

BERICHT ZUM DRITTEN QUARTAL 2018

Berlin, 22. November 2018

INHALTSVERZEICHNIS

Brief an die Aktionäre	3
YOC im Überblick.....	4
Lagebericht zum Konzernzwischenabschluss.....	5
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. Mit unserer Expertise kreieren wir Werbeformate, die Menschen ansprechen, begeistern und erreichen. Unsere Angebotsplattform (Supply Side-Plattform) VIS.X ermöglicht den Handel dieser visiblen sowie aufmerksamkeitsstarken Werbeprodukte. Dadurch begegnen wir den Marktanforderungen und positionieren uns als technologiebasierter Anbieter für High-Impact Programmatic Advertising.

Durch VIS.X können unsere Kunden entsprechend ihrer Werbestrategie hochqualitatives Werbeinventar unserer Publisher Partner in Kombination mit den YOC Werbeprodukten rund um die Uhr automatisiert und damit skalierbar einkaufen. Die technologischen Möglichkeiten von VIS.X sind zukunftsweisend. Mit VIS.X sind wir strategisch auf dem richtigen Weg und werden dauerhaft steigende Handelsvolumina realisieren.

Parallel dazu haben wir mit der Einführung des YOC Mystery Scroller unser Produktportfolio im dritten Quartal 2018 um ein weiteres hochwirksames Werbeformat, das bereits spürbar zur Umsatzentwicklung beiträgt, erweitert. Mit der sukzessiven Entwicklung neuer Produktlinien verfolgen wir das Ziel, dem Werbemarkt kontinuierlich innovative, hochwertige Werbeprodukte bereitzustellen und diese sofort programmatisch über VIS.X handelbar zu machen.

Die Stärkung unserer Wettbewerbsfähigkeit am Markt geht für uns einher mit der Akzeptanz und Einhaltung von Standards im Programmatic Advertising. Als einer der ersten Marktteilnehmer unterzeichnete YOC den Code of Conduct des Bundesverbandes Digitale Wirtschaft (BVDW) und verpflichtete sich, transparent und regelkonform im Sinne dieses Regelwerks zu agieren sowie zur Qualitätssteigerung des Marktes beizutragen.

Unter wirtschaftlichen Aspekten verlief das erste Halbjahr 2018 mit einem fünfzehnprozentigen Umsatzrückgang für uns enttäuschend.

Das Inkrafttreten der EU-Richtlinie Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) sowie die Einführung der Coalition for Better Ads (eine globale Initiative zur Verbesserung digitaler Werbung) zu Beginn des Geschäftsjahres 2018 stellten eine nachhaltige Veränderung der Rahmenparameter dar und bedeuteten für uns eine große Herausforderung.

Allerdings konnten wir im dritten Quartal 2018 die negative Umsatzentwicklung stoppen und erzielten bereits wieder Umsatzerlöse auf Vorjahresniveau in Höhe von 3,3 Mio. EUR sowie ein ausgeglichenes operatives Ergebnis vor Abschreibungen (EBITDA).

In Konsequenz dessen verzeichnet die Gesellschaft in den ersten neun Monaten des laufenden Geschäftsjahres 2018 Umsatzerlöse in Höhe von 9,1 Mio. EUR (9M/2017: 10,1 Mio. EUR). Der Umsatzrückgang des laufenden Geschäftsjahres konnte somit auf 10 % reduziert werden.

Das EBITDA nach neun Monaten verblieb bei -0,4 Mio. EUR (9M/2017: -0,5 Mio. EUR).

Sehr verehrte Aktionärinnen und Aktionäre, unser Unternehmen befindet sich wieder auf dem Wachstumspfad, da auch die ersten Wochen des vierten Quartals ebenfalls erfolgreich verlaufen sind.

Wir rechnen mit einem höheren Umsatz für die zweite Jahreshälfte im Vergleich mit dem Vorjahreszeitraum, sodass wir den Rückgang der Umsatzerlöse für das Gesamtjahr 2018 weiter spürbar reduzieren 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)

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

9M/2018	9M/2017	VERÄNDERUNG ABSOLUT	VERÄNDERUNG IN %
9.069	10.057	-988	-10
7.811	6.687	1.124	17
1.258	3.370	-2.112	-63
38,0	37,9	0	0
9.742	10.461	-719	-7
-429	-475	46	10
-4,4	-4,5	k.A.	k.A.
-777	-755	-22	-3
-0,24	-0,23	-0,01	-4
-0,24	-0,23	-0,01	-4

MITARBEITER

Durchschnittliche Anzahl Mitarbeiter ³⁾
Mitarbeiterzahl zum 30. September
Umsatz je Mitarbeiter (in TEUR)
Gesamtleistung je Mitarbeiter (in TEUR)

9M/2018	9M/2017	VERÄNDERUNG ABSOLUT	VERÄNDERUNG IN %
55	50	5	10
53	52	1	2
165	201	-36	-18
177	209	-32	-15

BILANZ UND KAPITALFLUSSRECHNUNG

Bilanzsumme
Operativer Cash-Flow

9M/2018	9M/2017	VERÄNDERUNG ABSOLUT	VERÄNDERUNG IN %
4.354	3.704 ⁴⁾	650	18
-1.226	-321	-905	-282

1) Deutschland, Österreich, Schweiz, Polen und Niederlande

2) Spanien und Großbritannien

3) Auf Basis der festgestellten 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 IN DEN ERSTEN NEUN MONATEN 2018

KENNZAHLENÜBERSICHT

Nachdem im ersten Halbjahr des laufenden Geschäftsjahres 2018 die Umsatzerlöse noch um 15 % zurückgegangen waren, konnten die Umsatzerlöse im dritten Quartal im Vergleich zum Vorjahreszeitraum gesteigert werden.

Infolgedessen verzeichnete das Unternehmen ein Umsatzrückgang in Höhe von rund 10 % auf 9,1 Mio. EUR (9M/2017: 10,1 Mio. EUR) in den ersten neun Monaten des laufenden Geschäftsjahres 2018.

Die Umsätze stiegen auf dem **deutschsprachigen Markt** im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 16 % an.

Der zum Ende des Geschäftsjahres 2016 gegründete **Standort in Polen** entwickelte sich erfreulich und konnte durch steigende Umsatzbeiträge ein Wachstum in Höhe von 28 % realisieren.

Im laufenden Geschäftsjahres 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 und spanischen Markt.

Für den spanischen und britischen Standort erwarten wir jedoch eine weitere Stabilisierung.

Die **Rohertagsmarge** in Höhe von 38 % entspricht dem Niveau des Vorjahres (9M/2017: 38 %).

Das **operative Ergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)** verbesserte sich um 0,1 Mio. EUR auf -0,4 Mio. EUR (9M/2017: -0,5 Mio. EUR) im Vergleich zum Vorjahr.

Der **operative Cash-Flow** belief sich in der Berichtsperiode auf -1,2 Mio. EUR (9M/2017: -0,3 Mio. EUR). Dieser resultierte, neben dem negativen Ergebnis nach Steuern, aus dem Abbau von Verbindlichkeiten.

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 technolo-

gischen 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 angebonden 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**, **YOC Mystery Ad** sowie **YOC Mystery Scroller**.

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 Produkt-erweiterung 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.

Im September 2018 erweiterte YOC sein Produktportfolio um den **YOC Mystery Scroller**. Mit diesem hochwertigen Werbeformat können Animationen, Effekte und Videos auf das Scroll-Verhalten des Users abgestimmt werden.

Der **YOC Mystery Scroller** wird von allen mobilen Browsern unterstützt und nutzt lediglich knapp 30 % des Bildschirms. Die Anzeige bleibt dauerhaft im sichtbaren Bereich, ohne jedoch den Lesefluss zu behindern. Durch seine Proaktivität spielt der **YOC Mystery Scroller** nicht einfach ein Werbeformat ab, sondern verleiht diesem eine spezielle Note ohne störende Übergänge.

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 Advertisern 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 Onlinehops 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 Konzernzwischenabschlusses, Seite 16 f.

UMSATZENTWICKLUNG UND GESAMTLEISTUNG

In den ersten neun Monaten des laufenden Geschäftsjahres 2018 verzeichnete die YOC-Gruppe einen **Gesamtumsatz** in Höhe von 9,1 Mio. EUR (9M/2017:

10,1 Mio. EUR). Dies entspricht einem Rückgang in Höhe von rund 10 % im Vergleich zum Vorjahreszeitraum, nach dem der Umsatzrückgang in ersten Halbjahr noch 15 % betrug.

Die **Gesamtleistung** des Konzerns lag mit 9,7 Mio. EUR um 0,8 Mio. EUR unter dem Vorjahresniveau (9M/2017: 10,5 Mio. EUR).

ROHERTRAG

Der **Materialaufwand** in der Berichtsperiode betrug 5,6 Mio. EUR (9M/2017: 6,2 Mio. EUR). Die **Rohhertragsmarge** in Höhe von 38 % entspricht dem Niveau des Vorjahres (9M/2017: 38 %).

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 weiter verbessern.

Die kontinuierliche Erhöhung der Rohhertragsmarge stellt einen wichtigen Baustein zur weiteren nachhaltigen 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 (9M/2017: 50 Mitarbeiter) an. Zum 30. September 2018 beschäftigte die YOC-Gruppe 53 festangestellte Mitarbeiter. Im Vergleich zum Vorjahr bedeutete dies einen Anstieg in Höhe von 2 % (9M/2017: 52 festangestellte Mitarbeiter).

Der **Personalaufwand** in Höhe von 3,1 Mio. EUR liegt unter dem Aufwandsniveau des Vorjahreszeitraums (9M/2017: 3,3 Mio. EUR).

Aufgrund des Umsatzrückgangs sank der Umsatz je Mitarbeiter um 18 % auf 165 TEUR im Vergleich zum Vorjahreszeitraum (9M/2017: 201 TEUR).

SONSTIGE BETRIEBLICHE AUFWENDUNGEN

In den ersten neun Monaten des laufenden Geschäftsjahres 2018 lagen die **sonstigen betrieblichen Aufwendungen** in Höhe von 1,4 Mio. EUR konstant auf dem Niveau des Vorjahres (9M/2017: 1,4 Mio. EUR).

Insgesamt zeigten die in den vergangenen Jahren umgesetzten Maßnahmen zur Einsparung von Kosten in diversen Bereichen weiterhin ihre Wirkung.

Die Relation der sonstigen betrieblichen Aufwendungen zur Gesamtleistung stieg um 2 % auf 15 % (9M/2017: 13 %) an.

EBITDA

Das **operative Ergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)** verbesserte sich um 0,1 Mio. EUR auf -0,4 Mio. EUR (9M/2017: -0,5 Mio. EUR) im Vergleich zum Vorjahr.

ERGEBNIS NACH STEUERN

Die YOC-Gruppe verzeichnete **planmäßige Abschreibungen** in Höhe von 0,2 Mio. EUR (9M/2017: 0,2 Mio. EUR), ein negatives **Finanzergebnis** in Höhe von 0,1 Mio. EUR (9M/2017: 0,1 Mio. EUR) sowie **Steuern vom Einkommen und Ertrag** in Höhe von 0,1 Mio. EUR (9M/2017: 0,02 Mio. EUR).

Somit beträgt das **Ergebnis nach Steuern** (inklusive Corporate Functions) -0,8 Mio. EUR (9M/2017: -0,8 Mio. EUR) im Berichtszeitraum.

ENTWICKLUNG DER FINANZ- UND VERMÖGENSLAGE

Zum 30. September 2018 beliefen sich die **liquiden Mittel** der YOC-Gruppe auf 0,9 Mio. EUR.

Der **operative Cash-Flow** betrug -1,2 Mio. EUR im Berichtszeitraum (9M/2017: -0,3 Mio. EUR). Dieser resultierte, neben dem negativen Ergebnis nach Steuern, aus dem Abbau von Verbindlichkeiten.

Der **Cash-Flow aus Investitionstätigkeiten** beläuft sich in den ersten neun Monaten des laufenden Geschäftsjahres 2018 auf -0,4 Mio. EUR (9M/2017: -0,2 Mio. EUR). Insgesamt wurden interne Entwicklungskosten in Höhe von 0,2 Mio. EUR im Zusammenhang mit der Weiterentwicklung technologischer Plattformen und neuer Produkte investiert.

Der **Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeiten** in Höhe von 1,5 Mio. EUR (9M/2017: 0,5 Mio. EUR) resultiert gänzlich aus der Begebung einer Wandelschuldverschreibung mit einer Laufzeit bis zum 31. Juli 2022.

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 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 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 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. 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 Werbe-

produkten 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 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 Q3/2018 (UNGEPRÜFT)

Alle Angaben in EUR

	Q3/2018	Q3/2017
Umsatzerlöse	3.337.378	3.320.644
Aktiviertete Eigenleistungen	72.841	76.244
Sonstige betriebliche Erträge	142.546	8.595
Gesamtleistung	3.552.765	3.405.483
Materialaufwand	2.027.721	2.030.271
Personalaufwand	995.480	1.134.886
Sonstige betriebliche Aufwendungen	518.533	484.431
Operatives Ergebnis vor Abschreibungen	11.031	-244.105
Abschreibungen	58.767	58.900
Operatives Ergebnis	-47.736	-303.005
Finanzaufwendungen	34.884	24.577
Finanzergebnis	-34.884	-24.577
Ergebnis vor Steuern	-82.620	-327.582
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	26.332	-40.596
Ergebnis nach Steuern	-108.952	-286.986
Periodenergebnis	-108.952	-286.986

ERGEBNIS JE AKTIE

Ergebnis je Aktie unverwässert	-0,03	-0,09
Ergebnis je Aktie verwässert	-0,03	-0,09

KONZERN-GESAMTERGEBNISRECHNUNG

Ergebnis nach Steuern	-108.952	-286.986
Effekte, die künftig in die Gewinn- und Verlustrechnung reklassifiziert werden können:		
Unrealisierte Ergebnisse aus der Währungsumrechnung	4.779	3.675
Sonstiges Ergebnis	4.779	3.675
Gesamtergebnis	-104.173	-283.311

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 9M/2018 (UNGEPRÜFT)

Alle Angaben in EUR

	9M/2018	9M/2017
Umsatzerlöse	9.069.623	10.056.863
Aktivierete Eigenleistungen	239.788	173.868
Sonstige betriebliche Erträge	432.576	229.823
Gesamtleistung	9.741.988	10.460.554
Materialaufwand	5.619.813	6.244.080
Personalaufwand	3.112.601	3.310.027
Sonstige betriebliche Aufwendungen	1.438.286	1.381.004
Operatives Ergebnis vor Abschreibungen	-428.711	-474.557
Abschreibungen	212.628	200.189
Operatives Ergebnis	-641.339	-674.746
Finanzaufwendungen	82.099	64.672
Finanzergebnis	-82.099	-64.672
Ergebnis vor Steuern	-723.438	-739.418
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	53.073	15.703
Ergebnis nach Steuern	-776.512	-755.120
Periodenergebnis	-776.512	-755.120

ERGEBNIS JE AKTIE

Ergebnis je Aktie unverwässert	-0,24	-0,23
Ergebnis je Aktie verwässert	-0,24	-0,23

KONZERN-GESAMTERGEBNISRECHNUNG

Ergebnis nach Steuern	-776.512	-755.120
Effekte, die künftig in die Gewinn- und Verlustrechnung reklassifiziert werden können:		
Unrealisierte Ergebnisse aus der Währungsumrechnung	19.660	38.072
Sonstiges Ergebnis	19.660	38.072
Gesamtergebnis	-756.852	-717.048

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 PER 30.09.2018 (UNGEPRÜFT)

Alle Angaben in EUR

	30.09.2018	31.12.2017
AKTIVA		
Langfristige Vermögenswerte	750.045	580.596
Sachanlagen	89.822	84.824
Immaterielle Vermögenswerte	659.009	494.467
Latente Steuern	1.215	1.305
Kurzfristige Vermögenswerte	3.604.438	4.134.506
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	2.595.998	3.052.041
Sonstige Vermögenswerte	147.525	98.222
Steuerforderungen	4.600	0
Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten	856.315	984.244
Summe Vermögenswerte	4.354.483	4.715.102
PASSIVA		
Eigenkapital	-4.849.108	-4.091.514
Gezeichnetes Kapital	3.292.978	3.292.978
Kapitalrücklage	20.641.091	20.641.091
Gewinnrücklagen	-28.682.213	-27.904.959
Unterschiedsbetrag aus Währungsumrechnungen	-50.646	-70.306
Eigene Aktien	-50.319	-50.319
Langfristige Schulden	2.419.638	1.246.188
Rückstellungen	89.038	466.188
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	2.330.600	780.000
Kurzfristige Schulden	6.783.953	7.560.428
Erhaltene Anzahlungen	12.553	50.403
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2.520.008	2.625.519
Sonstige Verbindlichkeiten	530.556	647.062
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	2.311.252	4.091.684
Steuerschulden	42.411	42.411
Rückstellungen	1.367.173	103.350
Summe Eigenkapital und Schulden	4.354.483	4.715.102

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 9M/2018 (UNGEPRÜFT)

Alle Angaben in EUR

	9M/2018	9M/2017
Ergebnis nach Steuern	-776.512	-755.120
Abschreibungen	212.628	200.189
Erfolgswirksam erfasste Steuern	53.073	15.703
Erfolgswirksam erfasste Zinsen	82.099	64.672
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge	37.111	28.031
Cash-Earnings	-391.601	-446.525
Verlust aus Anlagenabgängen	0	176
Veränderungen Forderungen, Anzahlungen und sonstige Vermögenswerte	454.737	273.549
Veränderungen Verbindlichkeiten, Anzahlungen und sonstige Schulden	-2.054.244	-1.820.715
Veränderungen Rückstellungen	886.673	1.781.068
Gezahlte Zinsen	-63.947	-58.911
Gezahlte Steuern	-58.024	-49.500
Operativer Cash-Flow	-1.226.403	-320.858
Investitionen in Sachanlagen	-39.485	-29.274
Investitionen in immaterielle Vermögenswerte	-121.458	-16.856
Auszahlungen für Entwicklungskosten	-239.788	-181.052
Veräußerung von Sachanlagen	1.202	2.640
Cash-Flow aus Investitionstätigkeit	-399.529	-224.542
Darlehensaufnahme	0	500.000
Begebung Wandelschuldverschreibung	1.550.600	0
Transaktionskosten Wandelschuldverschreibung	-52.597	0
Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit	1.498.003	500.000
Nettozunahme/-abnahme	-127.929	-45.400
Finanzmittelfonds zu Beginn der Berichtsperiode	984.244	659.549
Finanzmittelfonds zum Ende der Berichtsperiode	856.315	614.147

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 PER 30.09.2018 (UNGEPRÜFT)

Alle Angaben in EUR

	GEZEICHNETES KAPITAL	KAPITAL- RÜCKLAGE	GEWINN- RÜCKLAGEN	UNTERSCHIEDS- BETRAG AUS WÄHRUNG- UMRECHNUNGEN	EIGENE AKTIEN	GESAMT
per 01.01.2017	3.292.978	20.649.438	-27.382.819	-115.849	-50.319	-3.606.571
Ergebnis nach Steuern			-755.119			-755.119
Unterschiedsbetrag aus Währungsumrechnungen				38.072		38.072
Gesamtergebnis	0	0	-755.119	38.072	0	-717.047
Aktienoptionsprogramm		-8.347	8.347			0
per 30.09.2017	3.292.978	20.641.091	-28.129.591	-77.777	-50.319	-4.323.618

per 01.01.2018	3.292.978	20.641.091	-27.904.959	-70.306	-50.319	-4.091.514
Ergebnis nach Steuern			-776.512			-776.512
Anpassung IFRS15 zum 01.01.2018			-743			-743
Unterschiedsbetrag aus Währungsumrechnungen				19.660		19.660
Gesamtergebnis	0	0	-777.255	19.660	0	-757.595
per 30.09.2018	3.292.978	20.641.091	-28.682.213	-50.646	-50.319	-4.849.108

» 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. September 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. September 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.

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

YOC 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

Eigenkapital
Gewinnrücklagen
Kurzfristige Schulden
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten

Die Konzernerfolgsrechnung zum 30. September 2018 verändert sich durch die Anwendung von IFRS 15 nur geringfügig.

Durch die Neubewertung der Umsatzerlöse erhöhen sich die Umsatzerlöse um 1 TEUR. Alle weiteren Positionen bleiben unverändert.

PASSIVA

Eigenkapital
Gewinnrücklagen
Kurzfristige Schulden
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):

BUCHWERT NACH IAS 18 / IAS 11 31.12.2017	REKLASSIFIZIERUNGEN	BUCHWERT NACH IFRS 15 01.01.2018
-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. September 2018 nach IFRS 15 sowie nach bisheriger Bilanzierung gemäß IAS 18/ IAS 11 und die dazugehörigen Interpretationen enthalten:

IFRS 15 30.09.2018	IAS 18/ IAS 11 30.09.2018	VERÄNDERUNG
-28.682.213	-28.682.814	600
-28.682.213	-28.682.814	600
2.311.252	2.311.852	-600
2.311.252	2.311.852	-600

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:

30.09.2018
(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	BEWERTUNGS-KATEGORIE GEM. IAS 39 ¹⁾	FAIR VALUE HIERARCHIE
856	856	LaR	n/a
2.596	2.596	LaR	n/a
148	148	LaR	n/a
2.851	2.851	FLAC	n/a
2.520	2.520	FLAC	n/a
1.791	1.791	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	BEWERTUNGS-KATEGORIE GEM. IAS 39 ¹⁾	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

In den ersten neun Monaten des laufenden Geschäftsjahres 2018 verzeichnete die YOC-Gruppe einen **Gesamtumsatz** in Höhe von 9,1 Mio. EUR (9M/2017: 10,1 Mio. EUR).

Dies entspricht einem Rückgang in Höhe von rund 10 % im Vergleich zum Vorjahreszeitraum, nach dem der Umsatzrückgang in ersten Halbjahr noch 15 % betrug.

Die **Gesamtleistung** des Konzerns lag mit 9,7 Mio. EUR um 0,8 Mio. EUR unter dem Vorjahresniveau (9M/2017: 10,5 Mio. EUR).

ROHERTRAG

Der **Materialaufwand** in der Berichtsperiode betrug 5,6 Mio. EUR (9M/2017: 6,2 Mio. EUR). Die **Rohertragsmarge** in Höhe von 38 % entspricht dem Niveau des Vorjahres (9M/2017: 38 %).

OPERATIVES ERGEBNIS VOR ABSCHREIBUNGEN UND STEUERN (EBITDA)

Das **operative Ergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)** verbesserte sich um 0,1 Mio. EUR auf -0,4 Mio. EUR (9M/2017: -0,5 Mio. EUR) im Vergleich zum Vorjahr.

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 und seit 2018 Niederlande 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 - 30.09.2018

Umsatz
Innenumsatz
Gesamtumsatz
Aktivierete Eigenleistungen
Sonstiger betr. Ertrag
Gesamtleistung
Materialaufwand
Personalaufwand
Sonstiger betr. Aufwand
EBITDA

MITTEL- UND OSTEUROPA	RESTLICHES EUROPA	CORPORATE FUNCTIONS	KONSOLIDIERUNG	YOC-GRUPPE
-----------------------	-------------------	---------------------	----------------	------------

6.017	1.085	1.967	0	9.069
1.744	173	615	-2.532	0
7.761	1.258	2.583	-2.532	9.069
0	0	240	0	240
119	74	1.041	-801	433
7.880	1.332	3.863	-3.333	9.742
4.676	854	2.622	-2.532	5.620
1.175	710	1.228	0	3.113
1.120	319	800	-801	1.438
909	-551	-787	-0	-429

01.01.2017 - 30.09.2017

Umsatz
Innenumsatz
Gesamtumsatz
Aktivierete Eigenleistungen
Sonstiger betr. Ertrag
Gesamtleistung
Materialaufwand
Personalaufwand
Sonstiger betr. Aufwand
EBITDA

5.697	2.841	1.518	0	10.057
1.019	529	704	-2.251	0
6.716	3.370	2.222	-2.251	10.057
0	0	174	0	174
272	100	637	-779	230
6.988	3.470	3.033	-3.030	10.461
4.163	2.098	2.231	-2.247	6.244
1.106	791	1.413	0	3.310
918	572	674	-782	1.381
801	10	-1.285	-1	-475

Im Segment Mittel- und Osteuropa konnte der Gesamtumsatz inkl. Innenumsätzen um 16 % auf 7.761 TEUR (Vorjahr: 6.716 TEUR) gesteigert werden. Das operative Ergebnis in diesem Segment stieg nur leicht um 108 TEUR auf 909 TEUR (Vorjahr: 801 TEUR). Der Grund hierfür liegt in innerbetrieblichen Lizenzierungen.

In den zurückliegenden neun Monaten 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 vierten Quartal 2018.

Die Umsatzerlöse des Segments Restliches Europa sanken um 63 % auf 1.258 TEUR (Vorjahr: 3.370 TEUR). Infolgedessen verschlechterte sich das EBITDA um 561 TEUR auf -551 TEUR (Vorjahr: 10 TEUR).

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

ÜBERLEITUNGSRECHNUNG

(in TEUR)

	9M/2018	9M/2017
EBITDA	-429	-475
Abschreibungen und Wertminderungen	-213	-200
Finanzergebnis	-82	-65
Ergebnis vor Steuern	-724	-739
Steuern	-53	-16
Ergebnis nach Steuern	-777	-755

Zum 30. September 2018 betragen die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen in der Region **Mittel- und Osteuropa** 1.638 TEUR (Vorjahr: 1.414 TEUR), 395 TEUR (Vorjahr: 781 TEUR) in der Region **Restliches Europa** sowie 563 TEUR (Vorjahr: 218 TEUR) im Bereich **Corporate Functions**.

Daneben beliefen sich die Verbindlichkeiten in der Region **Mittel- und Osteuropa** auf 1.646 TEUR (Vorjahr: 1.301 TEUR), in der Region **Restliches Europa** auf 529 TEUR (Vorjahr: 782 TEUR) sowie im Bereich **Corporate Functions** auf 344 TEUR (Vorjahr: 240 TEUR).

CASH-FLOW RECHNUNG

Zum 30. September 2018 beliefen sich die **liquiden Mittel** der YOC-Gruppe auf 0,9 Mio. EUR.

Der **operative Cash-Flow** betrug -1,2 Mio. EUR im Berichtszeitraum (9M/2017: -0,3 Mio. EUR). Dieser resultierte neben dem Ergebnis nach Steuern aus dem Abbau von Verbindlichkeiten.

Der **Cash-Flow aus Investitionstätigkeiten** beläuft sich in den ersten neun Monaten des laufenden Geschäftsjahres 2018 auf -0,4 Mio. EUR (9M/2017: -0,2 Mio. EUR). Insgesamt wurden interne Entwicklungskosten in Höhe von 0,2 Mio. EUR im Zusammenhang mit der Weiterentwicklung technologischer Plattformen und neuer Produkte investiert.

Der **Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeiten** in Höhe von 1,5 Mio. EUR (9M/2017: 0,5 Mio. EUR) resultiert gänzlich aus der Begebung einer Wandelschuldverschreibung mit einer Laufzeit bis zum 31. Juli 2022.

HAFTUNGSVERHÄLTNISSSE, 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.

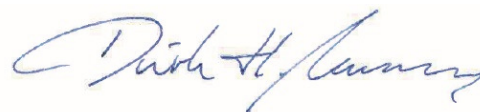
EREIGNISSE NACH DER ZWISCHENBERICHTSPERIODE

Bis zum Zeitpunkt der Veröffentlichung des Konzernzwischenabschlusses haben sich keine weiteren wesentlichen Ereignisse nach dem 30. September 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, 22. November 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

29. APRIL 2019

Geschäftsbericht 2018

29. MAI 2019

Bericht zum ersten Quartal 2019

21. AUGUST 2019

Halbjahresfinanzbericht 2019

20. NOVEMBER 2019

Bericht zum dritten Quartal 2019

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

Registereintragung: Amtsgericht Berlin HRB 77 285

GESAMTKONZEPT UND REDAKTION

YOC AG
Investor Relations

ir@yoc.com
www.yoc.com

