald's, Coca-Cola, Mercedes, Volkswagen, Samsung oder Unilever arbeiten bereits mit der Technologie von YOC. Zu den rund 400 ausgewählten internationalen Partnern zählen Premium-Publisher wie Shazam, The Telegraph, krone.at, Tagesspiegel oder Eurosport. Sie vertrauen auf YOC aufgrund technologischer und marktspezifischer Kompetenzen sowie einer gewachsenen, nutzbringenden Zusammenarbeit.

Im Fokus des Unternehmens liegt die Positionierung als Anbieter von Mobile Advertising-Produkten und -Lösungen in den Kernmärkten Großbritannien, Deutschland, Österreich, Spanien und Polen. Folgerichtig entwickelt YOC neue Produkte und skalierbare Inhouse-Technologien und liefert diese über alle nachgefragten Vertriebskanäle aus, insbesondere im stark wachsenden und hochautomatisierten Umfeld Mobile Programmatic Advertising.

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

Diese betrifft die Entwicklung von eigenen, performanten Werbeprodukten, die einerseits eine hohe Werbewirkung für Advertiser entfalten und andererseits den Nutzer nicht stören.

Zudem baute das Unternehmen eine starke Systemlandschaft auf, bestehend aus eigenentwickelter Software und Lösungen dritter namhafter Anbieter wie Google, SAP oder Salesforce. Auf dieser Basis bedient YOC alle relevanten Vertriebskanäle.

Die Kombination von innovativen Mobile Advertising-Produkten und einer leistungsstarken IT-basierten Infrastruktur ist das hervorstechende Wettbewerbsmerkmal von YOC mit dem sich das Unternehmen wesentlich von seinen Mitbewerbern differenziert.

YOC-Produkte

Das Unternehmen entwickelte die Produktlinien **YOC Understitial Ad**, **YOC Inline Video Ad** sowie **YOC Mystery Ad** und führte diese im Markt ein. Ziel der Produkte ist es, die mobilen Werbebotschaften von Werbetreibenden nachhaltig und zielgerichtet bei den Endverbrauchern zu lancieren. Der Einsatz von verschiedenen Anzeigemethoden, zusätzlichen interaktiven Elementen, sowie unaufdringlicher Funktionsweisen führt letztlich zu einer besseren Nutzerakzeptanz. Zusätzlich ermöglichen die YOC-Produkte gegenüber klassischen Standardformaten erweiterte Methoden zur Messung verschiedener Interaktions- und Abrufstatistiken und tragen somit maßgeblich zur Messbarkeit des Werbeerfolges für Werbetreibende bei.

Insbesondere die Produktvarianten mit Video-Komponenten bieten Werbetreibenden die Möglichkeit einer umfangreichen und in hohem Maße steuerbaren audiovisuellen Bewerbung ihrer Marken und Produkte auf mobilen Endgeräten.

Die Kerneigenschaft des **YOC Understitial Ad** ist seine wirksame und dennoch unaufdringliche Platzierung im inhaltlichen Umfeld einer mobilen Webseite oder mobilen Applikation. Werbetreibende erreichen den Smartphone-User mit einem vollflächigen Werbemittel, ohne ihn in seinen Nutzungsgewohnheiten einzuschränken. YOC vereint in diesem Werbemittel seine technische Erfahrung mit seiner Kompetenz in der Ansprache von Nutzern in mobilen Umfeldern.

Im vergangenem Geschäftsjahr 2016 entwickelte das Unternehmen das **YOC Inline Video Ad**. Dieses innovative mobile Werbeformat ermöglicht es Werbetreibenden, Video-Anzeigen auf klassischen Webseiten zu schalten. Es ist kompatibel mit branchenüblichen Standards und spielt Video bei Bedarf in hoher Qualität aus. Die Besonderheit dieses Formats ist es, dass es überall einsetzbar ist und keine feste Platzierung innerhalb der mobilen Website der Publisher benötigt. Durch integrierte Funktionen wie die Start-Stopp-Automatik läuft das Video nur, wenn es sich im sichtbaren Bereich des Smartphone-Displays befindet und der Nutzer es somit ansieht.

Das **YOC Mystery Ad** ist ein ausgezeichnetes, vollflächiges mobiles Werbeformat. Die Besonderheit des Produktes liegt in der Möglichkeit, den Nutzer mit beliebigen, kreativen Interaktionen zu animieren. Das YOC Mystery Ad bietet somit umfangreiche gestalterische Möglichkeiten, um eine hohe Aufmerksamkeit der Nutzer zu garantieren.

Neben den vorgenannten Produkten bietet YOC alle klassischen Werbeformen nach den international gültigen IAB- und MMA-Standards an. Darüber hinaus ist das Expertenteam von YOC je nach Kundenwunsch in der Lage, zusätzliche Funktionen wie beispielsweise Responsive Formate, erweiterte Tracking-Möglichkeiten oder den Einsatz besonderer Werbemittel innerhalb von Standard-Formaten zu entwickeln.

Für die Steuerung, Optimierung und Auswertung einer Kampagne sind die Messungen der Sichtbarkeit (Viewability) zu einem entscheidenden Faktor avanciert. YOC entwickelte daher bereits im zurückliegenden Geschäftsjahr 2016 eine neue technische Infrastruktur zur Messung und Auswertung der Sichtbarkeit von mobilen Werbeformaten.

Die YOC-Produkte orientieren sich an marktüblichen Messstandards (nach IAB und MRC) und bieten den Advertisern damit international vergleichbare Erfolgskennzahlen für ihren Werbeerfolg im Mobile Advertising.

YOC eröffnet seinen Werbekunden infolgedessen alternative Abrechnungsmodelle auf Basis der erhobenen Viewability-Daten. Hierbei erfolgt die Abrechnung einer Kampagne erst, sobald beispielsweise ein Video komplett im Sichtfeld des Nutzers abgespielt wurde.

Zusätzliche Mobile Advertising-Leistungen

YOC bietet seinen Werbekunden effektive Mobile Advertising-Lösungen für erfolgreiche Werbekampagnen an:

Kreativleistung

Bereits seit mehr als einem Jahrzehnt berät YOC Werbetreibende bei der Wahl des richtigen mobilen Werbeformates und übernimmt gegebenenfalls auch die Produktion des Werbemittels. Neben diesen Leistungen stellen die Experten auch ihr Knowhow zur Verfügung, wenn es um die Aussteuerung der Kampagnen auf mobilen Endgeräten geht.

Re-Engagement

Die Re-Engagement Lösung von YOC ist eine komplexe Maßnahme zur Steigerung des Branding-Effekts und des Wiedererkennungswertes einer Marke oder eines Produkts. Hierzu verwendet YOC eine datengetriebene Nutzererkennung, um die Nutzer mit sequentieller Ansprache auf Marken aufmerksam zu machen. Des Weiteren kann diese Lösung eingesetzt werden, um Nutzungsraten von Apps zu erhöhen oder potenzielle Interessenten eines Online-Shops zum Kaufen zu animieren.

YOC Hub

Die Business Intelligence-Plattform YOC Hub dient einerseits zur internen Prozesssteuerung von YOC und andererseits als Werkzeug für Publisher zur Kontrolle und Optimierung von Vermarktungsaktivitäten. Durch die umfassende und frei konfigurierbare Software-Oberfläche des YOC Hub erhalten unsere Publisher Partner einen aktuellen Überblick über den Vermarktungserfolg der YOC-Produkte.

Vermögens-, Finanz- und Ertragslage

Ertragslage

Umsatzentwicklung und Gesamtleistung

Im ersten Quartal des Geschäftsjahres 2017 verzeichnete die YOC-Gruppe einen Gesamtumsatz in Höhe von 3.094 TEUR (3M/2016: 2.270 TEUR). Dies entspricht einem Anstieg in Höhe von rund 36 % im Vergleich zum Vorjahr. Die erfolgreiche Transformation der YOC-Gruppe hin zum Mobile Premium Programmatic Anbieter verbessert sowohl umsatzseitig als auch rohertragsseitig die Ertragslage des Konzerns.

Die Gesamtleistung des Konzerns liegt mit 3.291 TEUR um 822 TEUR über Vorjahresniveau (3M/2016: 2.469 TEUR).

Rohertrag

Da der Materialaufwand im Vergleich zur Umsatzentwicklung lediglich unterproportional um 35 % auf 2.006 TEUR (3M/2016: 1.490 TEUR) anstieg, konnte in Konsequenz dessen die Rohertragsmarge in den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres 2017 von 34 % auf 35 % weiter gesteigert werden.

Diese Zunahme stellt einen wichtigen Baustein zur nachhaltig positiven Unternehmensentwicklung dar.

Personalaufwand und Personalentwicklung

Gegenüber dem Vorjahr reduzierte sich der durchschnittliche Personalbestand (ohne Vorstand) der YOC-Gruppe um 8 % auf 49 Mitarbeiter (Vorjahr: 53 Mitarbeiter).

Zum Stichtag 31. März 2017 beschäftigte die YOC-Gruppe 50 festangestellte Mitarbeiter (Vorjahr: 57 Mitarbeiter).

Der Personalaufwand lag mit 962 TEUR (Vorjahr: 977 TEUR) nahezu auf dem Niveau des Vorjahres. Das ansteigende Geschäftsvolumen spiegelt sich im Anstieg des Umsatzes je Mitarbeiter um 47 % auf 63 TEUR im Vergleich zum Vorjahr (3M/2016: 43 TEUR) wider.

Die Personalaufwandsquote, die den Personalaufwand ins Verhältnis zur Gesamtleistung stellt, sank auf 29 % (3M/2016: 40 %).

Sonstige betriebliche Aufwendungen

In den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres 2017 lagen die sonstigen betrieblichen Aufwendungen in Höhe von 441 TEUR (3M/2016: 441 TEUR) exakt auf dem Niveau des Vorjahres. Insgesamt zeigten die im Rahmen der Restrukturierung aus den Geschäftsjahren 2014 und 2015 umgesetzten Maßnahmen zur Einsparung von Kosten sowie jene des vergangenen Geschäftsjahres weiterhin ihre Wirkung, so dass die Relation zur Gesamtleistung von 18 % im Vorjahr auf 13 % in den ersten drei Monaten 2017 sank.

EBITDA

Das operative Ergebnis der YOC-Gruppe vor Abschreibungen lag in den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres 2017 bei -118 TEUR (3M/2016: -440 TEUR) und verbesserte sich somit um 322 TEUR im Vergleich zum Vorjahreszeitraum (+73 %).

Ursächlich hierfür sind insbesondere das Umsatzwachstum in Höhe von 36 %, der Anstieg der Rohertragsmarge von rund einem Prozentpunkt sowie eine weiter steigende Kosteneffizienz.

Ergebnis nach Steuern

Das Konzernergebnis nach Steuern beträgt -211 TEUR (3M/2016: -555 TEUR).

Finanz- und Vermögenslage

Zum 31. März 2017 beliefen sich die liquiden Mittel der YOC-Gruppe auf 761 TEUR.

Der operative Cash-Flow konnte weiter verbessert werden und belief sich im Berichtszeitraum auf -343 TEUR (3M/2016: -396 TEUR).

Der Cash-Flow aus Investitionstätigkeiten beläuft sich in den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres 2017 auf -56 TEUR (3M/2016: -50 TEUR) und bewegt auf Vorjahresniveau.

Insgesamt wurden interne Entwicklungskosten in Höhe von 42 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 bisher erfolgreich verlaufenden Transformation des Geschäftsmodells und der in diesem Kontext erzielten Ergebnisse geht die YOC-Gruppe von einem beständigen Wachstum aus.

Der Umbau der Gesellschaft hin zum Mobile Premium Programmatic-Anbieter bringt die Gesellschaft auf ein neues Produktniveau. Mit der einhergehenden Verstärkung dieser Marktpositionierung werden weitere Steigerungen der Rohertragsmarge erwartet und parallel dazu die Unabhängigkeit von größeren Kooperationen vorangetrieben. Investitionen in innovative Technologien und Produkte sowie die Automatisierung interner Prozesse sind Bestandteil der Unternehmensstrategie, um die begonnene Entwicklung auszubauen.

Nach einem Umsatzwachstum in Höhe von 23 % im Geschäftsjahr 2016 liegt das Augenmerk des Vorstands insbesondere auf der Verstetigung des dynamischen Wachstums des programmatischen Plattformgeschäfts und damit der Umsetzung der definierten Unternehmensstrategie. Hierzu ist es notwendig, dass alle YOC-Standorte die neue Marktpositionierung adaptieren und alle hinreichenden Aufgaben umsetzen.

Die Erwartungen für das laufende Geschäftsjahr 2017 sind optimistisch. Insgesamt rechnet YOC für das Geschäftsjahr 2017 mit deutlich wachsenden Umsatzerlösen in Höhe von 20 % bis 25 % bei einer gleichsam konstanten Kostenstruktur. Die positiven wirtschaftlichen Rahmenbedingungen unterstützen diese Prognose.

Die YOC-Gruppe rechnet somit für das laufende Geschäftsjahr 2017 auf Basis der dargestellten Entwicklungen mit einer weiteren deutlichen Verbesserung der operativen Ertragslage. Ab dem Geschäftsjahr 2018 sollte die Gesellschaft unter der Annahme einer gleichbleibenden positiven Entwicklung operativ profitabile Ergebnisse erzielen.

Zur Verbesserung der Liquidität hat die Gesellschaft im ersten Quartal 2017 eine Fremdkapitalmaßnahme, die zu einem Liquiditätszufluss in Höhe von 0,5 Mio. EUR führte, umgesetzt.

Konzernzwischenabschluss

(ungeprüft)

Konzerngesamterfolgsrechnung

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung (in EUR)	Q1/2017	Q1/2016
Umsatzerlöse	3.094.110	2.269.550
Aktiviertete Eigenleistungen	44.384	48.647
Sonstige betriebliche Erträge	152.994	150.576
Gesamtleistung	3.291.487	2.468.773
Materialaufwand	2.006.224	1.489.656
Personalaufwand	961.802	977.464
Sonstige betriebliche Aufwendungen	441.166	441.471
Operatives Ergebnis vor Abschreibungen	-117.704	-439.817
Abschreibungen	70.223	84.369
Wertminderungen	0	16.838
Operatives Ergebnis	-187.927	-541.025
Finanzaufwendungen	16.813	6.725
Finanzergebnis	-16.813	-6.725
Ergebnis vor Steuern	-204.740	-547.750
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	6.586	7.619
Ergebnis nach Steuern	-211.326	-555.370
Periodenergebnis	-211.326	-555.370
Ergebnis je Aktie		
Ergebnis je Aktie unverwässert	-0,06	-0,18
Ergebnis je Aktie verwässert	-0,06	-0,18
Konzern-Gesamtergebnisrechnung (in EUR)	Q1/2017	Q1/2016
Ergebnis nach Steuern	-211.326	-555.370
Effekte, die künftig in die Gewinn- und Verlustrechnung reklassifiziert werden können:		
Unrealisierte Ergebnisse aus der Währungsumrechnung	17.095	60.366
Sonstiges Ergebnis	17.095	60.366
Gesamtergebnis	-194.231	-495.004

Konzernzwischenabschluss

(ungeprüft)

Konzernbilanz

Konzernbilanz (in EUR)	31.03.2017	31.12.2016
AKTIVA		
Langfristige Vermögenswerte	518.255	536.597
Sachanlagen	92.648	96.956
Immaterielle Vermögenswerte	424.151	438.174
Latente Steuern	1.456	1.467
Kurzfristige Vermögenswerte	3.352.485	3.452.298
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	2.442.847	2.668.757
Sonstige Vermögenswerte	149.005	123.992
Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten	760.633	659.549
Summe Vermögenswerte	3.870.741	3.988.895
PASSIVA		
Eigenkapital	-3.800.801	-3.606.571
Gezeichnetes Kapital	3.292.978	3.292.978
Kapitalrücklage	20.649.438	20.649.438
Gewinnrücklagen	-27.594.145	-27.382.819
Unterschiedsbetrag aus Währungsumrechnungen	-98.754	-115.849
Eigene Aktien	-50.319	-50.319
Langfristige Schulden	1.539.885	1.038.085
Rückstellungen	59.885	58.085
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	1.480.000	980.000
Kurzfristige Schulden	6.131.658	6.557.381
Erhaltene Anzahlungen	47.949	18.338
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2.065.353	2.490.974
Sonstige Verbindlichkeiten	485.247	505.672
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	2.842.675	3.346.028
Steuerschulden	12.953	22.869
Rückstellungen	677.481	173.500
Summe Eigenkapital und Schulden	3.870.741	3.988.895

Konzernzwischenabschluss

(ungeprüft)

Konzernkapitalflussrechnung

Konzernkapitalflussrechnung (in EUR)	3M/2017	3M/2016
Ergebnis nach Steuern	-211.326	-555.370
Abschreibungen	70.223	101.208
Erfolgswirksam erfasste Steuern	6.586	7.619
Erfolgswirksam erfasste Zinsen	16.813	6.725
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge	20.968	43.370
Cash-Earnings	-96.736	-396.447
Verlust aus Anlagenabgängen	76	-400
Veränderungen Forderungen, Anzahlungen und sonstige Vermögenswerte	200.897	-125.814
Veränderungen Verbindlichkeiten, Anzahlungen und sonstige Schulden	-915.538	-330.998
Veränderungen Rückstellungen	505.780	478.530
Gezahlte Zinsen	-21.066	-13.537
Gezahlte Steuern	-16.500	-7.432
Operativer Cash-Flow	-343.087	-396.099
Investitionen in Sachanlagen	-10.727	-4.338
Auszahlungen für Entwicklungskosten	-47.175	-45.172
Veräußerung von Sachanlagen	2.073	0
Cash-Flow aus Investitionstätigkeit	-55.829	-49.510
Darlehensaufnahme	500.000	0
Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit	500.000	0
Nettozunahme/-abnahme	101.084	-445.609
Finanzmittelfonds zu Beginn der Berichtsperiode	659.549	869.986
Finanzmittelfonds zum Ende der Berichtsperiode	760.633	424.377

Konzernzwischenabschluss

(ungeprüft)

Entwicklung des Konzerneigenkapitals

Entwicklung des Konzern- Eigenkapitals (in EUR)	Gezeichnetes Kapital	Kapital- rücklage	Gewinn- rücklagen	Unterschiedsbetrag aus Währungs- umrechnungen	Eigene Aktien	Gesamt
per 01.01.2016	3.112.473	20.380.508	-25.706.516	-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
per 01.01.2017	3.292.978	20.649.438	-27.382.819	-115.849	-50.319	-3.606.571
Ergebnis nach Steuern			-211.326			-211.326
Unterschiedsbetrag aus Währungsumrechnungen				17.095		17.095
Gesamtergebnis	0	0	-211.326	17.095	0	-194.231
per 31.03.2017	3.292.978	20.649.438	-27.594.144	-98.754	-50.319	-3.800.801

» Es bestehen keine Anteile nicht beherrschender Gesellschafter

Konzernanhang

1. Allgemeine Informationen

Die YOC AG ist ein in Berlin, Greifswalder Straße 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 2017 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 2016 zu lesen.

Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Im laufenden Geschäftsjahr 2017 wurden sämtliche ab dem 01. Januar 2017 verpflichtend anzuwendenden Standards beachtet:

- *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 2017 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 2017 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	ja	in Prüfung	in Prüfung
IFRS 15 - Umsatzerlöse aus Verträgen mit Kunden	01.01.2018	ja	ja	in Prüfung
IFRS 16 - Leasingverhältnisse	01.01.2019	nein	ja	in Prüfung
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	ja	keine wesentlichen Auswirkungen

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 01. Januar 2018 beginnt. Der Standard wurde am 22. November 2016 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 und am 22. September 2016 durch die EU anerkannt. Für Geschäftsjahre, die am oder nach dem 01. Januar 2018 beginnen, ist entweder die vollständige retrospektive Anwendung oder eine modifizierte retrospektive Anwendung vorgeschrieben. Eine vorzeitige Anwendung ist zulässig. 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.

Der derzeitige Analysestand lässt keine wesentlichen Auswirkungen der geänderten Vorschriften auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage erwarten.

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.

Der Vorstand der YOC AG geht davon aus, dass die oben aufgeführten Standards und Interpretationen bei Vorliegen entsprechender Anwendungsfälle in dem Konzernabschluss des Geschäftsjahres angewendet werden, in dem sie verpflichtend anzuwenden sind.

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:

31.03.2017 (in TEUR)	Buchwert	beizulegender Zeitwert	Bewertungs- kategorie gem. IAS 39 ¹⁾	Fair Value Hierarchie
Finanzielle Vermögenswerte				
Zahlungsmittel	761	761	LaR	n/a
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	2.443	2.443	LaR	n/a
Sonstige Vermögenswerte	149	149	LaR	n/a
Finanzielle Verbindlichkeiten				
Festverzinsliche Darlehen	1.300	1.300	FLAC	n/a
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2.065	2.065	FLAC	n/a
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	3.023	3.023	FLAC	n/a

31.12.2016 (in TEUR)	Buchwert	beizulegender Zeitwert	Bewertungs- kategorie gem. IAS 39 ¹⁾	Fair Value Hierarchie
Finanzielle Vermögenswerte				
Zahlungsmittel	660	660	LaR	n/a
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	2.669	2.669	LaR	n/a
Sonstige Vermögenswerte	124	124	LaR	n/a
Finanzielle Verbindlichkeiten				
Festverzinsliche Darlehen	800	800	FLAC	n/a
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2.491	2.491	FLAC	n/a
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	3.526	3.526	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 36,3 % auf 3.094 TEUR (3M/2016: 2.270 TEUR).

Rohertrag

Der Materialaufwand stieg im Vergleich zur Umsatzentwicklung leicht unterproportional um 34,6 % auf 2.006 TEUR an (3M/2016: 1.490 TEUR).

Die Rohertragsmarge steigerte sich somit von 34,4 % auf 35,2 %.

Sonstige betriebliche Erträge

In den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres 2017 lagen die sonstigen betrieblichen Erträge in Höhe von 153 TEUR (3M/2016: 151 TEUR) auf dem Niveau des Vorjahres.

Operatives Ergebnis vor Abschreibungen und Steuern (EBITDA)

Insgesamt ergibt sich unter Berücksichtigung der oben genannten Effekte ein EBITDA in Höhe von -118 TEUR (3M/2016: -440 TEUR).

In Konsequenz bedeutet dies eine Verbesserung des EBITDA in Höhe von 322 TEUR (+73,0 %) im Vergleich zum Vorjahr.

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, Österreich und 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 (unter anderem hinsichtlich Wachstumsdynamik und Rohertragsmargen) aufweisen und auch hinsichtlich ihrer Produkte, Dienstleistungen, Kunden, Prozesse und Vertriebsmethoden vergleichbar sind.

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

Der Bereich Corporate Functions beinhaltet Erträge und Aufwendungen, die in der Muttergesellschaft anfallen und keinem Geschäftssegment direkt zuordenbar sind, insbesondere Umlagen und Holdingkosten. Darüber hinaus werden Umsatzerlöse im Bereich der zentralen Yield Optimierung des internationalen Publisher-Portfolios der YOC-Gruppe erzielt und intern weiterverrechnet. Die folgende Tabelle zeigt die Ergebnisse der einzelnen Segmente. Als Ergebnisgröße wird dabei gemäß der internen Berichtsstruktur das EBITDA herangezogen:

Segmentberichterstattung (in TEUR)	Mittel- und Osteuropa	Restliches Europa	Corporate Functions	Konsolidierung	YOC-Gruppe
01.01.2017 - 31.03.2017					
Umsatz	1.571	1.032	492	0	3.094
Innenumsatz	317	182	353	-851	0
Gesamtumsatz	1.888	1.213	845	-851	3.094
Aktivierete Eigenleistungen	0	0	44	0	44
Sonstiger betr. Ertrag	113	51	186	-197	153
Gesamtleistung	2.000	1.264	1.075	-1.049	3.291
Materialaufwand	1.191	821	843	-849	2.006
Personalaufwand	332	228	401	0	962
Sonstiger betr. Aufwand	256	182	202	-199	441
EBITDA	221	33	-371	-1	-118
01.01.2016 - 31.03.2016					
Umsatz	1.311	768	190	0	2.270
Innenumsatz	174	41	97	-312	0
Gesamtumsatz	1.485	809	288	-312	2.270
Aktivierete Eigenleistungen	0	0	49	0	49
Sonstiger betr. Ertrag	128	10	193	-181	151
Gesamtleistung	1.613	819	530	-493	2.469
Materialaufwand	948	561	287	-306	1.490
Personalaufwand	283	262	432	0	977
Sonstiger betr. Aufwand	224	200	204	-186	441
EBITDA	158	-204	-393	-1	-440

Das operative Ergebnis in der Region Mittel- und Osteuropa zeigt sich aufgrund des Umsatzwachstums in Höhe von 27 % auf 1.888 TEUR (Vorjahr: 1.485 TEUR) sowie der kontinuierlichen Steigerung des Rohertrages im ersten Quartal 2017 entsprechend verbessert.

Bedingt durch Anlaufverluste der Region Polen fiel der Anstieg des operativen Ergebnisses um 63 TEUR auf insgesamt 221 TEUR (Vorjahr: 158 TEUR) moderat aus.

In der Region Restliches Europa konnte die britische Tochtergesellschaft ein deutliches Umsatzwachstum im Vergleich zum Vorjahr verzeichnen. Der Umsatzenbeitrag der spanischen Gesellschaft entsprach dem Vorjahreszeitraum.

In Kosequenz aus einem deutlich wachsenden Umsatzvolumen, Steigerung der Rohertragsmarge sowie einer verbesserten Kosteneffizienz verbesserte sich das EBITDA infolgedessen um 237 TEUR auf 33 TEUR (Vorjahr: -204 TEUR).

Das EBITDA der YOC-Gruppe lässt sich wie folgt auf das Ergebnis nach Steuern überleiten:

Überleitungsrechnung (in TEUR)	3M/2017	3M/2016
EBITDA	-118	-440
Abschreibungen und Wertminderungen	-70	-101
Finanzergebnis	-17	-7
Ergebnis vor Steuern	-205	-548
Steuern	-7	-8
Ergebnis nach Steuern	-211	-555

Zum 31. März 2017 betragen die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen in der Region Mittel- und Osteuropa 1.352 TEUR (Vorjahr: 903 TEUR) sowie 1.091 TEUR (Vorjahr: 1.134 TEUR) in der Region Restliches Europa.

5. Cash-Flow Rechnung

Zum 31. März 2017 beliefen sich die liquiden Mittel der YOC-Gruppe auf 761 TEUR.

Der operative Cash-Flow konnte weiter verbessert werden und belief sich im Berichtszeitraum auf -343 TEUR (3M/2016: -396 TEUR).

Der Cash-Flow aus Investitionstätigkeiten beläuft sich in den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres 2017 auf -56 TEUR (3M/2016: -50 TEUR) und bewegt sich somit ungefähr auf Vorjahresniveau.

6. Haftungsverhältnisse, Eventualverbindlichkeiten und Ähnliches

Unverändert zum Konzernabschluss vom 31. Dezember 2016 liegen keine Haftungsverhältnisse, Eventualverbindlichkeiten oder Ähnliches vor.

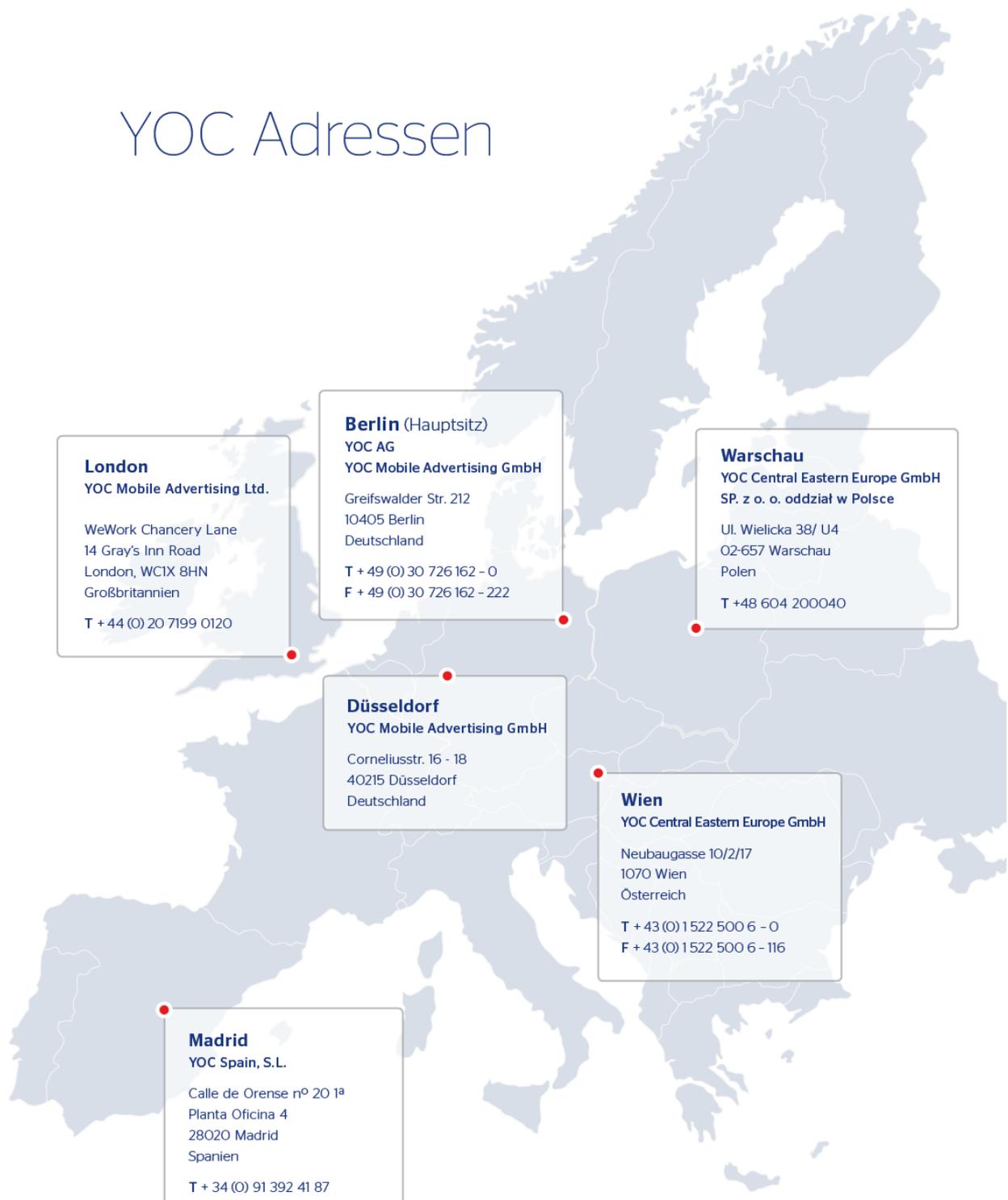
7. Angaben zu Beziehungen zu nahestehenden Unternehmen und Personen

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 31. März 2017 ergeben.

YOC Adressen



Finanzkalender

30. August 2017

Halbjahresfinanzbericht 2017

29. November 2017

Bericht zum dritten Quartal 2017

12. - 13. Dezember 2017

Münchener Kapitalmarkt Konferenz

