



# BERICHT ZUM ERSTEN HALBJAHR 2018

Berlin, 23. August 2018

# INHALTSVERZEICHNIS

|   |    |
|---|----|
| Brief an die Aktionäre .....                  | 3  |
| YOC im Überblick.....                         | 5  |
| Lagebericht zum Konzernzwischenabschluss..... | 6  |
| Konzernzwischenabschluss .....                | 11 |
| Anhang zum Konzernzwischenabschluss .....     | 16 |
| YOC Adressen .....                            | 22 |
| Finanzkalender.....                           | 23 |
| Impressum .....                               | 24 |

# BRIEF AN DIE AKTIONÄRE

Sehr verehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

die YOC-Gruppe gehört seit 2001 zu den führenden unabhängigen Anbietern für Mobile Advertising in Europa. Durch unsere jahrelange Expertise kreieren wir Produkte, die Menschen ansprechen, faszinieren und erreichen. Durch die kontinuierliche Weiterentwicklung der YOC-Technologie erzielen unsere Kunden eine maximale Aufmerksamkeit und definieren Mobile Advertising neu.

Einen weiteren wichtigen Schritt in Richtung proprietäre YOC-Technologie haben wir bereits erfolgreich vollzogen: Die Markteinführung unserer eigenen Supply Side-Plattform VIS.X im Januar dieses Jahres. Unsere neue Plattform ermöglicht den Handel von visiblen, aufmerksamkeitsstarken, nicht standardisierten Werbemitteln.

Mit der Etablierung der Plattform verfolgt YOC eine zweiseitige Zielsetzung: Zum einen entwickeln wir uns hin zum technologiebasierten Anbieter für High-Impact Programmatic Advertising und zum anderen sind unsere proprietären Werbeformate durch VIS.X für alle Kunden programmatisch verfügbar. Die technologischen Möglichkeiten der Plattform sind zukunftsweisend, sodass wir unsere umfassende Leistungskapazität in die Weiterentwicklung von VIS.X investieren. Wir sind der Überzeugung, dass die Einführung von VIS.X am Markt zur richtigen Zeit erfolgt und maßgeblich zum Erfolg der YOC-Gruppe beitragen wird.

Erfreut kann ich Ihnen mitteilen, dass unsere Erwartungen an VIS.X sich bereits in den ersten sechs Monaten seit Markteinführung bestätigt haben. Im Juni 2018 betrug der Umsatzanteil von Privat Marketplaces an den Gesamtumsätzen von VIS.X bereits 26 % - ein Beleg dafür, dass unsere Kunden die YOC-Produkte über VIS.X programmatisch einkaufen wollen. Im selben Monat wurden bereits über 100 Deals zwischen Werbetreibenden und Publishern über die exklusive Handelsebene zu vordefinierten Preisen geschlossen.

Mit der Markteinführung von VIS.X haben wir den richtigen Weg eingeschlagen – auch wenn das vollständige Potenzial der Plattform bei weitem noch nicht erschöpft ist.

Im ersten und zweiten Quartal des Geschäftsjahres 2018 wurden externe Rahmenparameter unserer Industrie nachhaltig verändert.

Die Einführung der Coalition for Better Ads sowie die EU-Richtlinie Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) erzeugten eine hohe Marktsicherheit und implizieren eine gezielte Anpassung.

Vor diesem Hintergrund blieb der Umsatz des ersten Halbjahres 2018 hinter unseren Erwartungen zurück. Im Vergleich zum Vorjahr fiel dieser mit 15 % geringer aus und beträgt 5,7 Mio. EUR (H1/2017: 6,7 Mio. EUR).

Insbesondere unsere Geschäftstätigkeiten im Vereinten Königreich litten unter den erwähnten Rahmenparametern. Die Einführung der Coalition for Better Ads im Februar 2018, die sich das Ziel gesetzt hat, weltweite Standards für bessere digitale Werbung zu etablieren, trug zur Unsicherheit auf Seiten der Publisher bei. Um etwaige Konflikte mit der Coalition for Better Ads auszuschließen, minimierten die britischen Publisher die Verkaufsfläche für Werbeformate, die im Rahmen der Regularien als störend eingestuft werden.

Darüber hinaus mussten wir viel Aufklärungsarbeit leisten, um unseren Partnern zu verdeutlichen, dass die YOC High-Impact-Werbeformate nicht gegen die Richtlinien der Coalition for Better Ads verstoßen und unseren Kunden nach wie vor einen hohen Mehrwert bieten.

Zusätzlich markierte das Inkrafttreten der EU-weiten Richtlinie Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) vom 25. Mai 2018 eine weitere große Herausforderung. Die Maßnahme, den Schutz von personenbezogenen Daten zu gewährleisten, begrüßen wir in vollem Umfang. Jedoch stellen die Neuregelungen die komplette digitale Marketingindustrie vor neue Herausforderungen.

Die strukturelle sowie inhaltliche Adaption unserer technologischen Plattformen und die vorzunehmenden juristischen Anpassungen aller Vereinbarungen mit unseren Partnern, Lieferanten und Kunden bedeuteten eine außerordentliche Belastung.

Allerdings können wir Ihnen neben der unbefriedigenden Umsatzentwicklung auch über die positive Entwicklung von Finanzkennzahlen für das erste Halbjahr 2018 berichten:

- Die Rohertragsmarge in Höhe von 37 % verblieb auf dem konstant hohen Level des Vorjahreszeitraums. Wir gehen zukünftig von einer weiter steigenden Rohertragsmarge aus.
- Die Fixkostenstruktur lag trotz Personalwachstums unverändert auf dem Vorjahresniveau (H1/2018: 3,0 Mio. EUR; H1/2017: 3,1 Mio. EUR).

- › In Konsequenz spiegelt sich das geringere Geschäftsvolumen nicht vollständig im operativen Ergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) wider. Im ersten Halbjahr 2018 beträgt dieses -0,4 Mio. EUR (H1/2017: -0,2 Mio. EUR).

Zwischenzeitlich konnte die YOC-Gruppe durch die Begebung der „YOC Wandelanleihe 2018/2022“ Wandelschuldverschreibungen im Gesamtnennbetrag von rund 1,6 Mio. EUR platzieren.

Die Emissionserlöse werden wir primär in die Weiterentwicklung der Plattformen VIS.X und YOC HUB sowie in die weitere Internationalisierung investieren. Im Kontext dessen freuen wir uns über das Vertrauen der Investoren in unser Entwicklungspotenzial.

Mit Blick auf das zweite Halbjahr richten wir unseren Fokus auf die Überwindung der dargestellten Herausforderungen. Ich bin zuversichtlich, dass wir diese mit unserem exzellenten Team meistern werden und die Gesellschaft wieder auf den Wachstumspfad zurückführen werden.

Ich danke Ihnen für Ihr Vertrauen und sehe der weiteren Zusammenarbeit mit Ihnen erfreut entgegen.

Beste Grüße,



Dirk-Hilmar Kraus

CEO

# YOC IM ÜBERBLICK

## UMSATZ UND ERGEBNIS (IN TEUR)

|   |
|---|
| <b>Umsatz gesamt</b>                          |
| Mittel- und Osteuropa <sup>1)</sup>           |
| Restliches Europa <sup>2)</sup>               |
| <b>Rohertragsmarge (in %)</b>                 |
| <b>Gesamtleistung</b>                         |
| <b>EBITDA</b>                                 |
| <b>EBITDA-Marge (in %)</b>                    |
| <b>Ergebnis nach Steuern</b>                  |
| <b>Ergebnis je Aktie verwässert in Euro</b>   |
| <b>Ergebnis je Aktie unverwässert in Euro</b> |

| 6M/2018 | 6M/2017 | VERÄNDERUNG<br>ABSOLUT | VERÄNDERUNG<br>IN % |
|---------|---------|------------------------|---------------------|
| 5.732   | 6.736   | -1.004                 | -15                 |
| 4.742   | 4.277   | 465                    | 11                  |
| 990     | 2.459   | -1.469                 | -60                 |
| 37,3    | 37,4    | 0                      | 0                   |
| 6.189   | 7.055   | -866                   | -12                 |
| -440    | -230    | -210                   | -91                 |
| -7,1    | -3,3    | k.A.                   | k.A.                |
| -668    | -468    | -200                   | -43                 |
| -0,20   | -0,14   | -0,06                  | -43                 |
| -0,20   | -0,14   | -0,06                  | -43                 |

## MITARBEITER

|  |
|--|
| Durchschnittliche Anzahl Mitarbeiter <sup>3)</sup> |
| Mitarbeiterzahl zum 30. Juni                       |
| Umsatz je Mitarbeiter (in TEUR)                    |
| Gesamtleistung je Mitarbeiter (in TEUR)            |

| 6M/2018 | 6M/2017 | VERÄNDERUNG<br>ABSOLUT | VERÄNDERUNG<br>IN % |
|---------|---------|------------------------|---------------------|
| 55      | 50      | 5                      | 10                  |
| 56      | 54      | 2                      | 4                   |
| 104     | 135     | -31                    | -23                 |
| 113     | 141     | -28                    | -20                 |

## BILANZ UND KAPITALFLUSSRECHNUNG

|                      |
|----------------------|
| Bilanzsumme          |
| Operativer Cash-Flow |

| 6M/2018 | 6M/2017             | VERÄNDERUNG<br>ABSOLUT | VERÄNDERUNG<br>IN % |
|---------|---------------------|------------------------|---------------------|
| 3.292   | 4.715 <sup>4)</sup> | -1.423                 | -37                 |
| -514    | -318                | -196                   | -62                 |

1) Deutschland, Österreich, Schweiz und Polen

2) Spanien und Großbritannien

3) Auf Basis der festangestellten Mitarbeiter

4) Zum 31.12.2017

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

Seit dem 01. Januar 2018 kommen die neuen Rechnungslegungsstandards IFRS 15 „Revenue from Contracts with Customers“ und IFRS 9 „Financial Instruments“ zur Anwendung. Die Vorjahreswerte wurden nicht angepasst. Für nähere Informationen verweisen wir auf den Abschnitt „Grundlagen der Aufstellung des Abschlusses sowie Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden“, Seite 16 f.

# LAGEBERICHT ZUM KONZERN- ZWISCHEN- ABSCHLUSS

## GESCHÄFTSENTWICKLUNG DER YOC-GRUPPE IM ERSTEN HALBJAHR 2018

### KENNZAHLENÜBERSICHT

Im ersten Halbjahr 2018 verzeichnete das Unternehmen ein Umsatzrückgang in Höhe von rund 15 % auf 5,7 Mio. EUR (H1/2017: 6,7 Mio. EUR).

Die Umsätze stiegen auf dem **deutschsprachigen Markt** im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 9 % an.

Der zum Ende des Geschäftsjahres 2016 gegründete **Standort in Polen** entwickelte sich erfreulich und konnte durch steigende Umsatzbeiträge ein Wachstum in Höhe von 48 % realisieren.

Im zurückliegenden ersten Halbjahr 2018 stagnierten die Umsätze im **spanischen Markt** im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Dem gegenüber konnten die Umsatzziele in **Großbritannien** nicht erreicht werden.

Ursache hierfür sind einerseits die entstandenen Verwirrungen durch die Einführung der „Coalition for Better Ads“ sowie andererseits die länger als geplant andauernde Umsetzung der neuen Produktstrategie für den britischen Markt.

Für den spanischen und britischen Standort erwarten wir jedoch eine Stabilisierung im zweiten Halbjahr 2018.

Die **Rohertagsmarge** in Höhe von 37 % entspricht dem Niveau des Vorjahres (H1/2017: 37 %).

Das **operative Ergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)** liegt mit -0,4 Mio. EUR um 0,2 Mio. EUR unter dem Niveau des Vorjahres (H1/2017: -0,2 Mio. EUR).

Der **operative Cash-Flow** belief sich in der Berichtsperiode auf -0,5 Mio. EUR (H1/2017: -0,3 Mio. EUR).

### LEISTUNGSSPEKTRUM

YOC entwickelt mit seiner seit 2001 gewachsenen Expertise innovative digitale Werbeformate und stellt diese über seinen Marktplatz sowohl klassisch als auch im automatisierten Echtzeithandel (Programmatic Advertising) zur Verfügung. Mit modernen, eigenentwickelten Technologien und enormer Reichweite operiert das Unternehmen an der Spitze des Advertising-Marktes.

Die proprietären Produkte von YOC schaffen positive Markenwahrnehmung und tragen nachhaltig dazu bei, den Werbemarkt zu verändern. Auf diese Weise erreichen Werbekunden ihre Ziele – gleichzeitig verbessern die eigenentwickelten, unaufdringlichen Formate das Nutzererlebnis.

Durch langjährige Erfahrung, transparente Prozesse und exzellenten Service schafft YOC Vertrauen und überzeugt Kunden und Partner gleichermaßen.

Mehr als 500 namhafte Marken wie **Disney, Netflix, Ford, Mercedes-Benz, Nissan, Coca-Cola, Samsung** oder **Unilever** arbeiten bereits mit der Technologie von YOC.

Zu den rund 400 integrierten ausgewählten internationalen Partnern mit einer direkten globalen Reichweite von mehr als 200 Mio. monatlich aktiven Nutzern (MAU) zählen Premium-Publisher wie **Shazam, The Telegraph, Daily Mirror, Kurier, Kronenzeitung, Der Tagesspiegel, Bunte.de** oder **Eurosport**. Sie vertrauen auf YOC aufgrund technologischer und marktspezifischer Kompetenzen sowie einer gewachsenen, nutzbringenden Zusammenarbeit.

Im Fokus des Unternehmens liegt die Positionierung als technologischer Anbieter seiner proprietären Supply Side-Plattform **VIS.X** sowie von Mobile Advertising-Produkten und -Lösungen in den Kernmärkten Großbritannien, Deutschland, Österreich, Spanien und Polen. Daher entwickelt YOC seine eigene, skalierbare Technologieplattform und liefert neue Produkte über alle nachgefragten Vertriebskanäle aus, insbesondere im stark wachsenden und hochautomatisierten Umfeld Programmatic Advertising.

YOC hat in den vergangenen Jahren als Konsequenz aus den modifizierten technologiebedingten Rahmenparametern eine schärfere Positionierung im Markt für Digital Advertising eingenommen und entscheidende Veränderungen vollzogen.

Die Gesellschaft hat dazu wesentliche Bestandteile der Wertschöpfungskette im Mobile Advertising internalisiert und auch das Thema Online Advertising aufgegriffen.

Dazu gehört die Entwicklung von eigenen, performanten Werbeprodukten, die einerseits eine hohe Werbewirkung für Advertiser entfalten und andererseits die Nutzer des Internets nicht in ihrem Konsum der Medieninhalte stören.

Zudem baute das Unternehmen in den vergangenen Jahren eine umfangreiche IT-Systemlandschaft auf, bestehend aus eigenentwickelter innovativer Software und bekannten Lösungen dritter namhafter Anbieter wie Google, SAP oder Salesforce.

Auf dieser Basis kann YOC alle relevanten Vertriebskanäle skalierbar bedienen.

Die Kombination der modernen und skalierbaren Supply Side-Plattform **VIS.X**, innovativen Advertising-Produkten und einer leistungsstarken technologischen Infrastruktur ist das hervorstechende Wettbewerbsmerkmal von YOC, durch welches sich das Unternehmen wesentlich von anderen Marktteilnehmern differenziert.

### DIE SUPPLY SIDE-PLATTFORM (SSP) VON YOC: VIS.X

Neben seinen etablierten Produktlinien hat YOC zu Beginn des laufenden Geschäftsjahres 2018 eine neue Plattform für den hochautomatisierten Mediahandel entwickelt und in den Markt eingeführt.

Damit verfolgt das Unternehmen das Ziel, die Lösung für eines der vorherrschenden Marktprobleme des Digital Advertising zu liefern: Die Bedienung der Nachfrage für den programmatischen Einkauf von hochwirksamen Werbeformaten.

Im Markt vorhandene Plattformen konzentrieren sich zumeist auf Standardprodukte, sodass die von YOC eigenentwickelten Produktlinien, wie auch aufmerksamkeitsstarke Werbeformate diverser Drittanbieter nicht programmatisch buchbar waren.

Mit **VIS.X** etabliert YOC einen neuen programmatischen Handelsplatz für internationales brandsafe Inventar von Premium-Publishern – und positioniert sich im Markt als Anbieter von hochwertiger Werbetechnologie. Die Plattform bündelt das Werbeinventar der Publisher mit den YOC-eigenen Produkten über private Marktplätze in einer ganzheitlichen Auktion und bietet somit den Käufern alle relevanten Produkte in einer Transaktion an.

Entsprechend der Targeting-Daten der Käufer und der individuellen Kampagnenziele stellt YOC die richtigen Auktionsmechanismen für einen effizienten Mediaeinkauf bereit.

Der Einkaufsprozess für Werbetreibende, Mediaagenturen sowie deren Einkaufsorganisationen (Trading Desks) erfordert keine weiteren technologischen Anpassungen an der bestehenden Infrastruktur. Bereits vorhandene Werbemittel werden durch **VIS.X** in Echtzeit in YOC-eigene, werbewirksame Produkte transformiert und ausgeliefert.

Die von YOC entwickelte Technologie erschließt auf diese Weise das volle Potenzial programmatischer Werbung, sodass **VIS.X** zur idealen Plattform für wirkungsvolles Digital Advertising wird.

Durch die Integration von mehreren hundert Publishern sowie der hohen Leistungsfähigkeit von **VIS.X** wird den Trading Desks für ihren Mediaeinkauf eine hohe Skalierbarkeit in Echtzeit sowie internationales Premiuminventar angeboten.

Das gesamte Inventar eines Publishers wird allen Käufern gleichzeitig offeriert. Dadurch wird eine optimale Monetarisierung für die Publisher-Partner erreicht. Gleichzeitig liefert die Plattform den Werbekunden von YOC-Premiuminventar eine hohe Transparenz und Brand Safety und sorgt somit für bessere Werberesultate.

Die Entwicklung von **VIS.X** verschafft in Konsequenz den angehenden Publishern, Trade Desks oder Advertisern einen nachhaltigen Wettbewerbsvorteil.

Die Gesellschaft profitiert von ihrer Unabhängigkeit gegenüber Drittanbietern und positioniert sich als starker Technologieanbieter mit einem skalierbaren Geschäftsmodell.

Dies hat das Unternehmen angetrieben, eine eigene Supply Side-Plattform (SSP) zu entwickeln.

### PRODUKTLINIEN

Das Unternehmen vermarktet erfolgreich seine Produktlinien **YOC Understitial Ad**, **YOC Inline Video Ad** sowie **YOC Mystery Ad**. Ziel dieser Produkte ist es, die Werbebotschaften von Werbetreibenden nachhaltig und zielgerichtet bei den Endverbrauchern zu lancieren.

Der Einsatz von verschiedenen Anzeigemethoden, interaktiven Elementen sowie unaufdringlicher Funktionsweisen führt zu einer besseren Nutzerakzeptanz. Zusätzlich ermöglichen die YOC-Produkte gegenüber klassischen Standardformaten erweiterte Methoden zur Messung verschiedener Interaktions- und Abrufstatistiken. Dadurch tragen sie einerseits maßgeblich zur Messbarkeit des Werbeerfolges für Werbetreibende bei und heben andererseits das Potenzial für die Optimierung der Werbewirkung bei den Endverbrauchern.

Insbesondere die Produktvarianten mit Video-Komponenten bieten Werbetreibenden die Möglichkeit einer umfangreichen und in hohem Maße steuerbaren audio-visuellen 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 Webseite. Werbetreibende erreichen den Smartphone-User mit einem großflächigen Werbemittel, ohne ihn in seinen Nutzungsgewohnheiten einzuschränken. YOC vereint in diesem Werbemittel seine technische Erfahrung mit seiner Kompetenz in der Ansprache von Nutzern in digitalen Umfeldern. Bereits im vergangenen Geschäftsjahr erfuhr das **YOC Understitial Ad** weitere Verbesserungen.

Vor allem die neu entwickelte Video-Variante erhielt neue Komponenten. Ausgehend von dem Erfolg des **YOC Understitial Ad** führte das Unternehmen sein erstes Desktop-Werbeformat in den Markt ein:

Das **YOC Understitial Desktop Ad** funktioniert äquivalent zum mobilen Produkt unaufdringlich im redaktionellen Inhalt und wird durch Hinwegscrollen über eine Seite sukzessive aufgerufen bis es vollständig sichtbar ist. Verfügbar ist das Online-Werbeformat für HTML5-, Video- oder Bildinhalte. Im Mittelpunkt steht auch hier die Intention, den Nutzer nicht in seinen digitalen Gewohnheiten einzuschränken.

Gleichzeitig verbessert YOC mit dieser Produkterweiterung die Monetarisierung für Publisher, da Werbekampagnen, die auf dem **YOC Understitial Ad** basieren, gleichzeitig mobil und online eingekauft werden können. Darüber hinaus stärkt die Entwicklung des **YOC Understitial Desktop Ad** den ganzheitlichen Kommunikationsansatz der Werbetreibenden.

Das **YOC Inline Video Ad** ist ein innovatives digitales Werbeformat, das es Werbetreibenden ermöglicht, Video-Anzeigen auf klassischen Webseiten ohne eigenen Video-Content zu schalten. Es ist kompatibel mit branchenüblichen Standards (VAST und VPaid) und spielt die Videoanzeige in hoher Qualität aus. Die Besonderheit dieses Produkts ist es, dass es überall einsetzbar ist und keine feste Platzierung innerhalb der Website der Publisher benötigt.

Durch die integrierte Start-Stopp-Automatik läuft das Video nur, wenn der Nutzer es auf seinem Smartphone-Display beziehungsweise Monitor gerade ansieht und unterbricht, sobald es durch Scrollen außerhalb des sichtbaren Bereichs gelangt. Dies verbessert die Sichtbarkeit (Viewability) und in Konsequenz die Werbewirkung des Advertisers deutlich.

Das **YOC Mystery Ad** ist ein mehrfach ausgezeichnetes, vollflächiges mobiles Werbeformat. Die Besonderheit des Produktes liegt in der Möglichkeit, den Nutzer mit beliebigen, kreativen Elementen zur Interaktion mit der Markenbotschaft 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 zu einem entscheidenden Faktor avanciert. Daher baut YOC seine technische Infrastruktur zur Messung und Auswertung der Sichtbarkeit von mobilen Werbeformaten kontinuierlich weiter aus.

Darüber hinaus ist das Unternehmen eine Kooperation mit dem Oracle-Tochterunternehmen MOAT eingegangen, um die überdurchschnittlich hohen Viewability- und Interaktionsraten der YOC Produktlinien von einer unabhängigen Drittpartei mit einer hohen Marktakzeptanz kontinuierlich verifizieren zu lassen.

Die YOC-Produkte orientieren sich an marktüblichen Messstandards (nach IAB und MRC) und bieten Advertiser damit international vergleichbare Erfolgskennzahlen für ihren Werbeerfolg im Digital Advertising. Infolgedessen eröffnet YOC seinen Werbekunden 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 und Online 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 des Unternehmens auch ihr Know-how zur Verfügung, wenn es um die Aussteuerung der Kampagnen auf digitalen 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 mobilen Applikationen zu erhöhen oder potenzielle Interessenten eines Onlineshops 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. Zudem wird die unternehmenseigene Plattform **VIS.X** durch das **YOC HUB** angesteuert. Die erweiterte Unterstützung des programmatischen Geschäftsbereichs durch dediziertes Reporting erleichtert das tägliche operative Geschäft. Durch die umfassende und frei konfigurierbare Software-Oberfläche des **YOC HUB** erhalten die Nutzer einen aktuellen Überblick über den Vermarktungserfolg der YOC-Produkte.

## ENTWICKLUNG DER ERTRAGSLAGE

Seit dem 01. Januar 2018 sind die neuen Rechnungslegungsstandards IFRS 15 „Revenue from Contracts with Customers“ und IFRS 9 „Financial Instruments“ anzuwenden. Die Vorjahreswerte wurden nicht angepasst. Die Anwendung der Standards hat auf die Entwicklung der Ertragslage der YOC-Gruppe keine wesentlichen Auswirkungen.

Für eine detailliertere Darstellung der Neubewertungs- und Reklassifizierungseffekte verweisen wir auf den Abschnitt „Grundlagen der Aufstellung des Abschlusses sowie Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden“ im Anhang des Konzern-Halbjahresabschluss, Seite 16 f.

### UMSATZENTWICKLUNG UND GESAMTLEISTUNG

Im ersten Halbjahr 2018 verzeichnete die YOC-Gruppe einen **Gesamtumsatz** in Höhe von 5,7 Mio. EUR (H1/2017: 6,7 Mio. EUR). Dies entspricht einem Rückgang in Höhe von rund 15 % im Vergleich zum Vorjahreszeitraum.

Die **Gesamtleistung** des Konzerns lag mit 6,2 Mio. EUR um 0,9 Mio. EUR unter dem Vorjahresniveau (H1/2017: 7,1 Mio. EUR).

### ROHERTRAG

Der **Materialaufwand** in der Berichtsperiode betrug 3,6 Mio. EUR (H1/2017: 4,2 Mio. EUR). Die **Rohermargen** in Höhe von 37 % entspricht dem Niveau des Vorjahres (H1/2017: 37 %).

Die erfolgreiche Transformation der YOC-Gruppe hin zu einem technologiebasierten Anbieter für High-Impact Programmatic Advertising wird rohertragsseitig die Ertragslage des Konzerns im zweiten Halbjahr verbessern.

Die kontinuierliche Erhöhung der Rohermarge stellt einen wichtigen Baustein zur weiteren nachhaltig positiven Unternehmensentwicklung dar und ist parallel dazu Ausdruck der veränderten Marktpositionierung der Gesellschaft.

### PERSONALAUFWAND UND -ENTWICKLUNG

Gegenüber dem Vorjahr stieg der **durchschnittliche Personalbestand** (ohne Vorstand) der YOC-Gruppe auf 55 Mitarbeiter (H1/2017: 50 Mitarbeiter) an.

Zum 30. Juni 2018 beschäftigte die YOC-Gruppe 56 festangestellte Mitarbeiter. Im Vergleich zum Vorjahr bedeutete dies einen Anstieg in Höhe von 4 % (H1/2017: 54 festangestellte Mitarbeiter).

Der **Personalaufwand** in Höhe von 2,1 Mio. EUR entspricht nahezu dem Aufwandsniveau des Vorjahreszeitraums (H1/2017: 2,2 Mio. EUR). Aufgrund des Umsatzrückgangs sank der Umsatz je Mitarbeiter um 23 % auf 104 TEUR im Vergleich zum Vorjahreszeitraum (H1/2017: 135 TEUR).

### SONSTIGE BETRIEBLICHE AUFWENDUNGEN

In den ersten sechs Monaten des laufenden Geschäftsjahres 2018 lagen die **sonstigen betrieblichen Aufwendungen** in Höhe von 0,9 Mio. EUR konstant auf dem Niveau des Vorjahres (H1/2017: 0,9 Mio. EUR). Insgesamt zeigten die in den vergangenen Jahren umgesetzten Maßnahmen zur Einsparung von Kosten in diversen Bereichen weiterhin ihre Wirkung. In Konsequenz dessen blieb die Relation der sonstigen betrieblichen Aufwendungen zur Gesamtleistung nahezu konstant bei rund 15 %.

### EBITDA

Das **operative Ergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)** liegt mit -0,4 Mio. EUR um 0,2 Mio. EUR unter dem Niveau des Vorjahres (H1/2017: -0,2 Mio. EUR).

### ERGEBNIS NACH STEUERN

Die YOC-Gruppe verzeichnete **planmäßige Abschreibungen** in Höhe von 0,2 Mio. EUR (H1/2017: 0,2 Mio. EUR), ein negatives **Finanzergebnis** in Höhe von 0,1 Mio. EUR (H1/2017: 0,1 Mio. EUR) sowie **Steuern vom Einkommen und Ertrag** in Höhe von 0,03 Mio. EUR (H1/2017: 0,06 Mio. EUR).

Somit beträgt das **Ergebnis nach Steuern** (inklusive Corporate Functions) -0,7 Mio. EUR (H1/2017: -0,5 Mio. EUR) im Berichtszeitraum.

## ENTWICKLUNG DER FINANZ- UND VERMÖGENSLAGE

Zum 30. Juni 2018 beliefen sich die **liquiden Mittel** der YOC-Gruppe auf 0,2 Mio. EUR.

Der **operative Cash-Flow** betrug -0,5 Mio. EUR im Berichtszeitraum (H1/2017: -0,3 Mio. EUR).

Der **Cash-Flow aus Investitionstätigkeiten** beläuft sich in den ersten sechs Monaten des laufenden Geschäftsjahres 2018 auf -0,3 Mio. EUR (H1/2017: -0,1 Mio. EUR).

Insgesamt wurden interne Entwicklungskosten in Höhe von 0,1 Mio. EUR 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 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 hierliegenden 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 weiterhin beständigen Wachstum aus.

Der Umbau der Gesellschaft hin zu einem technologiebasierten Anbieter für High-Impact Programmatic Advertising 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.

Vor diesem Hintergrund ergab sich für YOC im letzten Jahr entsprechender Handlungsbedarf:

Mit der Entwicklung der neuen proprietären Supply Side-Plattform **VIS.X** im Jahr 2017 bietet YOC nicht nur hochwirksame Werbeformate an, die den Vorgaben der Coalition For Better Ads (Globale Initiative zur Erhöhung der Akzeptanz von digitalen Werbemitteln) entsprechen, sondern kann diese nun auch plattformbasiert über programmatische Vertriebswege handeln. Durch die Anbindung der Premium-Publisher und deren hochqualitatives Inventar deckt YOC zudem die starke Forderung nach Brand Safety, also nach sicheren Werbeumfeldern, ab und wird dadurch zukünftig am weiteren Ausbau des programmatischen Handels in Europa partizipieren.

Nach einem Umsatzwachstum in Höhe von jeweils über 20 % in den beiden vergangenen Geschäftsjahren 2016 und 2017 liegt das Augenmerk des Vorstands insbesondere auf der Verstetigung des dynamischen Wachstums des programmatischen Plattformschäfts und damit der Umsetzung der definierten Unternehmensstrategie.

Hierzu ist es notwendig, dass alle YOC-Standorte die neue Marktpositionierung adaptieren und alle hinreichenden Aufgaben umsetzen. Parallel dazu soll die Internationalisierung der Gesellschaft weiter vorangetrieben werden. Mit der Markteinführung der eigenen Technologieplattform **VIS.X** wird die Gesellschaft durch den programmatischen Handel von hocheffektiven Werbeprodukten einen nachhaltigen Wettbewerbsvorteil sowie Unabhängigkeit von Drittanbietern erlangen.

Darüber hinaus werden neben dem Bestandsgeschäft sukzessive weitere Umsätze im programmatischen Echtzeithandel generiert werden.

Der Vorstand der Gesellschaft hat nach abgeschlossener Auswertung der vorläufigen Zahlen für das erste Halbjahr 2018 die Umsatzprognose für das Gesamtjahr 2018 auf 13,0-14,0 Mio. EUR angepasst. Zuvor war eine Steigerung des Jahresumsatzes im unteren zweistelligen Prozentbereich prognostiziert worden. Damit wird auch das Ziel, die Ertragslage für 2018 weiter zu verbessern, nicht erreicht werden. Vielmehr erwartet der Vorstand, dass das EBITDA des Gesamtjahres 2018 bei ungefähr -0,4 Mio. EUR liegen wird.

Wesentliche Gründe für die Anpassung der Umsatzprognose liegen in der gegenüber der ursprünglichen Prognose langsameren Markteinführung der neuen Handelsplattform **VIS.X**, der Umsatzbeeinträchtigung durch das Inkrafttreten der EU-weiten Richtlinie Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) sowie durch die Einführung der "Coalition for better Ads", die im digitalen Werbemarkt für verstärkte Zurückhaltung sorgte.

# KONZERNZWISCHENABSCHLUSS

## KONZERNGESAMTERFOLGSRECHNUNG (UNGEPRÜFT)

Alle Angaben in EUR

|   | Q2/2018          | Q2/2017          |
|---|------------------|------------------|
| Umsatzerlöse                                  | 3.013.698        | 3.642.109        |
| Aktiviertete Eigenleistungen                  | 81.806           | 53.240           |
| Sonstige betriebliche Erträge                 | 81.395           | 68.234           |
| <b>Gesamtleistung</b>                         | <b>3.176.899</b> | <b>3.763.583</b> |
| Materialaufwand                               | 1.905.880        | 2.207.585        |
| Personalaufwand                               | 1.073.604        | 1.213.339        |
| Sonstige betriebliche Aufwendungen            | 495.388          | 455.407          |
| <b>Operatives Ergebnis vor Abschreibungen</b> | <b>-297.973</b>  | <b>-112.748</b>  |
| Abschreibungen                                | 79.018           | 71.066           |
| <b>Operatives Ergebnis</b>                    | <b>-376.991</b>  | <b>-183.814</b>  |
| Finanzaufwendungen                            | 23.355           | 23.282           |
| Finanzergebnis                                | -23.355          | -23.282          |
| <b>Ergebnis vor Steuern</b>                   | <b>-400.346</b>  | <b>-207.096</b>  |
| Steuern vom Einkommen und vom Ertrag          | -11.003          | 49.713           |
| <b>Ergebnis nach Steuern</b>                  | <b>-389.343</b>  | <b>-256.809</b>  |
| <b>Periodenergebnis</b>                       | <b>-389.343</b>  | <b>-256.809</b>  |

### ERGEBNIS JE AKTIE

|                                |       |       |
|--------------------------------|-------|-------|
| Ergebnis je Aktie unverwässert | -0,12 | -0,08 |
| Ergebnis je Aktie verwässert   | -0,12 | -0,08 |

### KONZERN-GESAMTERGEBNISRECHNUNG

|  |                 |                 |
|--|-----------------|-----------------|
| Ergebnis nach Steuern  | -389.343        | -256.809        |
| Effekte, die künftig in die Gewinn- und Verlustrechnung reklassifiziert werden können: |                 |                 |
| Unrealisierte Ergebnisse aus der Währungsumrechnung                                    | 9.264           | 17.302          |
| Sonstiges Ergebnis   | 9.264           | 17.302          |
| <b>Gesamtergebnis</b>  | <b>-380.079</b> | <b>-239.507</b> |

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

Seit dem 01. Januar 2018 kommen die neuen Rechnungslegungsstandards IFRS 15 „Revenue from Contracts with Customers“ und IFRS 9 „Financial Instruments“ zur Anwendung. Die Vorjahreswerte wurden nicht angepasst. Für nähere Informationen verweisen wir auf den Abschnitt „Grundlagen der Aufstellung des Abschlusses sowie Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden“, Seite 16 f.

# KONZERNZWISCHENABSCHLUSS

## KONZERNGESAMTERFOLGSRECHNUNG (UNGEPRÜFT)

Alle Angaben in EUR

|   | HI/2018          | HI/2017          |
|---|------------------|------------------|
| Umsatzerlöse                                  | 5.732.245        | 6.736.219        |
| Aktiviertete Eigenleistungen                  | 166.947          | 97.624           |
| Sonstige betriebliche Erträge                 | 290.030          | 221.228          |
| <b>Gesamtleistung</b>                         | <b>6.189.222</b> | <b>7.055.070</b> |
| Materialaufwand                               | 3.592.092        | 4.213.809        |
| Personalaufwand                               | 2.117.121        | 2.175.141        |
| Sonstige betriebliche Aufwendungen            | 919.753          | 896.573          |
| <b>Operatives Ergebnis vor Abschreibungen</b> | <b>-439.744</b>  | <b>-230.452</b>  |
| Abschreibungen                                | 153.861          | 141.289          |
| <b>Operatives Ergebnis</b>                    | <b>-593.605</b>  | <b>-371.742</b>  |
| Finanzaufwendungen                            | 47.215           | 40.095           |
| Finanzergebnis                                | -47.215          | -40.095          |
| <b>Ergebnis vor Steuern</b>                   | <b>-640.820</b>  | <b>-411.837</b>  |
| Steuern vom Einkommen und vom Ertrag          | 26.741           | 56.299           |
| <b>Ergebnis nach Steuern</b>                  | <b>-667.561</b>  | <b>-468.136</b>  |
| <b>Periodenergebnis</b>                       | <b>-667.561</b>  | <b>-468.136</b>  |

### ERGEBNIS JE AKTIE

|                                |       |       |
|--------------------------------|-------|-------|
| Ergebnis je Aktie unverwässert | -0,20 | -0,14 |
| Ergebnis je Aktie verwässert   | -0,20 | -0,14 |

### KONZERN-GESAMTERGEBNISRECHNUNG

|  |                 |                 |
|--|-----------------|-----------------|
| Ergebnis nach Steuern  | -667.561        | -468.136        |
| Effekte, die künftig in die Gewinn- und Verlustrechnung reklassifiziert werden können: |                 |                 |
| Unrealisierte Ergebnisse aus der Währungsumrechnung                                    | 14.881          | 34.397          |
| <b>Sonstiges Ergebnis</b>  | <b>14.881</b>   | <b>34.397</b>   |
| <b>Gesamtergebnis</b>  | <b>-652.680</b> | <b>-433.739</b> |

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

Seit dem 01. Januar 2018 kommen die neuen Rechnungslegungsstandards IFRS 15 „Revenue from Contracts with Customers“ und IFRS 9 „Financial Instruments“ zur Anwendung. Die Vorjahreswerte wurden nicht angepasst. Für nähere Informationen verweisen wir auf den Abschnitt „Grundlagen der Aufstellung des Abschlusses sowie Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden“, Seite 16 f.

# KONZERNZWISCHENABSCHLUSS

## KONZERNBILANZ (UNGEPRÜFT)

Alle Angaben in EUR

|  | 30.06.2018        | 31.12.2017        |
|--|-------------------|-------------------|
| <b>AKTIVA</b>                                    |                   |                   |
| <b>Langfristige Vermögenswerte</b>               | <b>695.355</b>    | <b>580.596</b>    |
| Sachanlagen                                      | 86.294            | 84.824            |
| Immaterielle Vermögenswerte                      | 607.749           | 494.467           |
| Latente Steuern                                  | 1.312             | 1.305             |
| <b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>               | <b>2.596.326</b>  | <b>4.134.506</b>  |
| Forderungen aus Lieferungen und Leistungen       | 2.250.063         | 3.052.041         |
| Sonstige Vermögenswerte                          | 148.915           | 98.222            |
| Steuerforderungen                                | 14.340            | 0                 |
| Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten  | 183.008           | 984.244           |
| <b>Summe Vermögenswerte</b>                      | <b>3.291.681</b>  | <b>4.715.102</b>  |
| <b>PASSIVA</b>                                   |                   |                   |
| <b>Eigenkapital</b>                              | <b>-4.744.937</b> | <b>-4.091.515</b> |
| Gezeichnetes Kapital                             | 3.292.978         | 3.292.978         |
| Kapitalrücklage                                  | 20.641.091        | 20.641.091        |
| Gewinnrücklagen                                  | -28.573.263       | -27.904.959       |
| Unterschiedsbetrag aus Währungsumrechnungen      | -55.425           | -70.306           |
| Eigene Aktien                                    | -50.319           | -50.319           |
| <b>Langfristige Schulden</b>                     | <b>1.153.026</b>  | <b>1.246.188</b>  |
| Rückstellungen                                   | 144.088           | 466.188           |
| Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten           | 1.008.938         | 780.000           |
| <b>Kurzfristige Schulden</b>                     | <b>6.883.593</b>  | <b>7.560.429</b>  |
| Erhaltene Anzahlungen                            | 24.665            | 50.403            |
| Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen | 3.174.822         | 2.625.519         |
| Sonstige Verbindlichkeiten                       | 413.585           | 647.062           |
| Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten           | 2.075.141         | 4.091.684         |
| Steuerschulden                                   | 42.411            | 42.411            |
| Rückstellungen                                   | 1.152.969         | 103.350           |
| <b>Summe Eigenkapital und Schulden</b>           | <b>3.291.681</b>  | <b>4.715.102</b>  |

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

Seit dem 01. Januar 2018 kommen die neuen Rechnungslegungsstandards IFRS 15 „Revenue from Contracts with Customers“ und IFRS 9 „Financial Instruments“ zur Anwendung. Die Vorjahreswerte wurden nicht angepasst. Für nähere Informationen verweisen wir auf den Abschnitt „Grundlagen der Aufstellung des Abschlusses sowie Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden“, Seite 16 f.

# KONZERNZWISCHENABSCHLUSS

## KONZERNKAPITALFLUSSRECHNUNG (UNGEPRÜFT)

Alle Angaben in EUR

|  |
|--|
| <b>Ergebnis nach Steuern</b>                                       |
| Abschreibungen   |
| Erfolgswirksam erfasste Steuern                                    |
| Erfolgswirksam erfasste Zinsen                                     |
| Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge               |
| <b>Cash-Earnings</b>   |
| Verlust aus Anlagenabgängen  |
| Veränderungen Forderungen, Anzahlungen und sonstige Vermögenswerte |
| Veränderungen Verbindlichkeiten, Anzahlungen und sonstige Schulden |
| Veränderungen Rückstellungen                                       |
| Gezahlte Zinsen  |
| Gezahlte Steuern   |
| <b>Operativer Cash-Flow</b>  |
| Investitionen in Sachanlagen                                       |
| Investitionen in immaterielle Vermögenswerte                       |
| Auszahlungen für Entwicklungskosten                                |
| Veräußerung von Sachanlagen  |
| <b>Cash-Flow aus Investitionstätigkeit</b>                         |
| Darlehensaufnahme  |
| <b>Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit</b>                        |
| <b>Nettozunahme/-abnahme</b>                                       |
| Finanzmittelfonds zu Beginn der Berichtsperiode                    |
| Finanzmittelfonds zum Ende der Berichtsperiode                     |

| HI/2018         | HI/2017         |
|-----------------|-----------------|
| -667.561        | -468.136        |
| 153.861         | 141.289         |
| 26.741          | 56.299          |
| 47.215          | 40.095          |
| 33.055          | 33.629          |
| <b>-406.689</b> | <b>-196.824</b> |
| 0               | 176             |
| 736.944         | 91.279          |
| -1.466.222      | -1.399.064      |
| 727.519         | 1.263.513       |
| -63.728         | -44.329         |
| -41.524         | -33.000         |
| <b>-513.700</b> | <b>-318.249</b> |
| -28.288         | -15.834         |
| -91.560         | -1.856          |
| -166.947        | -102.770        |
| 0               | 2.640           |
| <b>-286.795</b> | <b>-117.820</b> |
| 0               | 500.000         |
| <b>0</b>        | <b>500.000</b>  |
| <b>-800.495</b> | <b>63.931</b>   |
| <b>984.244</b>  | <b>659.549</b>  |
| <b>183.008</b>  | <b>723.480</b>  |

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

Seit dem 01. Januar 2018 kommen die neuen Rechnungslegungsstandards IFRS 15 „Revenue from Contracts with Customers“ und IFRS 9 „Financial Instruments“ zur Anwendung. Die Vorjahreswerte wurden nicht angepasst. Für nähere Informationen verweisen wir auf den Abschnitt „Grundlagen der Aufstellung des Abschlusses sowie Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden“, Seite 16 f.

# KONZERNZWISCHENABSCHLUSS

## ENTWICKLUNG DES KONZERNEIGENKAPITALS (UNGEPRÜFT)

Alle Angaben in EUR

|  | GEZEICHNETES<br>KAPITAL | KAPITAL-<br>RÜCKLAGE | GEWINN-<br>RÜCKLAGEN | UNTERSCHIEDS-<br>BETRAG AUS<br>WÄHRUNGS-<br>UMRECHNUNGEN | EIGENE<br>AKTIEN | GESAMT            |
|--|-------------------------|----------------------|----------------------|--|------------------|-------------------|
| <b>per 01.01.2017</b>                          | 3.292.978               | 20.649.438           | -27.382.819          | -115.849   | -50.319          | -3.606.571        |
| Ergebnis nach Steuern                          |                         |                      | -468.135             |  |                  | -468.135          |
| Unterschiedsbetrag aus<br>Währungsumrechnungen |                         |                      |                      | 34.397   |                  | 34.397            |
| <b>Gesamtergebnis</b>                          | <b>0</b>                | <b>0</b>             | <b>-468.135</b>      | <b>34.397</b>  | <b>0</b>         | <b>-433.738</b>   |
| <b>per 30.06.2017</b>                          | <b>3.292.978</b>        | <b>20.649.438</b>    | <b>-27.850.954</b>   | <b>-81.452</b>   | <b>-50.319</b>   | <b>-4.040.309</b> |

|  |                  |                   |                    |                |                |                   |
|--|------------------|-------------------|--------------------|----------------|----------------|-------------------|
| <b>per 01.01.2018</b>                          | <b>3.292.978</b> | <b>20.641.091</b> | <b>-27.904.959</b> | <b>-70.306</b> | <b>-50.319</b> | <b>-4.091.514</b> |
| Ergebnis nach Steuern                          |                  |                   | -668.304           |                |                | -668.304          |
| Unterschiedsbetrag aus<br>Währungsumrechnungen |                  |                   |                    | 14.881         |                | 14.881            |
| <b>Gesamtergebnis</b>                          | <b>0</b>         | <b>0</b>          | <b>-668.304</b>    | <b>14.881</b>  | <b>0</b>       | <b>-655.225</b>   |
| <b>per 30.06.2018</b>                          | <b>3.292.978</b> | <b>20.641.091</b> | <b>-28.573.263</b> | <b>-55.425</b> | <b>-50.319</b> | <b>-4.744.937</b> |

» Es bestehen keine Anteile nicht beherrschender Gesellschafter

Bei der Verwendung von gerundeten Beträgen und Kennzahlen können aufgrund kaufmännischer Rundungen Differenzen auftreten.  
Seit dem 01. Januar 2018 kommen die neuen Rechnungslegungsstandards IFRS 15 „Revenue from Contracts with Customers“ und IFRS 9 „Financial Instruments“ zur Anwendung. Die Vorjahreswerte wurden nicht angepasst. Für nähere Informationen verweisen wir auf den Abschnitt „Grundlagen der Aufstellung des Abschlusses sowie Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden“, Seite 16 f.

# ANHANG ZUM KONZERN- ZWISCHEN- ABSCHLUSS

## 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 DE0005932735 im Prime Standard der Frankfurter Wertpapierbörse gelistet.

## GRUNDLAGEN DER AUFSTELLUNG DES ABSCHLUSSES SOWIE BILANZIERUNGS- UND BEWERTUNGSMETHODEN

### Grundlagen der Aufstellung des Abschlusses

Der Finanzbericht der YOC AG zum 30. Juni 2018 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 Geschäftsjahr präsentiert werden.

Es empfiehlt sich daher, den Zwischenbericht zusammen mit dem Konzernabschluss 2017 zu lesen.

### Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

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.

Aus der Umstellung auf IFRS 9 ergeben sich zum 30. Juni 2018 nur geringe Anpassungseffekte vor Berücksichtigung latenter Steuern. Für die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen erfolgte die Bildung einer Pauschalwertberichtigung von 1 TEUR.

Wertminderungen für weitere Finanzinstrumente wurden nicht gebildet.

**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“).

Der neue Standard sieht ein fünfstufiges Verfahren vor, wonach die Höhe der Umsätze und der Zeitpunkt bzw. der Zeitraum der Realisierung zu ermitteln ist.

Das Modell stellt sich wie folgt dar: Identifikation des Kundenvertrags, Identifikation der separaten Leistungsverpflichtungen, Bestimmung des Transaktionspreises, Allokation des Transaktionspreises auf die separaten Leistungsverpflichtungen sowie Realisierung der Umsätze bei Erfüllung einzelner Leistungsverpflichtungen. Der Standard beinhaltet weiterhin eine überarbeitete Konzeption zur Festlegung von Principle-Agent-Beziehungen und einem daraus resultierenden Brutto-beziehungsweise Nettoausweis der Umsatzerlöse.

Ferner erfordert der neue Standard zukünftig qualitative und quantitative Anhangsangaben, die deutlich über die aktuellen Bestimmungen hinausgehen.

Der Konzern wendet IFRS 15 seit dem 01. Januar 2018 an und nutzt die Möglichkeit zur modifizierten Anwendung. Damit verzichtet YOC auf die Anpassung der Vergleichsperiode.

Der Konzern hat auf Basis einzelvertraglicher Regelungen sowie seines grundsätzlichen Geschäftsmodells die Anwendbarkeit der überarbeiteten Grundsätze zur Umsatzrealisierung überprüft und ist zu der Einschätzung gelangt, dass bezogen auf die relevanten Vertragsverhältnisse des Geschäftsjahres 2018, eine geringfügige Veränderung der bisherigen Umsatzrealisierung erfolgt.

**PASSIVA**

|  |
|--|
| <b>Eigenkapital</b>                    |
| Gewinnrücklagen                        |
| <b>Kurzfristige Schulden</b>           |
| Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten |

Die Konzernenerfolgsrechnung zum 30.06.2018 verändert sich durch die Anwendung von IFRS 15 nur geringfügig.

Durch die Neubewertung der Umsatzerlöse erhöhen sich die Umsatzerlöse um 3 TEUR. Alle weiteren Positionen bleiben unverändert.

**PASSIVA**

|  |
|--|
| <b>Eigenkapital</b>                    |
| Gewinnrücklagen                        |
| <b>Kurzfristige Schulden</b>           |
| Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten |

**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).

Die Veränderung resultiert aus der Trennung von der Erbringung von Kreativeleistungen und der Kampagnenauslieferung.

In wenigen Fällen ist die Kreativeleistung vor Kampagnenstart bereits vollumfänglich erbracht. Bisher erfolgte die Aufteilung des Umsatzes gleichmäßig über den Kampagnenzeitraum.

Mit der Anwendung des IFRS 15 erfolgt der Ausweis separat von anderen Leistungen und bereits umgehend nach Erfüllung.

Die vorgenommenen Anpassungen durch Anwendung des IFRS 15 stellen sich zum 01. Januar 2018 wie folgt dar (Die Übersicht zeigt ausschließlich die von den Änderungen aus der Erstanwendung von IFRS 15 betroffenen Bilanzposten):

| <b>BUCHWERT NACH<br/>IAS 18 / IAS 11<br/>31.12.2017</b> | <b>REKLASSIFIZIERUNGEN</b> | <b>BUCHWERT NACH<br/>IFRS 15<br/>01.01.2018</b> |
|---|----------------------------|---|
| -27.904.959   | -743                       | -27.905.702                                     |
| -27.904.959   | -743                       | -27.905.702                                     |
| 4.091.684   | 743                        | 4.092.427                                       |
| 4.091.684   | 743                        | 4.092.427                                       |

In der nachfolgenden Übersicht sind relevante Abschlussposten zum 30. Juni 2018 nach IFRS 15 sowie nach bisheriger Bilanzierung gemäß IAS 18/ IAS 11 und die dazugehörigen Interpretationen enthalten:

| <b>IFRS 15<br/>30.06.2018</b> | <b>IAS 18/IAS 11<br/>30.06.2018</b> | <b>VERÄNDERUNG</b> |
|-------------------------------|-------------------------------------|--------------------|
| -28.573.263                   | -28.575.064                         | 1.801              |
| -28.573.263                   | -28.575.064                         | 1.801              |
| 2.675.141                     | 2.676.942                           | -1.801             |
| 2.675.141                     | 2.676.942                           | -1.801             |

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.

Von der Möglichkeit einer vorzeitigen Anwendung wird der Konzern keinen Gebrauch machen.

Aus der erstmaligen Anwendung werden bilanzverlängernde Effekte sowie eine Verbesserung des ausgewiesenen EBITDAs, nicht aber eine Veränderung des Jahresergebnisses erwartet.

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.

Die nachfolgende Tabelle zeigt neue und geänderte Standards, die im Geschäftsjahr 2018 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   | 01.01.18                        | ja                      | ja                      | keine wesentlichen Auswirkungen                 |
| IFRS 15 - Umsatzerlöse aus Verträgen mit Kunden  | 01.01.18                        | ja                      | ja                      | keine wesentlichen Auswirkungen                 |
| IFRS 16 - Leasingverhältnisse  | 01.01.19                        | nein                    | ja                      | in Prüfung                                      |
| Anderung 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   |

## ANGABEN ZU WESENTLICHEN ENTWICKLUNGEN DER BILANZ UND DER KONZERNGESAMT-ERFOLGSRECHNUNG

### SONSTIGE ANGABEN ZU FINANZINSTRUMENTEN

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.

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:

**30.06.2018**  
(IN TEUR)

| Finanzielle Vermögenswerte                       |
|--|
| Zahlungsmittel                                   |
| Forderungen aus Lieferungen und Leistungen       |
| Sonstige Vermögenswerte                          |
| Finanzielle Verbindlichkeiten                    |
| Festverzinsliche Darlehen                        |
| Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen |
| Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten           |

| BUCHWERT | BEIZULEGENDER ZEITWERT | BEWERTUNGSKATEGORIE GEM. IAS 39 <sup>b)</sup> | FAIR VALUE HIERARCHIE |
|----------|------------------------|---|-----------------------|
| 183      | 183                    | LaR   | n/a                   |
| 2.250    | 2.250                  | LaR   | n/a                   |
| 149      | 149                    | LaR   | n/a                   |
| 1.300    | 1.300                  | FLAC  | n/a                   |
| 3.175    | 3.175                  | FLAC  | n/a                   |
| 1.786    | 1.786                  | FLAC  | n/a                   |

**31.12.2017**  
(IN TEUR)

| Finanzielle Vermögenswerte                       |
|--|
| Zahlungsmittel                                   |
| Forderungen aus Lieferungen und Leistungen       |
| Sonstige Vermögenswerte                          |
| Finanzielle Verbindlichkeiten                    |
| Festverzinsliche Darlehen                        |
| Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen |
| Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten           |

| BUCHWERT | BEIZULEGENDER ZEITWERT | BEWERTUNGSKATEGORIE GEM. IAS 39 <sup>b)</sup> | FAIR VALUE HIERARCHIE |
|----------|------------------------|---|-----------------------|
| 984      | 984                    | LaR   | n/a                   |
| 3.052    | 3.052                  | LaR   | n/a                   |
| 98       | 98                     | LaR   | n/a                   |
| 1.300    | 1.300                  | FLAC  | n/a                   |
| 2.626    | 2.626                  | FLAC  | n/a                   |
| 3.572    | 3.572                  | 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);

### UMSATZERLÖSE UND GESAMTLEISTUNG

Im ersten Halbjahr 2018 verzeichnete die YOC-Gruppe einen **Gesamtumsatz** in Höhe von 5,7 Mio. EUR (H1/2017: 6,7 Mio. EUR). Dies entspricht einem Rückgang in Höhe von rund 15 % im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Die **Gesamtleistung** des Konzerns lag mit 6,2 Mio. EUR um 0,9 Mio. EUR unter dem Vorjahresniveau (H1/2017: 7,1 Mio. EUR).

### ROHERTRAG

Der **Materialaufwand** in der Berichtsperiode betrug 3,6 Mio. EUR (H1/2017: 4,2 Mio. EUR). Die **Rohermargen** in Höhe von 37 % entspricht dem Niveau des Vorjahres (H1/2017: 37 %).

### OPERATIVES ERGEBNIS VOR ABSCHREIBUNGEN UND STEUERN (EBITDA)

Das **operative Ergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)** liegt mit -0,4 Mio. EUR um 0,2 Mio. EUR unter dem Niveau des Vorjahres (H1/2017: -0,2 Mio. EUR).

## 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 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)

01.01.2018 - 30.06.2018

|                             |  |
|-----------------------------|--|
| Umsatz                      |  |
| Innenumsatz                 |  |
| <b>Gesamtumsatz</b>         |  |
| Aktivierete Eigenleistungen |  |
| Sonstiger betr. Ertrag      |  |
| <b>Gesamtleistung</b>       |  |
| Materialaufwand             |  |
| Personalaufwand             |  |
| Sonstiger betr. Aufwand     |  |
| <b>EBITDA</b>               |  |

| MITTEL- UND OSTEUROPA | RESTLICHES EUROPA | CORPORATE FUNCTIONS | KONSOLIDIERUNG | YOC-GRUPPE   |
|-----------------------|-------------------|---------------------|----------------|--------------|
| 3.732                 | 875               | 1.125               | 0              | 5.732        |
| 981                   | 116               | 442                 | -1.539         | 0            |
| <b>4.714</b>          | <b>990</b>        | <b>1.567</b>        | <b>-1.539</b>  | <b>5.732</b> |
| 0                     | 0                 | 167                 | 0              | 167          |
| 95                    | 50                | 706                 | -561           | 290          |
| <b>4.809</b>          | <b>1.041</b>      | <b>2.440</b>        | <b>-2.100</b>  | <b>6.189</b> |
| 2.866                 | 687               | 1.577               | -1.538         | 3.592        |
| 776                   | 511               | 830                 | 0              | 2.117        |
| 728                   | 254               | 499                 | -561           | 920          |
| <b>437</b>            | <b>-411</b>       | <b>-466</b>         | <b>-0</b>      | <b>-440</b>  |

01.01.2017 - 30.06.2017

|                             |  |
|-----------------------------|--|
| Umsatz                      |  |
| Innenumsatz                 |  |
| <b>Gesamtumsatz</b>         |  |
| Aktivierete Eigenleistungen |  |
| Sonstiger betr. Ertrag      |  |
| <b>Gesamtleistung</b>       |  |
| Materialaufwand             |  |
| Personalaufwand             |  |
| Sonstiger betr. Aufwand     |  |
| <b>EBITDA</b>               |  |

| MITTEL- UND OSTEUROPA | RESTLICHES EUROPA | CORPORATE FUNCTIONS | KONSOLIDIERUNG | YOC-GRUPPE   |
|-----------------------|-------------------|---------------------|----------------|--------------|
| 3.624                 | 2.085             | 1.027               | 0              | 6.736        |
| 674                   | 373               | 540                 | -1.588         | 0            |
| <b>4.298</b>          | <b>2.459</b>      | <b>1.568</b>        | <b>-1.588</b>  | <b>6.736</b> |
| 0                     | 0                 | 98                  | 0              | 98           |
| 150                   | 66                | 399                 | -394           | 221          |
| <b>4.448</b>          | <b>2.525</b>      | <b>2.064</b>        | <b>-1.982</b>  | <b>7.055</b> |
| 2.668                 | 1.561             | 1.569               | -1.584         | 4.214        |
| 668                   | 530               | 977                 | 0              | 2.175        |
| 498                   | 386               | 410                 | -397           | 897          |
| <b>614</b>            | <b>49</b>         | <b>-893</b>         | <b>-1</b>      | <b>-230</b>  |

Im Segment Mittel- und Osteuropa konnte der Gesamtumsatz inkl. Innenumsätzen um 10 % auf 4.714 TEUR (Vorjahr: 4.298 TEUR) gesteigert werden. Das operative Ergebnis in diesem Segment sank um 177 TEUR auf 437 TEUR (Vorjahr: 614 TEUR). Der Grund hierfür war eine innerbetriebliche Lizenzierung.

Im zurückliegenden ersten Halbjahr 2018 stagnierten die Umsätze im spanischen Markt im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Dem gegenüber konnten die Umsatzziele in Großbritannien nicht erreicht werden.

Ursache hierfür ist die länger als geplant andauernd Umsetzung der neuen Produktstrategie für den britischen Markt.

Für den spanischen und britischen Standort erwarten wir eine Stabilisierung im zweiten Halbjahr 2018.

Die Umsatzerlöse des Segments Restliches Europa sanken um 60 % auf 990 TEUR (Vorjahr: 2.459 TEUR). Infolgedessen verschlechterte sich das EBITDA um 460 TEUR auf -411 TEUR (Vorjahr: 49 TEUR).

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

| <b>ÜBERLEITUNGSRECHNUNG</b>        |  | 6M/2018     | 6M/2017     |
|------------------------------------|--|-------------|-------------|
| (in TEUR)                          |  |             |             |
| <b>EBITDA</b>                      |  | -440        | -230        |
| Abschreibungen und Wertminderungen |  | -154        | -141        |
| Finanzergebnis                     |  | -47         | -40         |
| <b>Ergebnis vor Steuern</b>        |  | <b>-641</b> | <b>-412</b> |
| Steuern                            |  | -27         | -56         |
| <b>Ergebnis nach Steuern</b>       |  | <b>-668</b> | <b>-468</b> |

Zum 30. Juni 2018 betragen die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen in der Region **Mittel- und Osteuropa** 1.384 TEUR (Vorjahr: 1.287 TEUR), 490 TEUR (Vorjahr: 1.008 TEUR) in der Region **Restliches Europa** sowie 376 TEUR (Vorjahr: 259 TEUR) im Bereich **Corporate Functions**.

Daneben beliefen sich die Verbindlichkeiten in der Region **Mittel- und Osteuropa** auf 1.922 TEUR (Vorjahr: 1.010 TEUR), in der Region **Restliches Europa** auf 741 TEUR (Vorjahr: 1.035 TEUR) sowie im Bereich **Corporate Functions** auf 512 TEUR (Vorjahr: 290 TEUR).

## CASH-FLOW RECHNUNG

Zum 30. Juni 2018 beliefen sich die **liquiden Mittel** der YOC-Gruppe auf 183 TEUR.

Der **operative Cash-Flow** betrug -514 TEUR im Berichtszeitraum (H1/2017: -318 TEUR).

Der **Cash-Flow aus Investitionstätigkeiten** beläuft sich in den ersten sechs Monaten des laufenden Geschäftsjahres 2018 auf -287 TEUR (H1/2017: -118 TEUR).

Insgesamt wurden interne Entwicklungskosten in Höhe von 71 TEUR im Zusammenhang mit der Weiterentwicklung technologischer Plattformen und neuer Produkte investiert.

## HAFTUNGSVERHÄLTNISSE, EVENTUALVERBINDLICHKEITEN UND ÄHNLICHES

Unverändert zum Konzernabschluss zum Geschäftsjahr 2017 liegen keine Haftungsverhältnisse, Eventualverbindlichkeiten oder Ähnliches vor.

## ANGABEN ZU BEZIEHUNGEN ZU NAHESTEHENDEN UNTERNEHMEN UND PERSONEN

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

## EREIGNISSE NACH DER ZWISCHENBERICHTSPERIODE

Die YOC AG hat im Juli 2018 die Platzierung der Wandelanleihe 2018/2022 bekannt gegeben. Im Rahmen des Bezugsangebots sowie in der nachfolgenden Privatplatzierung wurden Wandelschuldverschreibungen im Gesamtnennbetrag von rund 1,6 Mio. EUR platziert, wovon 1,5 Mio. EUR von dem institutionellen Investor Alto Invest S.A. übernommen wurden.

Im August 2018 hat der Vorstand der Gesellschaft nach abgeschlossener Auswertung der vorläufigen Zahlen für das erste Halbjahr 2018 die Umsatzprognose sowie das EBITDA für das Gesamtjahr 2018 auf 13,0-14,0 Mio. EUR und -0,4 Mio. EUR angepasst.

Darüber hinaus haben sich keine weiteren wesentlichen Ereignisse nach dem 30. Juni 2018 ergeben.

## VERSICHERUNG DER GESETZLICHEN VERTRETER

Ich versichere nach bestem Wissen, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen der Konzernabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz-, und Ertragslage des Konzerns vermittelt und im Konzernlagebericht der Geschäftsverlauf einschließlich des Geschäftsergebnisses und die Lage des Konzerns so dargestellt sind, dass ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild vermittelt wird sowie die wesentlichen Chancen und Risiken der voraussichtlichen Entwicklung des Konzerns beschrieben sind.

Berlin, 23. August 2018



Dirk-Hilmar Kraus

Der Vorstand

# YOC ADRESSEN

## BERLIN

YOC AG  
YOC Mobile Advertising GmbH

Greifswalder Straße 212  
10405 Berlin  
Deutschland

T +49 (0) 30 726 162 - 0  
F +49 (0) 30 726 162 - 222

## WIEN

YOC Central Eastern Europe GmbH

Neubaugasse 10/2/17  
1070 Wien  
Österreich

## DÜSSELDORF

YOC Mobile Advertising GmbH

Corneliusstraße 16 - 18  
40215 Düsseldorf  
Deutschland

## WARSCHAU

YOC Central Eastern Europe GmbH

SP. Z O. O. ODDZIAŁ W POLSCE  
Ul. Biały Kamień 3 m 49  
02-593 Warszawa  
Polen

## LONDON

YOC Mobile Advertising Ltd.

WeWork Chancery Lane  
14 Gray's Inn Road  
London, WC1X 8HN  
Großbritannien

## AMSTERDAM

YOC Mobile Advertising Netherlands

Mediarena 2  
1114 BC Amsterdam – Duivendrecht  
Niederlande

## MADRID

YOC Spain S.L.

Calle de Orense nº 20  
1ª Planta Ofic. 4  
28020 Madrid  
Spanien

# FINANZKALENDER

**22. NOVEMBER 2018**

Bericht zum dritten Quartal 2018

# IMPRESSUM

## HERAUSGEBER

YOC AG  
Greifswalder Straße 212  
10405 Berlin  
Deutschland

T +49 (0) 30 72 61 62 - 0  
F +49 (0) 30 72 61 62 - 222  
[info@yoc.com](mailto:info@yoc.com)

Registereintragung: Amtsgericht Berlin HRB 77 285

## GESAMTKONZEPT UND REDAKTION

YOC AG  
Investor Relations

[ir@yoc.com](mailto:ir@yoc.com)  
[www.yoc.com](http://www.yoc.com)

