



BERICHT ZUM DRITTEN QUARTAL 2019

Berlin, 20. November 2019

INHALTSVERZEICHNIS

Brief an die Aktionäre	3
YOC im Überblick.....	4
Lagebericht zum Konzernzwischenabschluss.....	5
Konzernzwischenabschluss	11
Anhang zum Konzernzwischenabschluss	16
YOC-Standorte.....	21
Finanzkalender.....	22
Impressum	23

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. Wir haben uns zum Ziel gesetzt, ein optimales digitales Werbeerlebnis für Werbetreibende, Publisher und Nutzer des mobilen Internets zu schaffen.

Deshalb entwickeln wir aufmerksamkeitsstarke digitale Werbeprodukte, die eine nachhaltige Markenbekanntheit erzielen sowie Menschen erreichen, ansprechen und begeistern.

Genau aus diesem Grund haben wir **VIS.X®**, unsere proprietäre Handelsplattform, konzipiert, entwickelt und zu Beginn des Jahres 2018 in den Markt eingeführt.

VIS.X® ist eine programmatische, angebotsseitige Plattform (Supply Side-Plattform) der nächsten Generation, die den effizienten Mediahandel visibler sowie aufmerksamkeitsstarker Werbeprodukte ermöglicht.

Durch **VIS.X®** können unsere Kunden entsprechend ihrer Werbestrategie hochqualitatives Werbeinventar in Kombination mit den YOC-Werbeprodukten rund um die Uhr automatisiert und damit skalierbar einkaufen. Gleichzeitig verhilft **VIS.X®** unseren Publisher Partnern zu einer besseren Monetarisierung ihres Mediainventars.

Die technologischen Möglichkeiten von **VIS.X®** sind zukunftsweisend für uns. Auch wenn wir das Potential unserer Plattform bei weitem noch nicht ausgeschöpft haben, befinden wir uns strategisch auf dem richtigen Weg und positionieren YOC als technologiebasierten Anbieter für High-Impact Programmatic Advertising an der Spitze des Werbemarktes. Wir werden **VIS.X®** noch um viele Funktionalitäten erweitern und unseren Marktplatz durch die kontinuierliche Anbindung weiterer Einkaufsplattformen sowie renommierter Premium-Publisher vergrößern.

Wir freuen uns, Ihnen für die ersten neun Monate des laufenden Geschäftsjahres 2019 über einen Umsatzanstieg der YOC-Gruppe in Höhe von rund 13 % auf einen Gesamtumsatz in Höhe von 10,2 Mio. EUR im Vergleich zum Vorjahreszeitraum (9M/2018: 9,1 Mio. EUR) berichten zu können.

Dabei verhilft uns der verstärkte Handel über unsere Technologie-Plattform **VIS.X®** zur Steigerung der Profitabilität der Gesellschaft: Das operative Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) verbesserte sich im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 59 % beziehungsweise 0,25 Mio. EUR auf -0,18 Mio. EUR (9M/2018: -0,43 Mio. EUR).

Somit setzt sich auch im Jahresverlauf 2019 die stetige Ergebnisverbesserung der Vorjahre weiter fort.

Im zweiten Halbjahr erweiterte die Gesellschaft mit der Einführung von **YOC Ads Plus** die bestehenden Produktlinien um hochwirksame und besonders interaktive Werbeformate. Damit folgt YOC der Mission, ein besseres Werbeerlebnis für jedermann bieten zu können. Jedes **YOC Ads Plus** Format verspricht bessere Awareness, einzigartige Nutzererfahrung und höchste Qualität.

Diverse internationale Mediaagenturen und Werbekunden – darunter **Nespresso**, **Milka**, **Unilever** oder **National Geographic** – kaufen verschiedene Versionen des **YOC Ads Plus** programmatisch über **VIS.X®** ein.

Aufgrund der nicht ausreichenden Geschäftsentwicklung und vor dem Hintergrund des sich abzeichnenden Brexit haben wir unsere Aktivitäten im Vereinigten Königreich heruntergefahren, um unsere Profitabilität nicht weiter zu belasten. Im laufenden vierten Quartal werden wir somit noch einmal negative Umsatzeffekte kompensieren müssen.

Verehrte Aktionärinnen und Aktionäre, im Gegensatz dazu verzeichnen wir eine Zunahme unseres Geschäftsvolumens in allen anderen Märkten, in denen wir tätig sind. Angetrieben wird dies durch das stetig wachsende Handelsvolumen unserer Technologieplattform **VIS.X®**.

Im Kontext dessen sind wir für das neue Geschäftsjahr 2020 hinsichtlich der weiteren Entwicklung sehr positiv gestimmt und gehen von erhöhten Wachstumsraten auf Ebene des Gesamtunternehmens aus.

Unser Team treibt diese Entwicklungen mit hohem Engagement voran.

Ich danke Ihnen herzlich für das entgegengebrachte Vertrauen und freue mich auf die weitere Zusammenarbeit mit Ihnen.

Beste Grüße,



Dirk-Hilmar Kraus

CEO

YOC IM ÜBERBLICK

UMSATZ UND ERGEBNIS (IN TEUR)	9M/2019	9M/2018	VERÄNDERUNG ABSOLUT	VERÄNDERUNG IN %
Gesamtumsatz	10.203	9.069	1.134	13
National	5.948	4.571	1.378	30
International	4.255	4.498	-243	-5
Rohertagsmarge (in %)	37,3	38,0	-0,7	k.A.
Gesamtleistung	10.616	9.742	874	9
EBITDA	-176	-429	253	59
EBITDA-Marge (in %)	-1,7	-4,4	2,7	k.A.
Ergebnis nach Steuern	-814	-777	-37	-5
Ergebnis je Aktie verwässert in Euro	-0,25	-0,24	-0,01	-4
Ergebnis je Aktie unverwässert in Euro	-0,23	-0,24	0,01	4

MITARBEITER

Durchschnittliche Anzahl Mitarbeiter ¹⁾	47	55	-8	-15
Mitarbeiterzahl zum 30. September	50	53	-3	-6
Umsatz je Mitarbeiter (in TEUR)	204	165	39	24
Gesamtleistung je Mitarbeiter (in TEUR)	212	177	35	20

BILANZ UND KAPITALFLUSSRECHNUNG (IN TEUR)

Bilanzsumme	4.972	6.224 ²⁾	-1.252	-20
Operativer Cash-Flow	188	-1.226	1.414	115

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

1) Auf Basis der festgestellten Mitarbeiter in Vollzeit

2) Zum 31.12.2018

LAGEBERICHT ZUM KONZERN- ZWISCHEN- ABSCHLUSS

GESCHÄFTSENTWICKLUNG DER YOC-GRUPPE IN DEN ERSTEN NEUN MONATEN 2019

KENNZAHLENÜBERSICHT

In den ersten neun Monaten des laufenden Geschäftsjahres 2019 verzeichnete die YOC-Gruppe einen **Gesamtumsatz** in Höhe von 10,2 Mio. EUR (9M/2018: 9,1 Mio. EUR). Dies entspricht einem Anstieg in Höhe von rund 13 % im Vergleich zum Vorjahreszeitraum.

Die Umsätze stiegen auf dem **nationalen Markt** im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 30 % an. Die Umsatzerlöse der **internationalen Geschäftstätigkeiten** waren in den neun Monaten 2019 mit 5 % leicht rückläufig.

Ursächlich hierfür war, dass die Umsatzziele im **britischen** sowie im **spanischen Markt** nicht erreicht werden konnten. Entsprechende Anpassungen der Kostenstruktur wurden vorgenommen. Auf Gesamtebene wird jedoch eine Stabilisierung erwartet. Dem gegenüber konnten die Umsatzerlöse in **Österreich** und **Polen** rund 23 % im Vergleich zum Vorjahreszeitraum gesteigert werden.

Insbesondere die im vergangenen Geschäftsjahr 2018 in den Markt eingeführte proprietäre Technologieplattform **VIS.X®** trug mit kontinuierlich wachsenden Umsatzanteilen zur Umsatzentwicklung im laufenden Geschäftsjahr 2019 bei. Die Handelsplattform **VIS.X®** ermöglicht den programmatischen (automatisierten) Handel der hochwirksamen Werbeprodukte von YOC und positioniert die Gesellschaft als Anbieter von hochwertiger Werbetechnologie (Ad Technology).

Parallel zu dieser Entwicklung nahm der Umsatzanteil der eigenentwickelten Ad Tech-Produkte weiter zu, sodass die **Rohertagsmarge** der Gesellschaft in den ersten neun Monaten 2019 mit einer Quote in Höhe von 37,3 % (9M/2018: 38,0 %) nahezu stabil blieb.

Das **operative Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)** verbesserte sich im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 0,25 Mio. EUR (+59 %) auf -0,18 Mio. EUR (9M/2018: -0,43 Mio. EUR). Somit setzte sich auch in den ersten neun Monaten 2019 die Verbesserung der Profitabilität der Vorjahre fort.

Der **operative Cash-Flow** belief sich in der Berichtsperiode auf 0,2 Mio. EUR (9M/2018: -1,2 Mio. EUR). Dieser resultierte, neben dem Ergebnis nach Steuern, aus der geschäftsbedingten Veränderung des Working Capital.

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 Media-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, unsere Software und exzellenten Service schafft YOC Vertrauen und überzeugt Kunden und Partner gleichermaßen.

Von den global Top 500 Werbetreibenden setzt eine Vielzahl die Technologie von YOC ein. Zu unseren Kunden zählen namhafte Marken wie **Audi, Deutsche Telekom, McDonald's, Volkswagen, Netflix, Mercedes-Benz, Coca-Cola, Samsung, Garnier** oder **Sky**.

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 **Mail Online, Bunte.de, Trinity Mirror, Kurier, Kronenzeitung, Der Tagesspiegel** oder **Eurosport**. Sie vertrauen auf YOC aufgrund technologischer und marktspezifischer Kompetenzen sowie einer gewachsenen, nutzbringenden Zusammenarbeit.

Im Fokus des Unternehmens liegt die Positionierung als technologischer Anbieter seiner proprietären Supply Side-Plattform **VIS.X®** sowie von Mobile Advertising-Produkten und -Lösungen in den Kernmärkten Großbritannien, Deutschland, Österreich, Spanien, Polen – und seit dem dritten Quartal 2018 auch den Niederlanden.

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 Desktop 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 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 einer eigenentwickelten, modernen und skalierbaren Supply Side-Plattform, 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 den etablierten Produktlinien hat YOC seine neue Plattform für den hochautomatisierten Mediahandel entwickelt und diese Anfang 2018 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, markensicheres (brand safe) Werbeinventar 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 Werbetreibenden 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 Premium-Inventar angeboten.

Das gesamte verfügbare 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 Premium-Inventar, eine hohe Transparenz sowie Brand Safety und sorgt somit für bessere Werberesultate.

In Konsequenz verschafft die Verwendung von VIS.X® den angebotenen Publishern, Trading Desks und Advertisern einen nachhaltigen Wettbewerbsvorteil.

Die Gesellschaft profitiert von ihrer Unabhängigkeit gegenüber Drittanbietern und positioniert sich als starker Technologieanbieter mit einem skalierbaren Geschäftsmodell. Dies treibt das Unternehmen kontinuierlich an, die eigene Supply Side-Plattform (SSP) VIS.X® weiterzuentwickeln und dadurch die Leistungsfähigkeit der Plattform zu steigern.

Im abgelaufenen Geschäftsjahr 2018 wurde VIS.X® durch das Europäische Patentamt als europäische Marke eingetragen und geschützt.

PRODUKTLINIEN

Das Unternehmen vermarktet erfolgreich seine Produktlinien YOC Understitial Ad®, YOC Inline Video Ad, YOC Mystery Ad® sowie den 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, audiovisuellen Bewerbung ihrer Marken und Produkte auf mobilen Endgeräten.

Die Kerneigenschaft des **YOC Understitial Ad®** ist seine wirksame und dennoch unaufdringliche Platzierung im inhaltlichen Umfeld einer Webseite.

Werbetreibende erreichen den Smartphone- oder Desktop-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. Im Geschäftsjahr 2018 erfuhr das **YOC Understitial Ad®** weitere Verbesserungen. Vor allem die Video-Variante wurde mit den neuesten Software-Protokollen erweitert und erhielt neue Komponenten. Ausgehend vom Erfolg des mobilen **YOC Understitial Ad®** führte das Unternehmen auch eine Variante für den Desktop Advertising-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, sowohl mobil als auch 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 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.

Mitte des Jahres 2018 führte YOC ein viertes Werbeformat in den Markt ein: den **YOC Mystery Scroller®**. Der Vorzug des **YOC Mystery Scroller®** liegt in der Reactive Scrolling-Technologie: Animationen, Effekte und Videos können auf das Scroll-Verhalten des Benutzers 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, unternehmenseigenen Produkten bietet YOC auch 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. Bereits im vergangenen Geschäftsjahr 2018 baute YOC daher seine technische Infrastruktur zur Messung und Auswertung der Sichtbarkeit von mobilen Werbeformaten weiter aus.

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.

Sämtliche YOC-Produktlinien, bis auf das **YOC Inline Video Ad**, sind bereits zum Markenschutz beim Europäischen Patentamt registriert und als Marken eingetragen und geschützt worden.

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 unseres Unternehmens auch ihr Know-how zur Verfügung, wenn es um die Aussteuerung der Kampagnen auf digitalen Endgeräten geht.

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 2019 ist der neue Rechnungslegungsstandard IFRS 16 anzuwenden. Dieser regelt den Ansatz, die Bewertung, den Ausweis sowie die Angabepflichten bezüglich Leasingverhältnissen. Für eine detailliertere Darstellung der Neubewertungs- und Reklassifizierungseffekte wird auf den Abschnitt „Grundlagen der Aufstellung des Abschlusses sowie Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden“ im Konzernanhang verwiesen.

UMSATZENTWICKLUNG UND GESAMTLEISTUNG

In den ersten neun Monaten des Jahres 2019 steigerte die YOC-Gruppe den **Gesamtumsatz** um rund 13 % im Vergleich zum Vorjahreszeitraum auf insgesamt 10,2 Mio. EUR (9M/2018: 9,1 Mio. EUR).

Die **Gesamtleistung** des Konzerns lag mit 10,6 Mio. EUR um 0,9 Mio. EUR über dem Niveau des Vorjahres (9M/2018: 9,7 Mio. EUR).

ROHERTRAG

Die **Rohertragsquote** blieb in der Berichtsperiode in Höhe von 37,3 % im Vergleich zum Vorjahr (9M/2018: 38,0 %) nahezu konstant.

Die weitere kontinuierliche Erhöhung der Rohertragsmarge 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 sank der **durchschnittliche Personalbestand** (ohne Vorstand) der YOC-Gruppe auf 47 Mitarbeiter (9M/2018: 55 Mitarbeiter).

Zum 30. September 2019 beschäftigte die YOC-Gruppe 50 festangestellte Mitarbeiter. Im Vergleich zum Vorjahr bedeutete dies einen Rückgang in Höhe von 6 % (9M/2018: 53 festangestellte Mitarbeiter).

In Konsequenz erhöhte sich in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2019 der **Umsatz je Mitarbeiter** um 24 % von 165 TEUR auf 204 TEUR.

Der **Personalaufwand** in Höhe von 3,0 Mio. EUR liegt mit rund 3 % unterhalb des Aufwandsniveaus des Vorjahreszeitraums (9M/2018: 3,1 Mio. EUR).

SONSTIGE BETRIEBLICHE AUFWENDUNGEN

In den ersten neun Monaten des laufenden Geschäftsjahres 2019 lagen die **sonstigen betrieblichen Aufwendungen** in Höhe von 1,4 Mio. EUR auf dem Niveau des Vorjahres (9M/2018: 1,4 Mio. EUR).

Die in den vergangenen Jahren umgesetzten Maßnahmen zur Kostenkontrolle zeigen weiterhin ihre Wirkung.

EBITDA

Das **operative Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)** verbesserte sich im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 0,25 Mio. EUR (+59 %) auf -0,18 Mio. EUR (9M/2018: -0,43 Mio. EUR).

Somit setzte sich auch in den ersten neun Monaten 2019 die Verbesserung der Profitabilität der Vorjahre fort.

ERGEBNIS NACH STEUERN

Die YOC-Gruppe verzeichnete **planmäßige Abschreibungen** in Höhe von 0,4 Mio. EUR (9M/2018: 0,2 Mio. EUR). Darin enthalten sind geleistete Mietzahlungen in Höhe von 0,2 Mio. EUR (9M/2018: 0 TEUR), die nach IFRS 16 zum 01. Januar 2019 erstmalig als Abschreibung von Nutzungsrechten erfasst werden müssen.

Darüber hinaus erfasst sind ein negatives **Finanzergebnis** in Höhe von 0,2 Mio. EUR (9M/2018: -0,1 Mio. EUR) sowie **Steuern vom Einkommen und Ertrag** in Höhe von 0,1 Mio. EUR (9M/2018: 0,1 Mio. EUR).

Somit beträgt das **Ergebnis nach Steuern** (inklusive Corporate Functions) im Berichtszeitraum -0,8 Mio. EUR (9M/2018: -0,8 Mio. EUR).

ENTWICKLUNG DER FINANZ- UND VERMÖGENSLAGE

Zum 30. September 2019 beliefen sich die **liquiden Mittel** der YOC-Gruppe auf 0,2 Mio. EUR.

OPERATIVER CASH-FLOW

Die Ermittlung des **operativen Cash-Flows** erfolgt nach der indirekten Methode. Ausgangspunkt für die Ermittlung ist das Ergebnis nach Steuern im Berichtszeitraum in Höhe von -0,8 Mio. EUR (9M/2018: -0,8 Mio. EUR). Im operativen Cash-Flow sind alle zahlungswirksamen Transaktionen des Geschäftsjahres enthalten, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind.

Der **operative Cash-Flow** der YOC-Gruppe betrug 0,2 Mio. EUR im Berichtszeitraum (9M/2018: -1,2 Mio. EUR).

Dieser resultierte, neben dem Ergebnis nach Steuern, aus der geschäftsbedingten Veränderung des Working Capital.

CASH-FLOW AUS INVESTITIONSTÄTIGKEITEN

Der Mittelabfluss aus **Investitionstätigkeiten** in Höhe von insgesamt 0,4 Mio. EUR (9M/2018: 0,4 Mio. EUR) umfasst primär die aktivierungsfähigen Entwicklungskosten im Zusammenhang mit der Weiterentwicklung der technologischen Plattformen beziehungsweise innovativer Produkte des Unternehmens sowie externe Entwicklungskosten.

Im Sachanlagevermögen verhalten sich Zu- und Abgänge ausgewogen.

CASH-FLOW AUS FINANZIERUNGSTÄTIGKEITEN

Der **Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeiten** in Höhe von -0,2 Mio. EUR (9M/2018: 1,5 Mio. EUR) resultiert aus der Tilgung von Darlehens- und Leasingverbindlichkeiten.

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 hierinliegenden 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

Die Internetnutzung ist im Alltag der Menschen bereits in hohem Maße etabliert. Die vielfältigen Möglichkeiten sowie die Masse an online bereitgestellten Inhalten wirkt sich auf den kontinuierlich steigenden täglichen Internetkonsum aus.

Vor allem Menschen, die unterwegs mit ihren mobilen Geräten online sind, nutzen das Internet deutlich intensiver verglichen zur Gesamtbevölkerung: Durchschnittlich 209 Minuten täglich. Bei unter 30-Jährigen liegt die tägliche Nutzungsdauer sogar bei 278 Minuten.¹

Um für diese Generation relevant zu bleiben, müssen sowohl Publisher als auch Advertiser attraktive Informations- und Unterhaltungsangebote bereitstellen.

Für Publisher bedeutet dies, ihre Nutzer mit Werbung nicht zu überfordern und ihnen idealerweise mit kreativen Formaten sogar einen Mehrwert zu bieten. Für Advertiser bedeutet dies hingegen, ihre Zielgruppe genau zu kennen und sie kreativ anzusprechen.

Vor diesem Hintergrund bekommt die Forderung nach kreativen und hochwirksamen Werbeformaten (sogenannten „High-Impact Werbeformate“) eine noch größere Relevanz.

Studien zeigen, dass Rich Media-Formate, also solche, die die Einbindung vielfältiger Medien wie Video, Audio oder HTML5 erlauben, fünfmal so hohe Interaktionsraten erzeugen, wie dies Standard Banner erreichen und deswegen eine höhere und positivere Markenwahrnehmung herbeiführen.²

Seit einigen Jahren positioniert sich YOC mit einer Vielzahl attraktiver Produktlinien und Features bereits in diesem Geschäftsfeld und erwartet durch die Bereitstellung interaktiver und wirksamkeitsstarker Werbeformate im programmatischen Umfeld am Marktwachstum zu partizipieren.

Allerdings wurde der Automatisierung des Mediahandels vor allem in Deutschland in der Vergangenheit zögerlich begegnet. Aber auch im europäischen Kontext bietet der Markt derzeit kaum angebotsseitige Plattformen, die die Nachfrage nach Mobile Programmatic Advertising in Verbindung mit hochwirksamen Werbeprodukten bedienen können.

Weitere Vorbehalte entstanden durch die Sorge vieler Werbetreibenden, ihre Werbeanzeigen könnten in negativ behafteten Umfeldern erscheinen. Dies zeigt umso mehr die Relevanz sicherer Premium-Umfelder und vor allem ihrer Transparenz.

1) ARD/ZDF. ARD/ZDF-Onlinestudie 2018. 10.10.2018. <http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/ardzdf-onlinestudie-2018/>. Abruf am: 11.03.2019.

2) Adform. Standard vs. Rich Media! Who will win the battle?. 17.09.2012. <https://blog.adform.com/rich-media/standard-vs-rich-media/>. Abruf am: 11.03.2019.

3) Coalition for Better Ads. The Bad Ads Standards. Kein Veröffentlichungsdatum. <https://www.betterads.org/standards/>. Abruf am: 11.03.2019.

Vor diesem Hintergrund ergaben sich für die Gesellschaft entsprechende Chancen und Handlungsbedarf: Mit dem Launch der neuen proprietären Supply Side-Plattform **VIS.X®** im Jahr 2018 bietet YOC nicht nur hochwertige Werbeformate an, die den Vorgaben der Coalition For Better Ads³ entsprechen, sondern kann diese auch plattformbasiert über den programmatischen Vertriebskanal handeln und ausliefern.

Durch die Anbindung der Premium-Publisher und deren hochqualitatives Inventar deckt das Unternehmen zudem die starke Forderung nach Markensicherheit (Brand Safety), also nach sicheren Werbeumfeldern, ab und wird dadurch zukünftig am weiteren Ausbau des programmatischen Handels in Europa partizipieren.

Im Geschäftsjahr 2019 liegt das Augenmerk des Vorstands insbesondere auf der Verstärkung 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 YOC-Gruppe 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 sollen neben dem Bestandsgeschäft sukzessive weitere Umsätze im programmatischen Echtzeithandel generiert werden.

Die Erwartungen hinsichtlich der allgemeinen Geschäftsentwicklung der YOC-Gruppe verbleiben positiv. Aufgrund des sich abzeichnenden Brexit und des nicht zufriedenstellenden Handelsvolumens im britischen Markt haben wir unsere Aktivitäten im Vereinigten Königreich weiter heruntergefahren, um unsere Gesamtprofitabilität nicht zu belasten.

Vor diesem Hintergrund passt die YOC-Gruppe für das Geschäftsjahr 2019 ihre Prognose an und erwartet nunmehr **Umsatzerlöse** in Höhe von **15,0 Mio. EUR bis 15,5 Mio. EUR** (bisher 15,5 Mio. EUR bis 16,5 Mio. EUR) bei einer nur unterproportional ansteigenden Kostenstruktur.

Auch auf der Basis dieser Umsatzprognose bleibt die Gesellschaft für das Geschäftsjahr 2019 bei ihrer positiven Erwartung zum Ergebnis und rechnet mit einem **operativen Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)** in Höhe von **0,4 Mio. EUR bis zu 0,5 Mio. EUR** (bisher 0,2 Mio. EUR bis 0,5 Mio. EUR).

Für das Geschäftsjahr 2020 sind wir hinsichtlich der weiteren Umsatzentwicklung sehr positiv gestimmt und gehen von erhöhten Wachstumsraten für das Gesamtunternehmen aus. Angetrieben wird diese Entwicklung von dem stetig wachsenden Handelsvolumen von **VIS.X®** in allen Märkten, in denen die YOC-Gruppe aktiv ist.

KONZERNZWISCHENABSCHLUSS

KONZERNGESAMTERFOLGSRECHNUNG Q3/2019 (UNGEPRÜFT)

Alle Angaben in EUR

	Q3/2019	Q3/2018
Umsatzerlöse	3.423.515	3.337.378
Aktivierete Eigenleistungen	83.558	72.841
Sonstige betriebliche Erträge	69.275	142.546
Gesamtleistung	3.576.348	3.552.765
Materialaufwand	2.140.030	2.027.721
Personalaufwand	1.009.625	995.480
Sonstige betriebliche Aufwendungen	592.907	518.533
Operatives Ergebnis vor Abschreibungen	-166.214	11.031
Abschreibungen	147.198	58.767
Operatives Ergebnis	-313.412	-47.736
Finanzaufwendungen	61.732	34.884
Finanzergebnis	-61.732	-34.884
Ergebnis vor Steuern	-375.144	-82.620
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	7.305	26.332
Ergebnis nach Steuern	-382.449	-108.952
Periodenergebnis	-382.449	-108.952

ERGEBNIS JE AKTIE

Ergebnis je Aktie unverwässert	-0,12	-0,03
Ergebnis je Aktie verwässert	-0,11	-0,03

KONZERN-GESAMTERGEBNISRECHNUNG

Ergebnis nach Steuern	-382.449	-108.952
Effekte, die künftig in die Gewinn- und Verlustrechnung reklassifiziert werden können:		
Unrealisierte Ergebnisse aus der Währungsumrechnung	11.561	4.779
Sonstiges Ergebnis	11.561	4.779
Gesamtergebnis	-370.888	-104.173

KONZERNZWISCHENABSCHLUSS

KONZERNGESAMTERFOLGSRECHNUNG 9M/2019 (UNGEPRÜFT)

Alle Angaben in EUR

	9M/2019	9M/2018
Umsatzerlöse	10.202.907	9.069.623
Aktivierete Eigenleistungen	232.700	239.788
Sonstige betriebliche Erträge	180.069	432.576
Gesamtleistung	10.615.676	9.741.988
Materialaufwand	6.393.427	5.619.813
Personalaufwand	2.957.113	3.112.601
Sonstige betriebliche Aufwendungen	1.440.717	1.438.286
Operatives Ergebnis vor Abschreibungen	-175.581	-428.711
Abschreibungen	399.378	212.628
Operatives Ergebnis	-574.958	-641.339
Finanzaufwendungen	168.604	82.099
Finanzergebnis	-168.604	-82.099
Ergebnis vor Steuern	-743.563	-723.438
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	70.560	53.073
Ergebnis nach Steuern	-814.123	-776.512
Periodenergebnis	-814.123	-776.512

ERGEBNIS JE AKTIE

Ergebnis je Aktie unverwässert	-0,25	-0,24
Ergebnis je Aktie verwässert	-0,23	-0,24

KONZERN-GESAMTERGEBNISRECHNUNG

Ergebnis nach Steuern	-814.123	-776.512
Effekte, die künftig in die Gewinn- und Verlustrechnung reklassifiziert werden können:		
Unrealisierte Ergebnisse aus der Währungsumrechnung	22.423	19.660
Sonstiges Ergebnis	22.423	19.660
Gesamtergebnis	-791.700	-756.852

KONZERNZWISCHENABSCHLUSS

KONZERNBILANZ PER 30.09.2019 (UNGEPRÜFT)

Alle Angaben in EUR

	30.09.2019	31.12.2018
AKTIVA		
Langfristige Vermögenswerte	1.819.114	844.641
Sachanlagen	118.237	96.189
Immaterielle Vermögenswerte	932.334	747.287
Latente Steuern	0	1.165
Nutzungsrechte aus Leasing	768.543	0
Kurzfristige Vermögenswerte	3.152.834	5.379.230
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	2.735.899	4.532.281
Sonstige Vermögenswerte	182.180	182.720
Steuerforderungen	0	0
Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten	234.755	664.228
Summe Vermögenswerte	4.971.948	6.223.871
PASSIVA		
Eigenkapital	-4.686.307	-3.894.606
Gezeichnetes Kapital	3.292.978	3.292.978
Kapitalrücklage	20.961.224	20.961.224
Gewinnrücklagen	-28.877.503	-28.063.379
Unterschiedsbetrag aus Währungsumrechnungen	-12.687	-35.111
Eigene Aktien	-50.319	-50.319
Langfristige Schulden	3.237.895	2.430.181
Rückstellungen	76.426	79.714
Verbindlichkeiten aus Leasing	636.114	0
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	2.525.356	2.350.467
Kurzfristige Schulden	6.420.360	7.688.296
Erhaltene Anzahlungen	5.219	12.485
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2.822.132	3.426.506
Sonstige Verbindlichkeiten	348.707	575.906
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	1.733.027	3.610.140
Verbindlichkeiten aus Leasing	142.933	0
Steuerschulden	4.767	46.760
Rückstellungen	1.363.575	16.500
Summe Eigenkapital und Schulden	4.971.948	6.223.871

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

KONZERNZWISCHENABSCHLUSS

KONZERNKAPITALFLUSSRECHNUNG 9M/2019 (UNGEPRÜFT)

Alle Angaben in EUR

	9M/2019	9M/2018
Ergebnis nach Steuern	-814.124	-776.512
Abschreibungen	399.378	212.628
Erfolgswirksam erfasste Steuern	70.560	53.073
Erfolgswirksam erfasste Zinsen	168.604	82.099
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge	-25.907	37.111
Cash-Earnings	-201.489	-391.601
Veränderungen Forderungen, Anzahlungen und sonstige Vermögenswerte	1.796.923	454.737
Veränderungen Verbindlichkeiten, Anzahlungen und sonstige Schulden	-2.556.836	-2.054.244
Veränderungen Rückstellungen	1.343.786	886.673
Veränderung der übrigen Aktiva und Passiva	10.503	0
Gezahlte Zinsen	-135.508	-63.947
Gezahlte Steuern	-69.876	-58.024
Operativer Cash-Flow	187.503	-1.226.403
Investitionen in Sachanlagen	-14.206	-39.485
Investitionen in immaterielle Vermögenswerte	-103.295	-121.458
Auszahlungen für Entwicklungskosten	-269.522	-239.788
Veräußerung von Sachanlagen	6.576	1.202
Cash-Flow aus Investitionstätigkeit	-380.447	-399.529
Begebung Wandelschuldverschreibung	0	1.550.600
Tilgung von Leasingverbindlichkeiten	-176.530	0
Darlehensrückzahlung	-160.000	0
Darlehensaufnahme	100.000	0
Transaktionskosten Wandelschuldverschreibung	0	-52.597
Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit	-236.530	1.498.003
Nettozunahme/-abnahme	-429.474	-127.929
Finanzmittelfonds zu Beginn der Berichtsperiode	664.228	984.244
Finanzmittelfonds zum Ende der Berichtsperiode	234.755	856.315

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

KONZERNZWISCHENABSCHLUSS

ENTWICKLUNG DES KONZERNEIGENKAPITALS PER 30.09.2019 (UNGEPRÜFT)

Alle Angaben in EUR

	GEZEICHNETES KAPITAL	KAPITAL- RÜCKLAGE	GEWINN- RÜCKLAGEN	UNTERSCHIEDS- BETRAG AUS WÄHRUNG- UMRECHNUNGEN	EIGENE AKTIEN	GESAMT
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	-4.849.109
per 01.01.2019	3.292.978	20.961.224	-28.063.379	-35.111	-50.319	-3.894.606
Ergebnis nach Steuern			-814.124			-814.124
Unterschiedsbetrag aus Währungsumrechnungen				22.423		22.423
Gesamtergebnis	0	0	-814.124	22.423	0	-791.701
per 30.09.2019	3.292.978	20.961.224	-28.877.503	-12.687	-50.319	-4.686.307

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

► Es bestehen keine Anteile nicht beherrschender Gesellschafter.

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 2019 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 2018 zu lesen.

Im laufenden Geschäftsjahr verpflichtend anzuwendende Standards und Interpretationen

Im laufenden Geschäftsjahr 2019 wurden sämtliche ab dem 01. Januar 2019 verpflichtend anzuwendenden Standards beachtet.

IFRS 16 regelt den Ansatz, die Bewertung, den Ausweis sowie die Angabepflichten bezüglich Leasingverhältnissen. Für den Leasingnehmer sieht der Standard ein einziges Bilanzierungsmodell vor.

IFRS 16 wurde im Januar 2016 veröffentlicht und ist erstmals auf Geschäftsjahre, die am oder nach dem 01. Januar 2019 beginnen, verpflichtend anzuwenden.

Dies führt beim Leasingnehmer dazu, dass sämtliche Vermögenswerte und Verbindlichkeiten aus Leasingverhältnissen in der Bilanz zu erfassen sind, es sei denn, die Laufzeit beträgt 12 Monate oder weniger oder es handelt sich um einen geringwertigen Vermögenswert (jeweils Wahlrecht).

Der Leasinggeber unterscheidet für Bilanzierungszwecke weiterhin zwischen Finanzierungs- und Mietleasingvereinbarungen (Finance beziehungsweise Operating Lease). Das Bilanzierungsmodell für den Leasinggeber unterscheidet sich hierbei nicht wesentlich von dem in IAS 17 – Leasingverhältnisse.

Die Gesellschaft macht von der modifizierten retrospektiven Anwendung Gebrauch. Die Möglichkeit einer vorzeitigen Anwendung hat die Gesellschaft nicht in Anspruch genommen. Die Neuregelungen betreffen die Bilanzierung und Bewertung von Mietleasing, die zuvor als Operating-Leasingverhältnisse klassifiziert wurden.

Im Rahmen der Erstanwendung wurden Leasingverhältnisse mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr als kurzfristige Leasingverhältnisse behandelt.

Die durch die Gesellschaft angemieteten Büroflächen führen zu entsprechenden Nutzungsrechten und korrespondierenden Leasingverbindlichkeiten.

Die Leasingverbindlichkeiten nach IFRS 16 werden unter Verwendung des Grenzfremdkapitalzinssatzes zum 01. Januar 2019 abgezinst. Der gewichtete durchschnittliche Zinssatz beträgt 7,9 %.

Veröffentlichte Standards und Interpretationen, die noch nicht verpflichtend anzuwenden sind

Mit **IFRIC 23** werden die Anforderungen an den Ansatz und die Bewertung von unsicheren Ertragsteuerepositionen klargestellt. Die Interpretation ist auf zu versteuernde Gewinne (steuerliche Verluste), steuerliche Basen, nicht genutzte steuerliche Verluste, nicht genutzte Steuergutschriften und Steuersätze anzuwenden, wenn Unsicherheit bezüglich der ertragsteuerlichen Behandlung nach IAS 12 besteht.

Die Gesellschaft prüft derzeit, welche Auswirkungen die Anwendung der Interpretation auf den Konzernabschluss haben wird.

Der Vorstand geht davon aus, dass bei Vorliegen entsprechender Anwendungsfälle diese in dem Konzernabschluss des Geschäftsjahres angewendet werden, in dem sie verpflichtend anzuwenden sind.

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 sowie die Kategorisierung gemäß IFRS 9.

30.09.2019
(IN TEUR)

AKTIVA

Zahlungsmittel	
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	

PASSIVA

davon langfristig

Festverzinsliche Darlehen	
YOC Wandelschuldverschreibung 2018-2022	

davon kurzfristig

Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	
Festverzinsliche Darlehen	
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten (ohne Darlehen)	

BUCHWERT	ZU FORTGEFÜHRTEN ANSCHAFFUNGSKOSTEN
235	235
2.736	2.736
182	182

30.09.2018
(IN TEUR)

AKTIVA

Zahlungsmittel	
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	

PASSIVA

davon langfristig

Festverzinsliche Darlehen	
YOC Wandelschuldverschreibung 2018-2022	

davon kurzfristig

Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	
Festverzinsliche Darlehen	
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten (ohne Darlehen)	

BUCHWERT	ZU FORTGEFÜHRTEN ANSCHAFFUNGSKOSTEN
856	856
2.596	2.596
148	148

UMSATZERLÖSE UND GESAMTLEISTUNG

In den ersten neun Monaten des Jahres 2019 steigerte die YOC-Gruppe den **Gesamtumsatz** um rund 13 % im Vergleich zum Vorjahreszeitraum auf insgesamt 10,2 Mio. EUR (9M/2018: 9,1 Mio. EUR).

Die **Gesamtleistung** des Konzerns lag mit 10,6 Mio. EUR um 0,9 Mio. EUR über dem Niveau des Vorjahres (9M/2018: 9,7 Mio. EUR).

ROHERTRAG

Die **Rohertragsquote** blieb in der Berichtsperiode in Höhe von 37,3 % im Vergleich zum Vorjahr (9M/2018: 38,0 %) nahezu konstant.

EBITDA

Das **operative Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)** verbesserte sich im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 0,25 Mio. EUR (+59 %) auf -0,18 Mio. EUR (9M/2018: -0,43 Mio. EUR).

Somit setzt sich auch in den ersten neun Monaten des laufenden Geschäftsjahres 2019 die Verbesserung der Profitabilität der Vorjahre fort.

SEGMENTBERICHTERSTATTUNG

Die Segmentberichterstattung erfolgt auf Grundlage der internen Managementstruktur und -Reporting. Zu Beginn des zweiten Quartals 2019 wurde die interne Berichterstattung und externe Unternehmenskommunikation umgestellt. Der Konzern gliedert sich demnach neben den **Corporate Functions** in folgende berichtspflichtige regionale Geschäftssegmente:

- > **National**
- > **International**

Zur Bildung der vorstehenden berichtspflichtigen Geschäftssegmente werden die Regionen Österreich, Großbritannien, Spanien, Polen sowie Niederlande im **Segment international** im Zuge der Aufstellung des Halbjahresabschlusses 2019 erstmalig zusammengefasst, da sie vergleichbare wirtschaftliche Merkmale aufweisen und auch hinsichtlich ihrer Produkte, Dienstleistungen, Kunden, Prozesse, Strukturen und Vertriebsmethoden vergleichbar sind.

Die Vorjahreswerte wurden entsprechend angepasst.

Die Umsatzerlöse werden auf Basis, der von den Landesgesellschaften in den jeweiligen Ländern erzielten Umsätze ermittelt. Innenumsätze zwischen den Segmenten sind überwiegend Verauslagungen.

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 in der Muttergesellschaft Umsatzerlöse im Bereich der zentralen Erläsoptimierung 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)

01.01.2019 - 30.09.2019

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

NATIONAL	INTERNATIONAL	CORPORATE FUNCTIONS	KONSOLIDIERUNG	YOC-GRUPPE
----------	---------------	---------------------	----------------	------------

3.776	3.262	3.165	0	10.203
2.013	992	425	-3.430	0
5.789	4.255	3.590	-3.430	10.203
0	0	233	0	233
132	80	647	-679	180
5.921	4.334	4.470	-4.109	10.616
3.630	2.514	3.678	-3.429	6.393
809	905	1.243	0	2.957
580	261	1.320	-720	1.441
902	654	-1.771	39	-176

01.01.2018 - 30.09.2018

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

3.246	3.855	1.967	0	9.068
1.279	644	615	-2.539	0
4.525	4.499	2.583	-2.539	9.068
0	0	240	0	240
208	105	857	-738	433
4.733	4.604	3.679	-3.277	9.741
2.829	2.711	2.622	-2.543	5.620
1.175	710	1.228	0	3.113
426	950	800	-738	1.438
304	234	-971	4	-429

Im **nationalen Segment** konnte der Gesamtumsatz inklusive Innenumsätzen um 28 % auf 5.789 TEUR (9M/2018: 4.525 TEUR) gesteigert werden. In Konsequenz dessen stieg das EBITDA um 598 TEUR auf 902 TEUR (9M/2018: 304 TEUR) im Vergleich zum Vorjahreszeitraum an.

Die Umsatzerlöse der **internationalen Geschäftstätigkeiten** waren in den ersten neun Monaten 2019 mit einer Reduktion in Höhe von 5 % auf 4.255 TEUR (9M/2018: 4.499 TEUR) leicht rückläufig.

Ursächlich hierfür war, dass die Umsatzziele im **britischen** sowie im **spanischen Markt** nicht erreicht werden konnten. Demgegenüber konnten die Umsatzerlöse in **Österreich** und **Polen** um rund 23 % im Vergleich zum Vorjahreszeitraum gesteigert werden.

Auf Gesamtjahresebene wird für das **internationale Segment** jedoch eine Stabilisierung sowie ein Umsatzwachstum im Vergleich zum Vorjahr erwartet.

Durch eine entsprechende Anpassung der Kostenstruktur konnte das EBITDA der **internationalen Geschäftstätigkeiten** allerdings um 420 TEUR im Vergleich zum Vorjahreszeitraum verbessert werden.

Im Ergebnis steuert das Segment ein positives EBITDA zum Konzernergebnis in Höhe von 654 TEUR (9M/2018: 234 TEUR) bei.

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

ÜBERLEITUNGSRECHNUNG		9M/2019	9M/2018
(in TEUR)			
EBITDA		-176	-429
Abschreibungen und Wertminderungen		-399	-213
Finanzergebnis		-169	-82
Ergebnis vor Steuern		-744	-724
Steuern		-71	-53
Ergebnis nach Steuern		-814	-777

Zum 30. September 2019 betragen die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen in der **nationalen Region** 1.418 TEUR (Vorjahr: 882 TEUR) sowie 712 TEUR (Vorjahr: 1.151 TEUR) in der **Region international** sowie im Bereich **Corporate Functions** in Höhe von 606 TEUR (Vorjahr: 563 TEUR).

Daneben beliefen sich die Verbindlichkeiten in der **nationalen Region** auf 1.689 TEUR (Vorjahr: 1.261 TEUR), **international** auf 731 TEUR (Vorjahr: 915 TEUR) sowie im Bereich **Corporate Functions** auf 402 TEUR (Vorjahr: 344 TEUR).

CASH-FLOW RECHNUNG

Zum 30. September 2019 beliefen sich die **liquiden Mittel** der YOC-Gruppe auf 0,2 Mio. EUR.

Der **operative Cash-Flow** der YOC-Gruppe betrug 0,2 Mio. EUR im Berichtszeitraum (9M/2018: -1,2 Mio. EUR). Dieser resultierte, neben dem Ergebnis nach Steuern, aus der geschäftsbedingten Veränderung des Working Capital.

Der Mittelabfluss aus **Investitionstätigkeiten** in Höhe von insgesamt 0,4 Mio. EUR (9M/2018: 0,4 Mio. EUR) umfasst primär die aktivierungsfähigen Entwicklungskosten im Zusammenhang mit der Weiterentwicklung der technologischen Plattformen beziehungsweise innovativer Produkte des Unternehmens sowie externe Entwicklungskosten.

Im Sachanlagevermögen verhalten sich Zu- und Abgänge ausgewogen.

Der **Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeiten** in Höhe von -0,2 Mio. EUR (9M/2018: 1,5 Mio. EUR) resultiert aus der Tilgung von Darlehens- und Leasingverbindlichkeiten.

EREIGNISSE NACH DER ZWISCHENBERICHTSPERIODE

Die YOC AG hat am 01. Oktober 2019 bekannt gegeben, dass das Bußgeldverfahren der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungen (BaFin) im Wege der einvernehmlichen Verständigung (Settlement) beendet wurde. Dieses Settlement berücksichtigt insbesondere die Mitwirkung der YOC AG bei der Sachverhaltsaufklärung. Die sich aus dem Settlement ergebende Zahlung an die BaFin beträgt 45 TEUR.

Hintergrund des Verfahrens war die nicht erfolgte Aufnahme der Versicherung der gesetzlichen Vertreter nach § 264 Abs. 2 Satz 3, § 289 Abs. 1 Satz 5 des Handelsgesetzbuches in die Halbjahresfinanzberichte 2016 und 2017. Die Richtigkeit der Finanzangaben steht und stand nicht in Frage.

Darüber hinaus haben sich bis zum Zeitpunkt der Veröffentlichung des Konzernzwischenabschlusses keine weiteren wesentlichen Ereignisse nach dem 30. September 2019 ergeben.

RISIKO- UND CHANCENBERICHT

Die Finanzinstrumente beinhalten Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, Zahlungsmittel, sonstige Vermögenswerte und Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen, sonstige Verbindlichkeiten sowie die YOC Wandelschuldverschreibung 2018–2022. Es besteht die Möglichkeit, dass die YOC Wandelschuldverschreibung 2018–2022 am Rückzahlungstag nicht oder nur teilweise in YOC Aktien gewandelt beziehungsweise gewandelt worden ist. In diesem Falle würde die Rückzahlung der nicht gewandelten Schuldverschreibungen zu 112 % erfolgen.

Alle weiteren Angaben zu den unternehmens- sowie branchenspezifischen und finanzwirtschaftlichen Risiken der YOC-Gruppe sowie deren Management erfolgen im Risikobericht des Konzernlageberichts, welcher Bestandteil der Prüfung durch den Jahresabschlussprüfer ist.

HAFTUNGSVERHÄLTNISSE, EVENTUALVERBINDLICHKEITEN UND ÄHNLICHES

Aus dem virtuellen Aktienoptionsprogramm können sich in Abhängigkeit von einem bestimmten Ausübungsszenario unter Umständen Zahlungsverpflichtungen ergeben. Darüber hinaus liegen keine weiteren Haftungsverhältnisse, Gewährleistungen, Eventualverbindlichkeiten oder Ähnliches vor.

ANGABEN ZU BEZIEHUNGEN ZU NAHESTEHENDEN UNTERNEHMEN UND PERSONEN

Als nahestehende Unternehmen und Personen im Sinne des IAS 24 kommen grundsätzlich Mitglieder des Vorstandes und des Aufsichtsrates der YOC AG sowie deren Familienangehörige sowie von diesem Personenkreis beherrschte Gesellschaften in Betracht.

Darüber hinaus gelten Personen in Schlüsselpositionen und deren enge Familienangehörige (gemäß IAS 24.9) als nahestehende Personen.

Verpflichtungen der YOC AG gegenüber dem Vorstand Dirk-Hilmar Kraus in Höhe von 180 TEUR werden seit dem 01. Januar 2015 mit 5 % p. a. verzinst und unter den langfristigen finanziellen Verbindlichkeiten ausgewiesen.

Des Weiteren hat Herr Dirk-Hilmar Kraus der Gesellschaft im Jahresverlauf 2019 ein Darlehen in Höhe von 100 TEUR zur Finanzierung weiteren Unternehmenswachstums zur Verfügung gestellt. Dieses wird mit 6 % p. a. verzinst und unter den langfristigen finanziellen Verbindlichkeiten ausgewiesen.

Darüber hinaus fanden im Berichtszeitraum keine wesentlichen Geschäftsvorfälle mit nahestehenden Unternehmen und Personen statt.

VERSICHERUNG DER GESETZLICHEN VERTRETER

Ich versichere nach bestem Wissen, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen für die Finanzberichterstattung der Konzern-Zwischenabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt und im Konzernzwischenlagebericht 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 im verbleibenden Geschäftsjahr beschrieben sind.

Berlin, 20. November 2019



Dirk-Hilmar Kraus

Der Vorstand

YOC-STANDORTE

BERLIN

YOC AG
YOC Mobile Advertising GmbH

Greifswalder Straße 212
10405 Berlin
Deutschland

DÜSSELDORF

YOC Mobile Advertising GmbH

Königsallee 94
40212 Düsseldorf
Deutschland

LONDON

YOC Mobile Advertising Ltd.

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

MADRID

YOC Spain S.L.

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

WIEN

YOC Central Eastern Europe GmbH

Neubaugasse 10/2/17
1070 Wien
Österreich

WARSCHAU

YOC Poland sp. z o.o.

Ul. Biały Kamień 3 m 49
02-593 Warszawa
Polen

AMSTERDAM

YOC Mobile Advertising Netherlands

Mediarena 2
1114 BC Amsterdam – Duivendrecht
Niederlande

FINANZKALENDER

10./11. DEZEMBER 2019

MKK – Münchner Kapitalmarkt Konferenz

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

