

GESCHÄFTSBERICHT 2015

YOC AG



**MOBILE
ADVERTISING**

Bestätigungsvermerk

Wir haben den Jahresabschluss - bestehend aus Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung sowie Anhang - unter Einbeziehung der Buchführung und den Lagebericht der YOC AG, Berlin, für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember 2015 geprüft. Die Buchführung und die Aufstellung von Jahresabschluss und Lagebericht nach den deutschen handelsrechtlichen Vorschriften liegen in der Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über den Jahresabschluss unter Einbeziehung der Buchführung und über den zusammengefassten Lagebericht abzugeben.

Wir haben unsere Jahresabschlussprüfung nach § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung vorgenommen. Danach ist die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass Unrichtigkeiten und Verstöße, die sich auf die Darstellung des durch den Jahresabschluss unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung und durch den Lagebericht vermittelten Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage wesentlich auswirken, mit hinreichender Sicherheit erkannt werden. Bei der Festlegung der Prüfungshandlungen werden die Kenntnisse über die Geschäftstätigkeit und über das wirtschaftliche und rechtliche Umfeld der Gesellschaft sowie die Erwartungen über mögliche Fehler berücksichtigt. Im Rahmen der Prüfung werden die Wirksamkeit des rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystems sowie Nachweise für die Angaben in Buchführung, Jahresabschluss und Lagebericht überwiegend auf der Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung umfasst die Beurteilung der angewandten Bilanzierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen der gesetzlichen Vertreter sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Jahresabschlusses und des Lageberichts. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Unsere Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt.

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse entspricht der Jahresabschluss den gesetzlichen Vorschriften und vermittelt unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft. Der Lagebericht steht in Einklang mit dem Jahresabschluss, vermittelt insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage der Gesellschaft und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar.

Ohne diese Beurteilung einzuschränken, weisen wir auf die Ausführungen des Vorstands im Abschnitt „Ausblick“ des Prognoseberichts und im Abschnitt „Finanz- und Treasury Risiken“ des Lageberichtes hin. Dort wird ausgeführt, dass der Fortbestand des Unternehmens gefährdet ist. Zur Aufrechterhaltung der Liquidität im Prognosezeitraum ist die Gesellschaft davon abhängig, dass

- die geplanten Eigen- und Fremdkapitalmaßnahmen im ersten Halbjahr 2016, die zu einem Liquiditätszufluss von mindestens 1,1 Mio. EUR führen, durchgeführt werden,
- Ansprüche aus nicht operativen Geschäftsvorfällen in den nächsten sechs Monaten erfolgreich durchgesetzt werden,
- der geplante Geschäftsverlauf, insbesondere die signifikanten Umsatzsteigerungen und eine erhebliche Verbesserung des operativen Ergebnisses realisiert werden.

Der Fortbestand des Unternehmens hängt davon ab, dass die oben genannten Maßnahmen erfolgreich umgesetzt werden und der geplante Geschäftsverlauf realisiert werden kann.

Berlin, 18. April 2016

Ernst & Young GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Dr. Röders
Wirtschaftsprüfer

Klemm
Wirtschaftsprüfer

Aktiva	31.12.2014		Passiva	31.12.2014	
	EUR	EUR		EUR	EUR
A. Anlagevermögen			A. Eigenkapital		
I. Immaterielle Vermögensgegenstände			I. Gezeichnetes Kapital		
1. Entgeltlich erworbene Schutzrechte und Lizenzen sowie EDV-Software	478.042,01	13	1. Gezeichnetes Kapital	3.112.473,00	2.859
2. Geleistete Anzahlungen	95.490,97	0	2. Eigene Aktien	-4.000,00	-4
		13	Bedingtes Kapital: EUR 1.175.000,00		
	573.532,98			3.108.473,00	2.855
II. Sachanlagen			II. Kapitalrücklage	21.400.750,89	20.854
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	75.686,93	157	III. Bilanzverlust	-25.482.225,87	-24.102
III. Finanzanlagen				-973.001,98	-393
1. Anteile an verbundenen Unternehmen	707.801,37	313	davon nicht durch Eigenkapital gedeckt	973.001,98	393
2. Ausleihungen an verbundene Unternehmen	0,00	422		0,00	0
	707.801,37	735			
	1.357.021,28	905	B. Rückstellungen		
B. Umlaufvermögen			Sonstige Rückstellungen	660.823,82	558
I. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände			C. Verbindlichkeiten		
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	32.588,05	2	1. Verbindlichkeiten gegenüber Gesellschaftern	300.000,00	0
2. Forderungen gegen verbundene Unternehmen	872.284,69	1.304	2. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	209.309,84	274
3. Sonstige Vermögensgegenstände	201.935,98	413	3. Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	2.267.234,75	2.257
	1.106.808,72	1.719	4. Sonstige Verbindlichkeiten	75.437,96	154
II. Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten	40.826,99	189	davon aus Steuern EUR 22.649,40 (Vj. TEUR 16)		
	1.147.635,71	1.908		2.851.982,55	2.685
C. Rechnungsabgrenzungsposten	35.147,40	37			
D. Nicht durch Eigenkapital gedeckter Fehlbetrag	973.001,98	393			
	3.512.806,37	3.243		3.512.806,37	3.243

YOC AG, Berlin
Gewinn- und Verlustrechnung für 2015

Anlage 2

	2015		2014
	EUR	EUR	TEUR
1. Umsatzerlöse	265.426,94		120
2. Sonstige betriebliche Erträge	<u>1.918.740,61</u>		<u>8.094</u>
davon aus Währungsumrechnung EUR 29.936,51 (Vj. TEUR 97)		2.184.167,55	<u>8.214</u>
3. Materialaufwand			
Aufwendungen für bezogene Leistungen	262.464,74		0
4. Personalaufwand			
a) Löhne und Gehälter	1.040.433,64		679
b) Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung	136.961,99		97
davon für Altersversorgung EUR 483,63 (Vj. TEUR 1)			
5. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	98.096,27		178
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen	<u>1.708.599,43</u>		<u>4.127</u>
davon aus Währungsumrechnung EUR 3.279,82 (Vj. TEUR 8)		3.246.556,07	<u>5.081</u>
7. Erträge aus Beteiligungen	329.376,05		0
8. Erträge aus Ergebnisabführungsverträgen	0,00		901
9. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	186.613,00		28
davon aus verbundenen Unternehmen EUR 0,00 (Vj. TEUR 28)			
10. Zinsen und ähnliche Aufwendungen	42.564,91		135
davon an verbundene Unternehmen EUR 21.301,89 (Vj. TEUR 91)			
11. Aufwendungen aus Verlustübernahme	<u>789.724,39</u>		<u>973</u>
		<u>-316.300,25</u>	<u>-179</u>
12. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit		-1.378.688,77	<u>2.954</u>
13. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-50,17		2
14. Sonstige Steuern	<u>1.915,88</u>		<u>9</u>
		<u>1.865,71</u>	<u>11</u>
15. Jahresfehlbetrag (Vj. Jahresüberschuss)		-1.380.554,48	<u>2.943</u>
16. Verlustvortrag		<u>-24.101.671,39</u>	<u>-27.045</u>
17. Bilanzverlust		<u><u>-25.482.225,87</u></u>	<u><u>-24.102</u></u>

Bericht des Aufsichtsrats

Der Aufsichtsrat hat im Geschäftsjahr 2015 seine Aufgaben und Pflichten nach Gesetz, Satzung und Geschäftsordnung umfassend und sorgfältig wahrgenommen. Er hat sich intensiv mit der Lage des Unternehmens beschäftigt sowie den Vorstand bei der Leitung der Gesellschaft regelmäßig beraten und dessen Tätigkeit laufend überwacht. Dabei hat er sich von der Recht-, Zweck- und Ordnungsmäßigkeit der Geschäftsführung überzeugt.

Die Überwachung bezog sich auch auf angemessene Maßnahmen zu Risikoversorge und Compliance. Der Aufsichtsrat hat ebenfalls überwacht, dass der Vorstand die ihm nach § 91 Abs. 2 AktG obliegenden Maßnahmen in geeigneter Form getroffen hat.

In alle Entscheidungen von grundlegender Bedeutung für die Gesellschaft war der Aufsichtsrat unmittelbar eingebunden und hat diese ausführlich erörtert. Der Aufsichtsrat hat sich mittels regelmäßiger schriftlicher und mündlicher Berichte des Vorstands pflichtgemäß mit der Umsatz- und Ertragslage des Unternehmens, dem Geschäftsverlauf, der beabsichtigten Geschäftspolitik und der Unternehmensplanung sowie dem Risikomanagementsystem und dem internen Kontrollsystem befasst.

In Bezug auf Entscheidungen oder Maßnahmen des Vorstands, die nach Gesetz oder geltender Geschäftsordnung des Vorstands der Zustimmung des Aufsichtsrats bedürfen, hat der Aufsichtsrat jeweils nach gründlicher Prüfung der unterbreiteten Unterlagen und nach eingehender Erörterung seine Zustimmung erteilt.

Neben zahlreichen Sachthemen, zustimmungspflichtigen Maßnahmen und der Geschäftsentwicklung wurden im Geschäftsjahr 2015 grundsätzliche Fragen der Unternehmensplanung, der Finanzierung, der Unternehmensstrategie, der Konsolidierung des internationalen Geschäftes sowie Personalentscheidungen ausführlich beraten. Kurzfristige, mittelfristige und langfristige Themen wurden gleichermaßen behandelt.

Zusammensetzung des Aufsichtsrats

Der Aufsichtsrat der YOC AG setzte sich im Jahr 2015 aus drei Personen zusammen: Dr. Nikolaus Breuel ist seit dem 16. Januar 2014 der Vorsitzende des Gremiums. Sein Stellvertreter ist Konstantin Graf Lambsdorff. Das dritte Aufsichtsratsmitglied ist Sacha Berlik.

Wesentliche Themen der Aufsichtsratsstätigkeit

Im Berichtszeitraum fanden insgesamt sieben Präsenz-Sitzungen des Aufsichtsrats statt. Zudem gab es weitere telefonische Sitzungen sowie schriftliche Beschlussfassungen des Aufsichtsrats. Der Aufsichtsrat wurde vom Vorstand der YOC AG kontinuierlich über die aktuelle Entwicklung der Geschäftslage und alle wesentlichen Geschäftsvorfälle unterrichtet. Über Vorkommnisse von besonderer Bedeutung wurde der Aufsichtsrat auch zwischen den Sitzungen durch den Vorstand informiert. Darüber hinaus führten der Aufsichtsratsvorsitzende und der Vorstand regelmäßig Informations- und Beratungsgespräche. Der Aufsichtsrat machte auch von der Möglichkeit Gebrauch, sich ohne die Anwesenheit des Vorstands zu besprechen. In den Sitzungen und den sonstigen Beschlussfassungen im Jahr 2015 war der Aufsichtsrat jederzeit beschlussfähig und vollständig. Anhaltspunkte für mögliche Interessenkonflikte von Aufsichtsratsmitgliedern traten im Geschäftsjahr 2015 nicht auf.

Vorrangige Aufmerksamkeit widmete der Aufsichtsrat wirtschaftlichen und strategischen Punkten wie der Umsatzentwicklung in Deutschland, Österreich, Spanien und Großbritannien, der Liquiditätsplanung, der Transformation des Geschäftsmodells sowie der Kapitalmaßnahme der Gesellschaft. Der jeweilige Status des Anspruchs des variablen Kaufpreisanteils aus dem Verkauf der belboon GmbH im Geschäftsjahr 2014 sowie dem außerordentlichen Ertrag aus einem außergerichtlichen Vergleich waren bis zu ihrem Abschluss fortlaufende Themen.

In seinen Aufsichtsratssitzungen vom 27. Januar 2015 und 19. März 2015 befasste sich das Gremium mit dem Wirtschaftsplan, der zugehörigen Liquiditätsplanung und der Roadmap zu Produkten und Operations für das Geschäftsjahr 2015. Zudem waren die aktuelle Geschäftsentwicklung sowie der noch ungeprüfte Konzernjahresabschluss 2014 Themen. In der Sitzung vom 19. März wurde der vom Vorstand der YOC AG vorgelegten und von diesem beschlossenen jährlichen Entsprechenserklärung gemäß § 161 AktG nach eingehender Prüfung und Erörterung einstimmig zugestimmt.

In der Aufsichtsratssitzung vom 22. April 2015 stellten die Wirtschaftsprüfer den aktuellen Stand des Jahres- und Konzernabschlusses der YOC AG vor. Den Abschluss zum 31. Dezember 2014 billigte der Aufsichtsrat in seinem schriftlichen Beschluss vom gleichen Tag. Im Rahmen der aktuellen Geschäftsentwicklung wurde auch die Schließung des französischen Büros diskutiert. Der Aufsichtsrat beschloss darüber hinaus am 22. April 2015 eine kombinierte Eigenkapital- und Fremdkapitalmaßnahme (Kapitalerhöhung und Finanzierung).

Mit Datum 25. Juli 2015 beschloss der Aufsichtsrat, wie zuvor der Vorstand, die Beschlussvorschläge für die ordentliche Hauptversammlung vom 25. August 2015. In der am gleichen Termin stattfindenden Aufsichtsratssitzung diskutierte das Gremium die Geschäftsentwicklung im ersten Halbjahr 2015 und den Forecast für das Geschäftsjahr 2015.

Die Aufsichtsratssitzungen vom 24. August 2015, 09. November 2015 und 15. Dezember 2015 hatten als zentrale Themen die aktuelle Geschäftsentwicklung der YOC-Landesgesellschaften, die Liquiditätsplanung für 2016 mit Ausblick auf 2017 sowie die Genehmigung des Wirtschaftsplanes für 2016 der YOC-Gruppe.

Prüfung des Jahres- und Konzernabschlusses

Der durch den Aufsichtsrat beauftragte Abschlussprüfer, die Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, hat den vom Vorstand aufgestellten Jahres- und Konzernabschluss sowie den in zusammengefasster Form erstellten Konzern- und Lagebericht für das Geschäftsjahr 2015 geprüft und mit einem Bestätigungsvermerk versehen. Der Abschlussprüfer hat zudem im Rahmen seiner Prüfung zusammenfassend festgestellt, dass der Vorstand ein den gesetzlichen Vorschriften entsprechendes Risikomanagementsystem eingerichtet hat und dass dieses grundsätzlich geeignet ist, Entwicklungen, die den Fortbestand des Unternehmens gefährden könnten, frühzeitig zu erkennen.

Die vorstehenden Unterlagen und die Prüfungsberichte wurden allen Aufsichtsratsmitgliedern rechtzeitig zur Verfügung gestellt. Die Unterlagen wurden in Anwesenheit des Abschlussprüfers in der Bilanzsitzung am 18. April 2016 umfassend geprüft und erörtert. Der Abschlussprüfer berichtete dabei über die wesentlichen

Ergebnisse seiner Prüfung und stand für ergänzende Auskünfte zur Verfügung. Der Abschlussprüfer ging auch auf Umfang, Schwerpunkte und Kosten der Abschlussprüfung ein. Umstände, die die Befangenheit des Abschlussprüfers besorgen lassen, lagen nicht vor.

Den Bericht des Abschlussprüfers nahm der Aufsichtsrat zur Kenntnis und schloss sich dem Ergebnis der Prüfung durch den Abschlussprüfer an. Der Aufsichtsrat stimmte mit dem Vorstand in seiner Einschätzung der Lage der YOC AG und der YOC-Gruppe überein. Da die eigene Prüfung keine Einwendungen ergab, billigte der Aufsichtsrat den vom Vorstand aufgestellten Jahres- und Konzernabschluss sowie den in zusammengefasster Form erstellten Konzern- und Lagebericht für das Geschäftsjahr 2015. Der Jahresabschluss der YOC AG ist damit festgestellt.

Corporate Governance

Der Aufsichtsrat hat sich auch im Geschäftsjahr 2015 mit den Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex beschäftigt. In diesem Zusammenhang hat der Aufsichtsrat auch die Angemessenheit und Üblichkeit der Vorstandsvergütung überprüft. Weiterhin hat der Aufsichtsrat die Effizienz seiner Tätigkeit sowie die Inhalte der Erklärung zur Unternehmensführung, einschließlich der Entsprechenserklärung zum Deutschen Corporate Governance Kodex nach § 161 AktG, erörtert. Vorstand und Aufsichtsrat haben im Februar 2016 ihre gemeinsame Entsprechenserklärung erneuert. Die Gesellschaft entspricht den Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex weitgehend. Die Entsprechenserklärung mit Erläuterungen hinsichtlich der Abweichungen von den Empfehlungen befindet sich als Bestandteil der Erklärung zur Unternehmensführung in diesem Geschäftsbericht. Zudem wurde sie auf der Internetseite der Gesellschaft dauerhaft zugänglich gemacht. Weitere Informationen zur Corporate Governance bei der YOC AG können Sie darüber hinaus dem Corporate Governance Bericht in diesem Geschäftsbericht entnehmen.

Personelle Veränderungen im Vorstand

Seit dem 01.01.2015 besteht der Vorstand der YOC AG aus zwei Personen. Der Aufsichtsrat bestellte Michael Kruse neben Dirk Kraus (seit September 2013 im Amt) zum gleichberechtigten Vorstand der Gesellschaft.

Dank an den Vorstand und die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der YOC AG

Der Aufsichtsrat dankt dem Vorstand und allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der YOC AG und aller Konzerngesellschaften für ihren hohen Einsatz im zurückliegenden Geschäftsjahr.

Berlin, im April 2016

Der Aufsichtsrat

Dr. Nikolaus Breuel
Vorsitzender



Anhang für das Geschäftsjahr 2015 der YOC AG, Berlin

I. Allgemeine Angaben

Die YOC AG ist eine große Kapitalgesellschaft im Sinne des § 267 Abs. 3 Satz 2 HGB.

Die Aufstellung des Jahresabschlusses zum 31. Dezember 2015 erfolgte nach den Rechnungslegungsvorschriften des Handelsgesetzbuches und den einschlägigen Vorschriften des Aktiengesetzes. Der Abschluss ist in Euro aufgestellt. Die Gesellschaft hat nach § 290 Abs. 2 HGB die Pflicht, einen Konzernabschluss aufzustellen. Sie hat diesen nach den International Financial Reporting Standards (IFRS), wie sie in der Europäischen Union (EU) anzuwenden sind, unter Berücksichtigung der zusätzlichen Anforderungen des § 315a HGB aufgestellt.

Bei der Gewinn- und Verlustrechnung wird das Gesamtkostenverfahren gemäß § 275 Abs. 2 HGB angewandt.

Zwischen der YOC AG und der Tochtergesellschaft YOC Mobile Advertising GmbH besteht ein Beherrschungs- und Ergebnisabführungsvertrag.

Der Jahresabschluss wurde auf der Grundlage der Fortführung der Unternehmens-tätigkeit aufgestellt.

II. Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Die Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden des Vorjahres wurden beibehalten. Der Jahresabschluss der YOC AG vermittelt unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft.

Immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen werden zu Anschaffungskosten, vermindert um die planmäßigen Abschreibungen, bewertet. Vom Aktivierungswahlrecht bezüglich selbst geschaffener immaterieller Vermögensgegenstände des Anlagevermögens gemäß § 248 Abs. 2 HGB wird kein Gebrauch gemacht. Abschreibungen werden planmäßig nach der linearen Abschreibungsmethode vorgenommen. Die betriebsgewöhnliche Nutzungsdauer liegt für die immateriellen Anlagegüter zwischen 3 und 5 Jahren und für die Betriebs- und Geschäftsausstattung zwischen 3 bis 8 Jahren. Geringwertige Wirtschaftsgüter mit Anschaffungskosten zwischen EUR 150 und EUR 1.000 werden gemäß § 6 Abs. 2a EStG im Jahr des Zugangs und in den folgenden vier Jahren mit jeweils 20 % abgeschrieben.

Anlage 3

Das Finanzanlagevermögen wird mit den Anschaffungskosten zuzüglich der Anschaffungsnebenkosten nach § 255 Abs. 1 HGB angesetzt. Außerplanmäßige Abschreibungen werden nur bei einer voraussichtlich dauernden Wertminderung vorgenommen. Ausleihungen werden grundsätzlich zum Nennwert bilanziert. Ausleihungen in Fremdwährung werden zum Stichtag mit dem Devisenmittelkurs umgerechnet und maximal bis zur Höhe der Anschaffungskosten angepasst.

Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, Forderungen gegen verbundene Unternehmen und sonstige Vermögensgegenstände werden grundsätzlich zum Nominalwert angesetzt. Ausfallrisiken werden durch die Bildung von Wertberichtigungen Rechnung getragen.

Flüssige Mittel werden zum Nennwert erfasst.

Rechnungsabgrenzungsposten auf der Aktivseite der Bilanz weisen Ausgaben vor dem Bilanzstichtag aus, die Aufwendungen für eine bestimmte Zeit nach diesem Termin darstellen.

Rückstellungen enthalten alle absehbaren Risiken und ungewisse Verbindlichkeiten. Sie sind in der Höhe angesetzt, die nach vernünftiger kaufmännischer Beurteilung unter Berücksichtigung zukünftiger Kosten- und Preissteigerungen notwendig ist. Rückstellungen mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr werden, sofern erforderlich, mit dem von der Bundesbank zum Stichtag veröffentlichten risiko- und laufzeitadäquaten Zinssatz abgezinst.

Verbindlichkeiten sind zum Erfüllungsbetrag angesetzt.

Für die Ermittlung latenter Steuern aufgrund von temporären oder quasi-permanenten Differenzen zwischen den handelsrechtlichen Wertansätzen von Vermögensgegenständen, Schulden und Rechnungsabgrenzungsposten und ihren steuerlichen Wertansätzen oder aufgrund steuerlicher Verlustvorträge werden die Beträge der sich ergebenden Steuerbe- und -entlastung mit den unternehmensindividuellen Steuersätzen im Zeitpunkt des Abbaus der Differenzen bewertet und nicht abgezinst. Aktive und passive Steuerlatenzen werden verrechnet. Die Aktivierung latenter Steuern unterbleibt in Ausübung des dafür bestehenden Ansatzwahlrechts.

Forderungen und Verbindlichkeiten in Fremdwährung werden bei der Entstehung zum aktuellen Tageskurs erfasst. Beim Ausgleich entstehende Abweichungen werden als Kursdifferenzen ausgebucht.

Gewinne und Verluste aus der Umrechnung von Umlaufvermögen in Fremdwährung werden zum Bilanzstichtag erfolgswirksam erfasst.

Die Erfassung der Umsatzerlöse erfolgt zum Zeitpunkt der Leistungserbringung bzw. zum Zeitpunkt des Gefahrenübergangs an den Kunden.

Aufwendungen werden zum Zeitpunkt ihrer Entstehung berücksichtigt bzw. entsprechend ihrer wirtschaftlichen Verursachung periodengerecht erfasst.

III. Verkauf des Geschäftsbereichs Affiliate Marketing

Der im Kalenderjahr 2014 vollzogene Verkauf der Tochtergesellschaft belboon GmbH führte im Geschäftsjahr zu einem weiteren positiven Ergebniseffekt in Höhe von TEUR 46,6.

IV. Erläuterungen zur Bilanz und zur Gewinn- und Verlustrechnung

a. Anlagevermögen

Zur Entwicklung des Anlagevermögens verweisen wir auf die Anlage zum Anhang.

Zum Ende des Geschäftsjahres 2015 kaufte die YOC AG die in der Tochtergesellschaft YOC Mobile Advertising GmbH selbst entwickelte Software zu einem Preis in Höhe von TEUR 570,4 ab.

Die Sachinvestitionen des Geschäftsjahres in Höhe von TEUR 36,9 wurden für die Erweiterung und Erneuerung der technischen und administrativen Infrastruktur getätigt. Die Anlageabgänge in Höhe von TEUR 30,6 resultieren aus dem Verkauf nicht betriebsnotwendigen Anlagevermögens an den verkauften Geschäftsbereich Affiliate Marketing.

Der Anstieg der Anteile an verbundenen Unternehmen ist auf Kapitalerhöhungen bei der YOC Mobile Advertising Ltd. in Höhe von TEUR 447,8 und der YOC Spain S.L. in Höhe von TEUR 185,0 zurückzuführen. Im Dezember 2015 wurde die Liquidation der Moustik GmbH abgeschlossen, in dessen Zuge die Beteiligung in Höhe von TEUR 238,2 abging.

Bei den Anteilen an verbundenen Unternehmen handelt es sich um die folgenden Gesellschaften:

Unternehmen	Anschaffungsdatum	Anteil	Gesellschaftskapital	Eigenkapital per 31.12.2015	Ergebnis 2015
YOC Mobile Advertising GmbH, Berlin	11.03.2009	100 %	26.000,00	37.546,39	-*
YOC Mobile Advertising Ltd., London, Großbritannien	01.01.2007	100 %	449.741,41	-580.552,26	492.598,28**
YOC CEE GmbH, Wien, Österreich	01.06.2009	100 %	35.000,00	205.703,92	170.703,92
YOC Spain, S.L., Madrid, Spanien	22.09.2009	100 %	188.006,00	-251.831,45	-44.749,69
YOC France S.A.S. i.L., Paris, Frankreich	23.03.2011	100 %	13.340,00	-210.021,27	-258.948,56

Alle Angaben in Euro, sofern nicht anders vermerkt.

* Aufgrund eines Ergebnisabführungsvertrags an die YOC AG abgeführt.

** Umgerechnet mit einem Kurs in Höhe von 1 GBP = 1,37710 EUR

Anlage 3

b. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände

	Mit einer Restlaufzeit von			Gesamt
	<1 Jahr	1-5 Jahren	>5 Jahren	
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	32,6 (1,7)	0,0 (0,0)	0,0 (0,0)	32,6 (1,7)
Forderungen gegen verbundene Unternehmen	872,3 (1.304,5)	0,0 (0,0)	0,0 (0,0)	872,3 (1.304,5)
Sonstige Vermögensgegenstände	201,9 (413,0)	0,0 (0,0)	0,0 (0,0)	201,9 (413,0)
	1.106,8 (1.719,2)	0,0 (0,0)	0,0 (0,0)	1.106,8 (1.719,2)

(Vorjahreswerte in Klammern)

In den Forderungen gegen verbundene Unternehmen sind Forderungen aus Lieferungen und Leistungen in Höhe von TEUR 461,8 (2014: TEUR 352,4) sowie sonstige Forderungen (insbesondere Forderungen aus Darlehensgewährung und aus der umsatzsteuerlichen Organschaft) in Höhe von TEUR 410,5 (2014: TEUR 952,1) enthalten, wobei im Vorjahr zusätzlich Forderungen aus Ergebnisabführungen enthalten waren.

Die sonstigen Vermögensgegenstände in Höhe von TEUR 201,9 (2014: TEUR 413,0) beinhalten hauptsächlich Forderungen aus Erstattungszinsen aus der Betriebsprüfung bei der belboon GmbH in Höhe von TEUR 186,6.

c. Liquide Mittel

	31.12.2015	31.12.2014
	TEUR	TEUR
Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten	40,8	189,2

Die liquiden Mittel umfassen sämtliche Bank- und Kassenbestände sowie kurzfristige Festgeldanlagen in Höhe von insgesamt TEUR 40,8 (2014: TEUR 189,2). Bankkonten, die in Fremdwährungen geführt werden, wurden zum Stichtagskurs umgerechnet. Zum 31. Dezember 2015 waren keine liquiden Mittel als Sicherheit begeben worden.

d. Aktive Rechnungsabgrenzungsposten

	31.12.2015	31.12.2014
	TEUR	TEUR
Aktiver Rechnungsabgrenzungsposten	<u>35,1</u>	<u>37,0</u>

Im aktiven Rechnungsabgrenzungsposten sind die Abgrenzungen für Jahreslizenzen u. a. für Softwarelösungen, Jahresbeiträge zu Versicherungen sowie Aktienbetreuung erfasst.

e. Eigenkapital

	31.12.2015	31.12.2014
	TEUR	TEUR
Gezeichnetes Kapital	<u>3.112,5</u>	<u>2.858,5</u>
Eigene Anteile	-4,0	-4,0
Kapitalrücklage	21.400,7	20.854,7
Bilanzverlust	<u>-25.482,2</u>	<u>-24.101,7</u>
	-973,0	-392,5
Davon nicht durch Eigenkapital gedeckt	<u>973,0</u>	<u>392,5</u>
	<u>0,0</u>	<u>0,0</u>

Gezeichnetes Kapital

Das gezeichnete Kapital beträgt TEUR 3.112,5 (2014: TEUR 2.858,5).

Am 22. April 2015 beschlossen Vorstand und Aufsichtsrat der YOC AG eine Kapitalerhöhung aus dem genehmigten Kapital gegen Bareinlagen im Umfang von 253.973 neuen Stückaktien unter Ausschluss des Bezugsrechts der bestehenden Aktionäre. Mit einem Ausgabepreis von 3,15 EUR je Aktie erzielte die Gesellschaft einen Bruttoemissionserlös in Höhe von TEUR 800.

Zum 31. Dezember 2015 hält die YOC AG 4.000 Stück eigene Aktien.

Genehmigtes Kapital

Der Vorstand kann mit Genehmigung durch den Aufsichtsrat über ein genehmigtes Kapital von TEUR 1.556,2 (Genehmigtes Kapital 2015/I) bis zum 24. August 2020 verfügen. Das genehmigte Kapital berechtigt einmalig oder mehrfach zur Erhöhung des Grundkapitals durch die Ausgabe neuer auf den Inhaber lautende Stückaktien.

Bedingtes Kapital

Im Geschäftsjahr 2009 wurde ein bedingtes Kapital in Höhe von TEUR 175,0 geschaffen, um dem Management, den Mitarbeitern und den verbundenen

Anlage 3

Unternehmen der Gesellschaft Bezugsrechte im Rahmen des YOC-Management-Incentive-Programms zu gewähren.

Gemäß Beschluss der Hauptversammlung vom 25. August 2015 ist das Grundkapital der Gesellschaft um bis zu 1.000.000 EUR durch Ausgabe von bis zu 1.000.000 neuen, auf den Inhaber lautenden Stückaktien bedingt erhöht. Die bedingte Kapitalerhöhung dient der Gewährung von Aktien an Inhaber bzw. Gläubiger von Wandelschuldverschreibungen sowie an Inhaber von Optionsrechten aus Optionsschuldverschreibungen, die aufgrund Ermächtigung bis 24. August 2020, ausgegeben werden.

Zum 31. Dezember 2015 sind 36.000 Stück (2014: 44.250 Stück) Bezugsrechte an Mitarbeiter und das Management der YOC AG und ihrer verbundenen Unternehmen ausgegeben.

Aktionärsstruktur

Entsprechend der durch die Aktionäre erfolgten Stimmrechtsanzeigen wird der Aktienbesitz zum 31. Dezember 2015 wie folgt gehalten:

	Anzahl der Aktien	Anteil
Vorstand* ** ***	615.873	19,8 %
DIH Deutsche Industrie Holding GmbH	308.278	9,9 %
Dr. Bernhard Heiss	285.333	9,2 %
Euroweb Beteiligung GmbH	158.730	5,1 %
Karl J. Kraus	108.308	3,5 %
YOC AG (eigene Anteile)	4.000	0,1 %
Free float	1.631.951	52,4%
Anzahl Aktien Gesamt	3.112.473	100,00 %

*Die Beteiligung der dkam GmbH ist Herrn Dirk Kraus zuzurechnen.

**3,01 % der Anteile hält Herr Dirk Kraus als Mitglied der Erbengemeinschaft nach Hilmar Kraus (93.803 Aktien)

***Die Beteiligung der AKT GmbH ist Herrn Michael Kruse zuzurechnen.

f. Rückstellungen

	31.12.2015	31.12.2014
	TEUR	TEUR
Personalarückstellungen	291,8	244,0
Ausstehende Eingangsrechnungen	158,8	102,0
Jahres- und Abschlussprüfungskosten	113,0	116,8
Rückstellungen für Aktienoptionen	73,1	68,2
Archivierungsrückstellungen	24,1	27,2
Gesamt Rückstellungen	660,8	558,2

Anlage 3

Bei den Personalrückstellungen handelt es sich im Wesentlichen um Rückstellungen für Abfindungen in Höhe von TEUR 203,8 (2014: TEUR 207,6), Rückstellungen für Boni, Provisionen und Prämien in Höhe von TEUR 67,0 (2014: TEUR 21,6) sowie Urlaubsrückstellungen in Höhe von TEUR 9,4 (2014: TEUR 10,1).

Für die Gewährung von Aktienoptionen im Rahmen des im Geschäftsjahr 2009 gestarteten Management-Incentive-Programms wurden Rückstellungen in Höhe von TEUR 31,1 (2014: TEUR 59,4) gebildet. Im Rahmen des in 2014 gestarteten virtuellen Aktienoptionsprogramms standen zum Bilanzstichtag TEUR 42,0 (2014: TEUR 8,8) zu Buche.

Unter der Position ausstehende Eingangsrechnungen sind in 2015 verursachte Aufwendungen ausgewiesen, für die zum Zeitpunkt der Abschlusserstellung noch keine Rechnungen vorlagen.

g. Verbindlichkeiten

	Mit einer Restlaufzeit von			Gesamt
	<1 Jahr	1-5 Jahren	>5 Jahren	
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
Verbindlichkeiten gegenüber Gesellschaftern	0,0 (0,0)	300,0 (0,0)	0,0 (0,0)	300,0 (0,0)
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	209,3 (274,3)	0,0 (0,0)	0,0 (0,0)	209,3 (274,3)
Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	1.546,1 (1.777,2)	721,1 (480,0)	0,0 (0,0)	2.267,2 (2.257,2)
Sonstige Verbindlichkeiten	75,4 (153,7)	0,0 (0,0)	0,0 (0,0)	75,4 (153,7)
	<u>1.830,8</u>	<u>1.021,1</u>	<u>0,0</u>	<u>2.852,0</u>
(Vorjahreswerte in Klammern)	<u>(2.205,2)</u>	<u>(480,0)</u>	<u>(0,0)</u>	<u>(2.685,2)</u>

Die sonstigen Verbindlichkeiten beinhalten Verbindlichkeiten aus Umsatzsteuern in Höhe von TEUR 36,2 (2014: TEUR 0,0) sowie Verbindlichkeiten im Rahmen des Abrufs von Investitionszulagen in Höhe von TEUR 13,2 (2014: TEUR 31,5).

Die Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen resultieren aus Darlehensverbindlichkeiten mit TEUR 1.394,2 (2014: TEUR 1.239,1 inklusive Verbindlichkeiten aus umsatzsteuerlicher Organschaft), aus Verlustübernahmen im Rahmen der Ergebnisabführung mit TEUR 789,7 (2014: TEUR 991,4) sowie aus Lieferungen und Leistungen mit TEUR 83,3 (2014: TEUR 26,7).

Zum 31. Dezember 2015 wurden keine Sicherheiten für die Verbindlichkeiten bestellt.

Anlage 3

h. Umsatzerlöse

Die Umsatzerlöse im Geschäftsjahr 2015 betrugen TEUR 265,4 (2014: TEUR 120,0). Ab Mitte des Jahres führte der Relaunch des Geschäftsbereichs Mobile Performance Marketing zu ersten Umsatzerlösen.

Der Anteil des Umsatzes mit verbundenen Unternehmen betrug im Jahr 2015 TEUR 227,1 (2014: TEUR 0,0).

i. Sonstige betriebliche Erträge

	2015	2014
	TEUR	TEUR
Ertrag eines außergerichtlichen Vergleichs	750,0	0,0
Weiterbelastung verauslagter Kosten	367,3	318,6
Weiterbelastung der Kosten für Shared Services	293,1	259,2
Erträge aus Lizenzgebühren	141,1	0,0
Erträge aus der Ausbuchung verjährter Verbindlichkeiten	129,0	72,6
Erträge aus dem Verkauf von Anlagevermögen	51,0	152,4
Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen	48,5	324,7
Erträge aus sonstigen Performance Dienstleistungen	25,5	0,0
Erträge aus der Vermietung	14,0	168,9
Erträge aus dem Verkauf der belboon GmbH	0,0	2.510,0
Erträge aus der Auflösung von Wertberichtigungen	0,0	1.256,9
Sanierungserträge	0,0	1.113,6
Erträge aus der Liquidation der Moustik Sprl	0,0	1.108,6
Erträge aus dem Verkauf von Mobile Technology	0,0	664,3
Übrige Erträge	99,3	144,2
Gesamt	<u>1.918,8</u>	<u>8.092,0</u>

Die sonstigen betrieblichen Erträge sind im aktuellen Geschäftsjahr durch folgende Sondereffekte positiv beeinflusst.

Zum einen führte ein außergerichtlicher Vergleich zu einem einmaligen Ertrag in Höhe von TEUR 750,0 TEUR, zum anderen steuerte der Verkauf nicht betriebsnotwendigen Sachanlagevermögens an die in 2014 verkaufte Tochtergesellschaft belboon GmbH Erträge in Höhe von TEUR 48,8 zum Ergebnis der Gesellschaft bei.

Aufgrund des aufstrebenden Mobile Advertising Marktes initiierte die Gesellschaft erstmalig die Lizenzierung von Marke und Produktentwicklungen und generierte dadurch Erträge in Höhe von 141,1 TEUR.

Die in den sonstigen betrieblichen Erträgen enthaltenen Erträge mit verbundenen Unternehmen belaufen sich auf TEUR 794,1 (2013: TEUR 705,6).

j. Materialaufwand

Die Aufwendungen für bezogene Leistungen des Mitte 2015 gestarteten Geschäftsbereiches Mobile Performance Marketing enthalten im Wesentlichen Fremdleistungen für Kundenprojekte/Mediakampagnen und betragen TEUR 262,5 (2014: TEUR 0,0).

k. Personalaufwand

	2015	2014
	TEUR	TEUR
Löhne und Gehälter	1.040,4	678,7
Soziale Abgaben	136,5	97,6
Altersversorgung und Unterstützung	0,5	0,9
Gesamt	<u>1.177,4</u>	<u>776,2</u>

Die Anzahl der festangestellten Mitarbeiter zum Ende des Geschäftsjahres betrug:

	2015	2014
Vorstand	2	1
Angestellte Vollzeit	16	10
Teilzeitbeschäftigte	1	2
Mitarbeiter in Elternzeit	0	1
Gesamt	<u>19</u>	<u>14</u>

Zum 31. Dezember 2015 bestand der Vorstand aus zwei Mitgliedern. Die Vorstandsmitglieder waren im Geschäftsjahr 2015 zum Teil auch als Geschäftsführer von Tochtergesellschaften bestellt. Im Rahmen des Relaunchs des Geschäftsbereiches Mobile Performance Marketing wurde weiteres Personal aufgebaut.

Die Anzahl der durchschnittlich beschäftigten Mitarbeiter betrug:

	2015	2014
Vorstand	2	1
Angestellte	12	10
Teilzeitbeschäftigte	2	1
Mitarbeiter in Elternzeit	1	2
Gesamt	<u>17</u>	<u>14</u>

Anlage 3

I. Abschreibungen

Zur Aufteilung der Abschreibungen verweisen wir auf den Anlagenspiegel.

m. Sonstige betriebliche Aufwendungen

	2015	2014
	TEUR	TEUR
Forderungsverzicht gegenüber Tochtergesellschaften	380,5	1.302,6
Rechts-, Beratungs- und Buchführungskosten	338,3	638,0
Raumkosten	185,5	226,6
Werbung, Marketing	144,5	106,5
Anpassung des variablen Kaufpreisbestandteils aus dem Verkauf der belboon GmbH	140,0	0,0
Aufsichtsratsvergütung	70,3	54,2
Reisekosten	58,9	53,4
Fremdarbeiten	52,6	154,3
Versicherungen, Beiträge und Abgaben	47,5	49,9
Börsennotierung	43,4	36,1
Reparaturen, Instandhaltungen	41,9	40,7
Kosten Kapitalerhöhung	39,8	0,0
Telekommunikation	29,7	33,5
Aufwand aus der Liquidation der Moustik GmbH (2015) und der Moustik SPRL (2014)	1,6	1.012,1
Wertberichtigung von Forderungen gegen Tochtergesellschaften	0,0	171,1
Sonstiges	133,8	247,9
Gesamt	<u>1.708,6</u>	<u>4.127,0</u>

In 2015 stärkte die Gesellschaft durch Verzicht auf Forderungen das Eigenkapital der YOC Spain in Höhe von insgesamt TEUR 170,6. Des Weiteren verzichtete die Gesellschaft auf Forderungen gegen die in Liquidation befindlichen YOC France in Höhe von TEUR 209,9.

Mit dem Käufer der verkauften Tochtergesellschaft belboon GmbH erfolgte die Einigung über den variablen Kaufpreisbestandteil in Höhe von TEUR 160,0 (max. TEUR 300,0).

Rechts-, Beratungs- und Buchführungskosten sanken im Vergleich zum Vorjahr um TEUR 299,7 – zurückzuführen auf verringerten Beratungsbedarf im Rahmen der in 2015 beendeten Restrukturierung der Gesellschaft.

Die Raumkosten konnten insbesondere durch den Umzug in neue Geschäftsräume erneut um TEUR 41,1 gesenkt werden.

Anlage 3

Unter der Position Werbung und Marketing werden primär Kosten für die Öffentlichkeitsarbeit, Messen sowie für PR verbucht.

n. Erträge und Aufwendungen aus Gewinnausschüttungen/Ergebnisabführungsverträgen

	2015	2014
	TEUR	TEUR
Erträge aus Beteiligungen	329,4	0
Erträge aus Ergebnisabführungsverträgen	0	900,8
Aufwendungen aus Verlustübernahmen	-789,7	-973,3
	<u>-460,3</u>	<u>-72,5</u>

Die Erträge resultieren im Berichtsjahr aus der Gewinnausschüttung der YOC Central Eastern Europe GmbH in Österreich. Die Aufwendungen aus Verlustübernahmen betreffen die YOC Mobile Advertising GmbH.

o. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge

Die Zinserträge in Höhe von TEUR 186,6 (2014: TEUR 28,4) resultieren im Berichtsjahr aus der Einbuchung einer Forderung aus Erstattungszinsen gegen die verkaufte Tochtergesellschaft belboon GmbH. Im Vorjahr erzielte die Gesellschaft Zinserträge aus der Darlehensgewährung gegenüber Tochter-unternehmen.

p. Zinsen und ähnliche Aufwendungen

	2015	2014
	TEUR	TEUR
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	<u>42,6</u>	<u>135,4</u>

Zinsen und ähnliche Aufwendungen beinhalten im Wesentlichen Zinsen aus Darlehensverträgen mit verbundenen Unternehmen in Höhe von TEUR 21,3 (2014: TEUR 91,3) und aus Darlehen mit Gesellschaftern in Höhe von TEUR 12,3 (2014: TEUR 44,0).

Anlage 3

q. Steuern

Steuern vom Einkommen und vom Ertrag

Der Steuersatz der YOC AG beträgt 30,21 % (2014: 30,18 %).

Zum 31. Dezember 2015 verfügte die YOC AG als Organträger über körperschaftsteuerliche Verlustvorträge in Höhe von TEUR 13.780 (2014: TEUR 13.809,8) sowie über gewerbsteuerliche Verlustvorträge in Höhe von TEUR 12.718 (2014: TEUR 12.753,1).

Aktive latente Steuern auf die vorhandenen steuerlichen Verlustvorträge gemäß § 274 Abs. 1 HGB wurden nicht gebildet.

V. Sonstige Angaben

a. Vorstand

Bestellter Vorstand im Geschäftsjahr 2015:

Dirk Kraus (Dipl. Kaufmann)

Michael Kruse (Medienwissenschaftler) (seit 1. Januar 2015)

Die Vergütung des Vorstands der YOC AG enthält im Geschäftsjahr 2015 eine fixe Gehaltskomponente von insgesamt TEUR 370,0 (2014: TEUR 240,0). Eine variable Komponente, welche sich nach dem operativen Ergebnis der YOC-Gruppe bemisst, wurde im aktuellen Geschäftsjahr nicht (2014: TEUR 10,0) vergütet.

Im Geschäftsjahr 2015 waren TEUR 370,0 (2014: TEUR 275,0) der laufenden Vorstandsvergütung zahlungswirksam.

Anlage 3

Die folgende Tabelle zeigt die Aufteilung der Vergütungskomponenten je Vorstandsmitglied:

Name	Feste Vergütung*	Variable Vergütung	Virtuelle Aktienoptionen
	(in TEUR)	(in TEUR)	(in TEUR)
Dirk Kraus	210,0	0,0	17,7
Michael Kruse	160,0	0,0	0,0
Gesamt	370,0	0,0	17,7

Darüber hinaus wurden keine Vorschüsse, Kredite, Sicherheitsleistungen, Pensionszusagen oder ähnliche Vorteile an den Vorstand gewährt.

b. Aufsichtsrat

- Dr. Nikolaus Breuel, Kaufmann, Berlin
- Geschäftsführender Gesellschafter Karl-J. Kraus GmbH
 - D+S communication center management GmbH: Geschäftsführer seit 10/2015
 - D+S communication center management GmbH: Mitglied des Aufsichtsrates bis 09/2015
 - YOC AG: Vorsitzender des Aufsichtsrats seit 01/2014, Mitglied seit 7.6.2013
- Konstantin Graf Lambsdorff, Rechtsanwalt, Berlin
- PRIMUS Immobilien AG, Vorsitzender des Aufsichtsrats (seit 2008)
 - YOC AG: Stellvertretender Vorsitzender des Aufsichtsrats (seit 01/2014)
- Sacha Berlik, Kaufmann, Köln
- YOC AG: Mitglied des Aufsichtsrats (seit 01/2014)

Die Gesamtbezüge des Aufsichtsrates beliefen sich für das Geschäftsjahr 2015 auf TEUR 70,3 (2014: TEUR 73,1).

Anlage 3

c. Geschäfte mit nahestehenden Unternehmen und Personen

Als nahe stehende Unternehmen und Personen 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 als nahe stehende Personen in Schlüsselpositionen und deren enge Familienangehörige.

Verpflichtungen der YOC AG gegenüber dem Vorstand Dirk Kraus in Höhe von TEUR 180 werden seit dem 1. Januar 2015 mit 5 % p.a. verzinst und sind unter den sonstigen Rückstellungen ausgewiesen.

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

d. Sonstige finanzielle Verpflichtungen und weitere nicht in der Bilanz enthaltene Geschäfte

Sonstige finanzielle Verpflichtungen

	31.12.2015	31.12.2014
	TEUR	TEUR
Mietvertrag für die Geschäftsräume	509,2	163,5
Hardwarewartung	0,0	12,5
	<u>509,2</u>	<u>176,0</u>

Von den sonstigen finanziellen Verpflichtungen sind TEUR 111,9 kurzfristig und TEUR 397,4 für den Zeitraum von einem bis zu fünf Jahren erfasst.

e. Haftungsverhältnisse

Am Bilanzstichtag bestanden keine in der Bilanz zu vermerkenden oder aus der Bilanz nicht ersichtlichen Haftungsverhältnisse.

f. Gesamthonorare des Abschlussprüfers

Die Gesamthonorare des Abschlussprüfers werden im Konzernanhang der YOC AG angegeben.

g. Mitteilungspflichtige Beteiligungen

Die folgenden direkten oder indirekten Beteiligungen am Kapital der YOC AG, die drei, fünf, zehn oder zwanzig vom Hundert der Stimmrechte über- oder unterschreiten, sind der YOC AG per Stimmrechtsmitteilung gemäß § 21 Abs. 1 WpHG bekannt gemacht worden:

Herr Dirk-Hilmar Kraus, Deutschland, kontrolliert seine Beteiligung am Kapital der Gesellschaft direkt und indirekt über die dkam GmbH, Frankfurt am Main, Deutschland. Er hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG am 07.05.2015 mitgeteilt, dass sein Stimmrechtsanteil an der YOC AG, Berlin, Deutschland, am 08.07.2014 die Schwelle von 20% überschritten hat und zu diesem Tag 20,93% (598.160 Stimmrechte) betrug.

Herr Dirk-Hilmar Kraus, hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG am 08.05.2015 mitgeteilt, dass sein Stimmrechtsanteil an der YOC AG, Berlin, Deutschland, am 30.04.2015 die Schwelle von 20% unterschritten hat und zu diesem Tag 19,52% (607.685 Stimmrechte) betragen hat. 3,01% dieser Anteile (93.803 Stimmrechte) hält Dirk-Hilmar Kraus als Mitglied der Erbengemeinschaft nach Hilmar Kraus, bestehend aus Dirk-Hilmar Kraus und Barbara Schweinberger (geb. Kraus).

Die DIH Finanz und Consult GmbH, Frankfurt am Main, Deutschland, hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG am 12.05.2015 mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der YOC AG, Berlin, Deutschland am 30.04.2015 die Schwelle von 10 % unterschritten hat und zu diesem Tag 9,90 % (308.278 Stimmrechte) betragen hat.

Herr Dr. Bernhard Heiss, Deutschland: 7,3 % des gezeichneten Kapitals (das entspricht 226.332 Stimmrechten).

Die Euroweb Beteiligung GmbH, Düsseldorf, Deutschland, hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG am 08.05.2015 mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der YOC AG, Berlin, Deutschland, am 30.04.2015 die Schwellen von 3% und 5% der Stimmrechte überschritten hat und zu diesem Tag 5,10% (158.730 Stimmrechte) beträgt.

Herr Karl-Josef Kraus, Deutschland, hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG am 06.05.2015 mitgeteilt, dass sein Stimmrechtsanteil an der YOC AG, Berlin, Deutschland, am 30.04.2015 die Schwelle von 3,0 % überschritten hat und zu diesem Tag 3,48 % (das entspricht 108.308 Stimmrechten) betragen hat.

Frau Barbara Schweinberger, Deutschland, hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG am 08.05.2015 mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der YOC AG, Berlin, Deutschland, am 08.07.2014 die Schwelle von 3% überschritten hat und zu diesem Tag 3,28% (93.803 Stimmrechte) betrug. Diese Stimmrechte hält Barbara Schweinberger als Mitglied der Erbengemeinschaft nach Hilmar Kraus, bestehend aus Dirk-Hilmar Kraus und Barbara Schweinberger (geb. Kraus).

Anlage 3

h. Wichtige Ereignisse nach Bilanzerstellung

Bis zum Zeitpunkt der Veröffentlichung des Jahresabschlusses haben sich keine Ereignisse mit einer wesentlichen Auswirkung auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage ereignet.

i. Erklärung zum Deutschen Corporate Governance Kodex

Die Entsprechungserklärung zum Deutschen Corporate Governance Kodex gemäß § 161 AktG wurde vom Vorstand und Aufsichtsrat abgegeben und wurde den Aktionären der YOC AG auf der Internetseite www.yoc.com im Bereich „Investor Relations“ dauerhaft zugänglich gemacht.

Berlin, 17. April 2016

Der Vorstand

Dirk Kraus

Michael Kruse

Entwicklung des Anlagevermögens 2015

	Anschaffungs- und Herstellungskosten				Kumulierte Abschreibungen				Buchwerte	
	01.01.2015 EUR	Zugänge EUR	Abgänge EUR	31.12.2015 EUR	01.01.2015 EUR	Zugänge EUR	Abgänge EUR	31.12.2015 EUR	31.12.2015 EUR	31.12.2014 TEUR
I. Immaterielle Vermögensgegenstände										
1. Entgeltlich erworbene Schutzrechte und Lizenzen sowie EDV-Software	427.432,82	474.937,51	0,00	902.370,33	414.227,43	10.100,89	0,00	424.328,32	478.042,01	13
2. Geleistete Anzahlungen	0,00	95.490,97	0,00	95.490,97	0,00	0,00	0,00	0,00	95.490,97	0
	<u>427.432,82</u>	<u>570.428,48</u>	<u>0,00</u>	<u>997.861,30</u>	<u>414.227,43</u>	<u>10.100,89</u>	<u>0,00</u>	<u>424.328,32</u>	<u>573.532,98</u>	<u>13</u>
II. Sachanlagen										
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	1.202.526,02	36.856,96	248.054,02	991.328,96	1.045.117,19	87.995,38	217.470,54	915.642,03	75.686,93	157
III. Finanzanlagen										
1. Anteile an verbundenen Unternehmen	7.093.156,70	632.803,73	1.395.207,93	6.330.752,50	6.779.945,43	0,00	1.156.994,30	5.622.951,13	707.801,37	313
2. Ausleihungen an verbundene Unternehmen	421.741,41	0,00	421.741,41	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	422
	<u>7.514.898,11</u>	<u>632.803,73</u>	<u>1.816.949,34</u>	<u>6.330.752,50</u>	<u>6.779.945,43</u>	<u>0,00</u>	<u>1.156.994,30</u>	<u>5.622.951,13</u>	<u>707.801,37</u>	<u>735</u>
	<u>9.144.856,95</u>	<u>1.240.089,17</u>	<u>2.065.003,36</u>	<u>8.319.942,76</u>	<u>8.239.290,05</u>	<u>98.096,27</u>	<u>1.374.464,84</u>	<u>6.962.921,48</u>	<u>1.357.021,28</u>	<u>905</u>

* In den Abgängen ist der Abgang aus der Veräußerung der Sevenval GmbH aus 2013 in Höhe von EUR 800.000,00 enthalten.

2

Konzernlagebericht

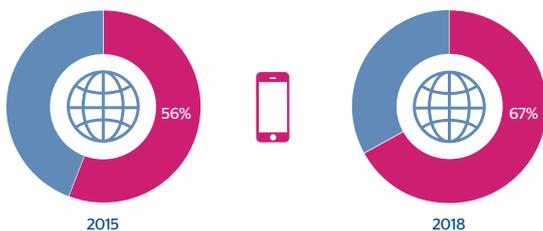
- | | | | |
|----|---|----|---|
| 20 | Marktumfeld Mobile Advertising | 39 | Prognosebericht der YOC AG |
| 26 | Leistungsspektrum | 40 | Chancen- und Risikobericht |
| 27 | Geschäftsentwicklung der YOC-Gruppe | 42 | Kontroll- und Risiko-managementbericht zum Rechnungslegungsprozess |
| 29 | Entwicklung der Ertragslage der YOC-Gruppe | 43 | Angaben zu den Aktien und erläuternder Bericht des Vorstands |
| 31 | Entwicklung der Finanz- und Vermögenslage der YOC-Gruppe | 45 | Erklärung zur Unternehmensführung |
| 34 | Prognosebericht der YOC-Gruppe | 49 | Vergütungsbericht |
| 36 | Entwicklung der Ertragslage der YOC AG | 51 | Ereignisse nach dem Bilanzstichtag |
| 38 | Entwicklung der Finanz- und Vermögenslage der YOC AG | | |

Marktumfeld Mobile Advertising

Marktdurchdringung internetfähiger Mobilgeräte

Weltweit nimmt die Zahl der Smartphone Nutzer zu. Prognosen von ZenithOptimedia (2015b) zufolge lag die Smartphonedurchdringung im Jahr 2015 bei rund 56 %. Basis dafür sind die 47 führenden digitalen Märkte. Im Jahr 2018 sollen global etwa 67 % ein Smartphone ihr Eigen nennen (ZenithOptimedia 2015b). Wie rasant die Marktdurchdringung sich entwickelt, zeigt ein Vergleich mit den Prognosen von emarketer aus dem Jahr 2014: Es wurde erwartet, dass im abgelaufenen Geschäftsjahr über 25 % der Weltbevölkerung – konkret 1,86 Mrd. Menschen – im Besitz eines internetfähigen Mobilfunkgerätes sein sollten (emarketer 2014). Grundsätzlich ist die Verwendung von Smartphones durch den Markt im asiatisch-pazifischen und westeuropäischen Raum am höchsten. Aufgrund unterschiedlicher Wachstumsraten wird dies auch in Zukunft der Fall sein (ZenithOptimedia 2015b).

Entwicklung globale Smartphonedurchdringung



Quelle: ZenithOptimedia New Media Forecast 2015

Auch die Anzahl der Tablets steigt – jedoch deutlich langsamer als in den letzten Jahren. Laut einer Studie von emarketer gibt es im Jahr 2015 über eine Milliarde Tablet-Nutzer, die mindestens einmal im Monat ein Tablet einsetzen (emarketer 2015a). Das entspricht fast 15 % der Weltbevölkerung. Für das Jahr 2018 werden knapp 1,5 Mrd. Nutzer prognostiziert. Zukünftig wird das Wachstum an Tablet-Nutzern derselben Studie zufolge deutlich nachlassen. Grund dafür ist einerseits ein gesättigter Markt sowie Konkurrenz durch Smartphones und zunehmend durch Phablets. Hierbei handelt es sich um besonders große Smartphones, typischerweise mit einer Bildschirmdiagonale zwischen fünf und sieben Zoll (emarketer 2015a).

Nutzerverhalten Mobiles Internet

Im Geschäftsjahr 2015 ist im Vergleich zum Vorjahr ein durchschnittliches Wachstum der Nutzungsdauer mobiler Geräte in Höhe von 117 % zu verzeichnen. Allein Phablets haben in ihrer Nutzung um 334 % zugenommen (Flurry 2015). Die Ursache hierfür ist vornehmlich auf die Neuartigkeit dieser Geräte und ihre komfortable Nutzung zurückzuführen: Der User genießt alle Vorteile eines handlichen Smartphones verknüpft mit einem großen Display.

Weltweit wird das mobile Internet bereits über 30 Stunden im Monat von Menschen genutzt, die ein mobiles Endgerät besitzen (Nielsen 2014). Die fünf häufigsten Nutzungen umfassen laut Statista das Empfangen und Versenden von E-Mails (25,6 %), das Abrufen von Wetterinformationen (23,5 %), das Aufrufen von Land- und Straßenkarten, wie z. B. Google Maps (19,6 %), das Anschauen von Videos (14,8 %) sowie die Nutzung von Nachschlagwerken (Statista 2016a).

Aufgrund der besseren Anpassung an das Gerät sowie eine häufig komfortablere Bedienung als im Mobile Browser verbringen Nutzer ihre Zeit gerne in Mobilanwendungen (Apps). Bei den so genannten „App Heavy Usern“, also solche, die täglich mehr als 60 Mal eine App aufrufen, ist für 2015 eine Zunahme von 59 % festzustellen. Ein Großteil der weltweiten App-Nutzer – nämlich 985 Millionen Menschen – greifen 16 Mal täglich auf Apps zurück (Yahoo 2015).

Einfluss Mobile Internet auf den Konsum

Laut Statista nutzten 64 % im Jahr 2015 ein mobiles Gerät, um Einkäufe im Internet zu tätigen (Statista 2016b). Global gesehen fielen 2015 bereits 40 % des gesamten Online-Handels auf den Bereich Mobile (Criteo 2015). Die durchschnittliche Warenkorbgröße nach verschiedenen Geräten zeigt aber auch deutlich, dass in Mobile noch mehr Potenzial steckt: Hat auf stationären Geräten der durchschnittliche Warenkorb einen Wert von 113 EUR, umfasst er auf dem Smartphone Waren im Wert von 46 EUR. Dazwischen pendeln sich die Warenkörbe mit 81 EUR ein, die auf dem Tablet zusammengestellt werden (Statista 2016c). Dennoch nehmen mobile Endgeräte im Kaufprozess eine wichtige Funktion ein: Etwa 90 % aller Online-Einkäufer recherchieren die gewünschten

Produkte vor dem Kauf auf einem Smartphone und/oder Tablet. Untersuchungen zur Customer Journey eines Nutzers – also seiner Surfabfolge – zeigen, dass für einen Online Kaufprozess meist mehr als ein Gerät genutzt wird. Häufig werden auf Smartphones und Tablets Produkte recherchiert, die dann später auf einem größeren Desktop PC gekauft werden.

Werbeausgaben Mobile Advertising

Obwohl die genannten Zahlen den Vormarsch mobiler Internetnutzung und damit einhergehend das immense Potenzial von Mobile Advertising belegen, hinken die Werbeausgaben in diesem Bereich deutlich hinterher. Global betrachtet, liegen die Werbebudgets für Mobile Branding und Performance Advertising bei ca. 30 Mrd. US Dollar (eigene Berechnung auf Basis emarketer 2015b). Dies entspricht lediglich rund 6 % der Gesamtwerbeausgaben (eigene Berechnung auf Basis ZenithOptimedia 2016). In Deutschland liegen die Ausgaben für Mobile Display Advertising bei 0,2 Mrd. EUR – das entspricht rund 1 % der Gesamtwerbeausgaben (marketing-boerse 2015).

Der Bereich Mobile Programmatic Advertising, der automatisierte Mediahandel mobiler Werbeflächen, steht noch am Anfang. 14,2 Mrd. US Dollar umfasst das Gesamtvolumen programmatisch eingekaufter Online Werbeflächen (Mobile und Desktop) weltweit. Davon entfallen 50 % auf den amerikanischen Markt. Auf den Bereich Mobile Advertising entfallen rund 25 % des gesamten programmatischen Handels (eigene Berechnung auf Basis von Adzine 2015). Prognosen zufolge soll dieser Anteil in den nächsten drei Jahren global auf 50 bis 60 % ansteigen (Adzine 2015).

Ausblick

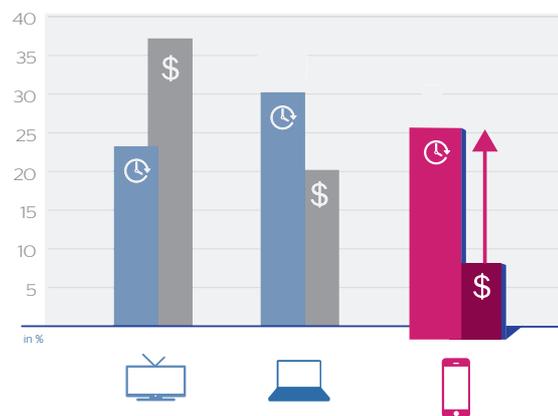
Mobile hat das Leben der Nutzer nachhaltig verändert. Die

Werbeausgaben, die bislang auf den Bereich Mobile Advertising entfallen, spiegeln die tatsächlichen Nutzergewohnheiten jedoch noch nicht adäquat wider.

Durch die schnelllebigen Veränderungen, die neue Technologien und Entwicklungen mit sich bringen, ergeben sich ständig neue Anforderungen für Advertiser und Publisher: Sie stehen in der Pflicht, die User nicht zu überfordern, kreative Werbung hervorzubringen und letztlich einen echten Mehrwert zu bieten.

Da die Advertiser und ihre Mediaagenturen den Nutzern in das mobile Internet folgen, passen sie ihre Werbeausgaben an: Laut einer Studie von ZenithOptimedia nehmen die Ausgaben in Mobile Advertising immer mehr Fahrt auf. Bis 2018 soll dieser Bereich um 32 % wachsen (ZenithOptimedia 2016). Im Jahr 2018 sollen bereits 19 % der weltweiten Werbeausgaben in Mobile Advertising fließen (Horizont 2016). Das Potenzial für Werbetreibende und Publisher ist damit bei weitem noch nicht ausgeschöpft.

Potenzial Mobile Advertising 2015: Diskrepanz zwischen Nutzung und Werbeausgaben



Quelle: Globalwebindex 2015

YOC Produkt-Übersicht

Mit dem Anspruch dem mobilen Nutzer durch innovative, nutzerzentrierte Werbeformate ein besonderes Markenerlebnis zu verschaffen, hat YOC im Geschäftsjahr 2015 neue innovative Formate entwickelt.

Werbetreibende setzen überdies die bewährten kreativen mobilen Werbeformate von YOC für reichweitenstarke Kampagnen ein.

Im Folgenden ein Überblick über Neuentwicklungen und Bestseller.

Die neuen YOC Mobile Ad Formats

YOC Understitial Ad

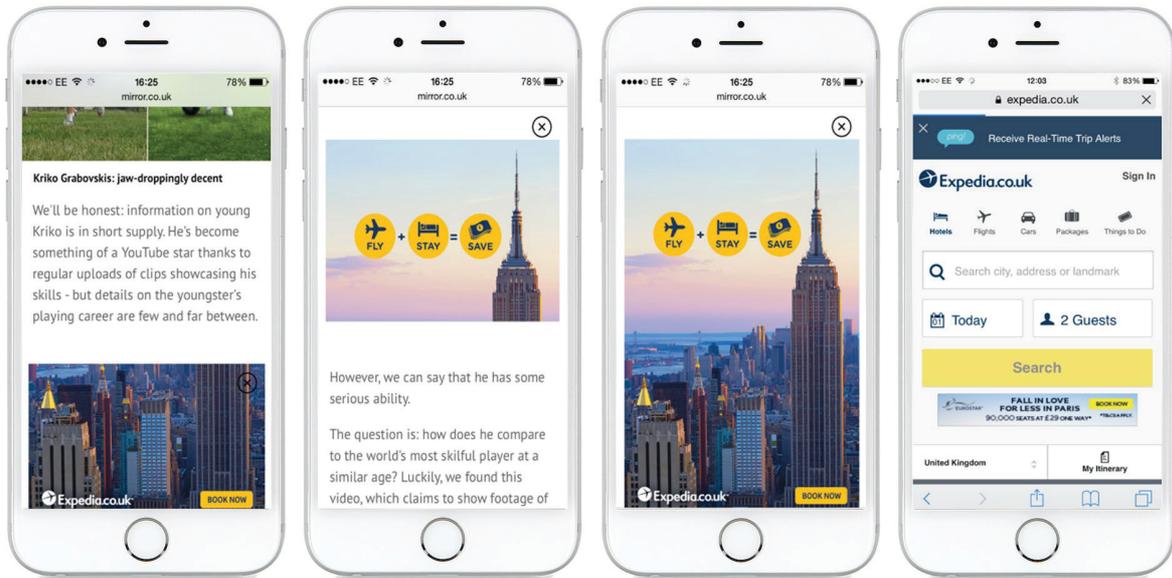
Das neue vollflächige mobile Werbemittel von YOC, das direkt im redaktionellen Inhalt integriert ist. Es wird durch Hinwegscrollen des Nutzers über eine Seite sukzessive aufgerufen, bis es vollständig sichtbar ist.

Die Fakten:

- Aufmerksamkeitsstarkes Fullscreen Ad
- Unaufdringliche Inline-Einbindung
- Nutzerfreundliche Interaktion
- Keine Unterbrechung des Leseflusses



YOC Understitial Ad, T-Mobile Austria, Q1-Q2 2015, Austria



YOC Understitial Ad, Expedia UK, Q4/2015, UK

YOC Understitial Video Ad

Das Understitial Video Ad kombiniert die Vorzüge aufmerksamkeitsstarker Mobile Video-Ads mit den userzentrierten Eigenschaften des YOC Understitial Ads.

Die Fakten:

- Emotionale Ansprache
- Integration eines Videos
- Unaufdringliche Inline-Einbindung
- Start-Stop Automatik



YOC Understitial Video Ad, O2/Telefónica, Q3/2015, Germany

Die kreativen Bestseller

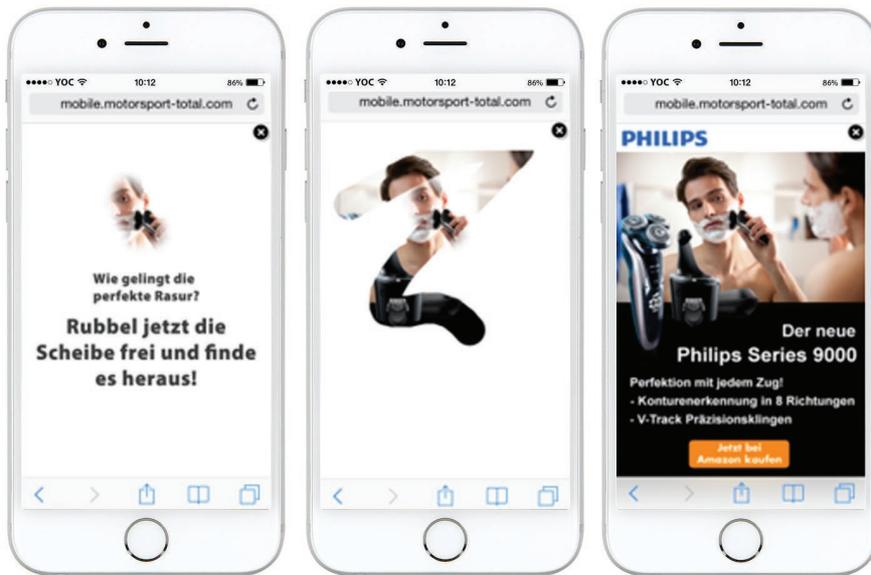
YOC Mystery Ad



Die Fakten:

Ausgezeichnet mit dem Cannes Mobile Lions Gold Award ist das YOC Mystery Ad ein interaktives Werbemittel. Kreative Elemente wie Wischen, Schütteln u.a. können hinzugefügt werden.

- Hohes User-Engagement
- Besonderheiten eines Produkts werden erlebbar
- Vielfältige HTML5-Effekte einsetzbar



YOC Mystery Ad, Philips, Q1/2015, Germany



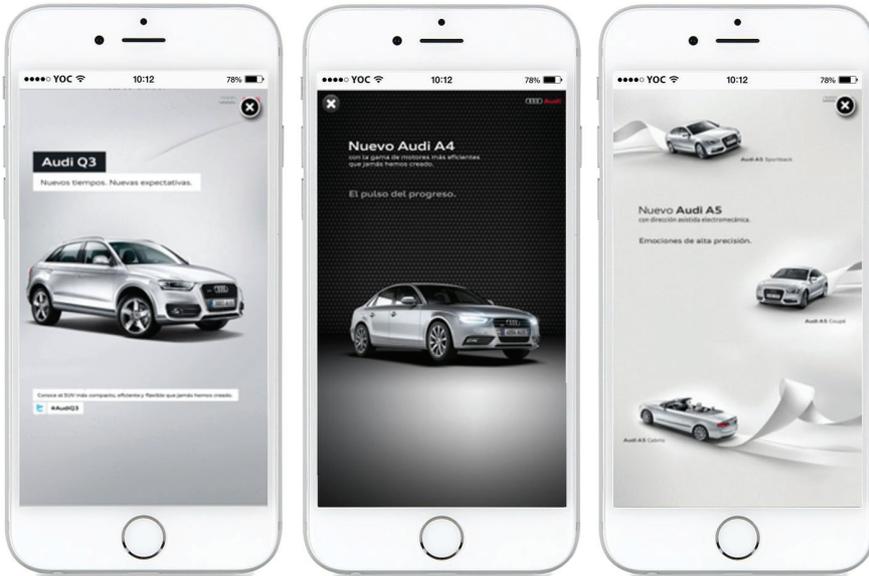
YOC Mystery Ad, Seat, Q3-Q4/2015, UK

Interstitial Ad

Ein aufmerksamkeitsstarkes, vollflächiges Werbemittel, das dem Nutzer beim Aufrufen einer mobilen Seite oder einer App angezeigt wird.

Die Fakten:

- Vollflächiges Overlay-Format
- Aufmerksamkeitsstark



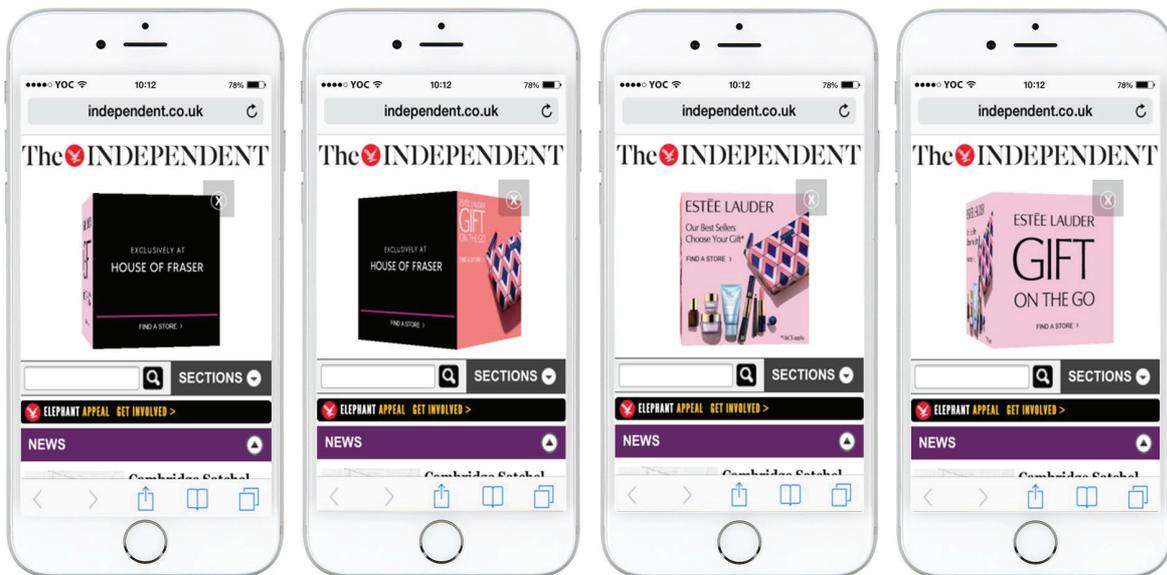
Interstitial Ad, Audi, Q2/2015, Spain

YOC Cube Ad

YOC Cube Ad besteht aus vier Bildern, welche zu einem Würfel angeordnet sind und sich in einer Dauerschleife im Uhrzeigersinn um die vertikale Achse drehen.

Die Fakten:

- Hohes User-Engagement
- Inline oder Overlay Belegung möglich
- Aufmerksamkeitsstark



YOC Cube Ad, Estée Lauder, Q1/2015, UK

Leistungsspektrum

YOC ist einer der führenden unabhängigen Mobile Premium Advertising Anbieter in Europa und greift auf eine seit 2001 gewachsene Expertise in diesem Geschäftsfeld zurück. Mit einer verfügbaren Reichweite von mehreren Mrd. Ad Impressions im Monat erreichen wir rund 100 Millionen mobile Internetnutzer weltweit. YOC arbeitet mit über 400 ausgewählten internationalen Premium-Publishern zusammen, darunter **Shazam, The Telegraph, krone.at, Tagesspiegel** oder **Eurosport**. Sie vertrauen auf YOC aufgrund seiner Technologie- und Vermarktungskompetenz sowie einer über Jahre gewachsenen erfolgreichen Zusammenarbeit.

Mit exklusiven Geschäftsbeziehungen zu Vermarktungspartnern und Werbekunden, neuen erfolgreichen Produkten und skalierenden Inhouse-Technologien hat sich YOC zu einem innovativen Anbieter von Mobile Advertising-Lösungen entwickelt. Unser Fokus liegt auf dem strategischen Ausbau der Position als Spezialist für Mobile Advertising in den Kernmärkten Großbritannien, Deutschland, Österreich und Spanien sowie in der im Februar 2016 hinzugekommenen Region Polen.

Premium Monetarisierung für Publisher

Für App und Mobile Internet Publisher aus allen Sparten bietet YOC direkten Zugang zu allen relevanten Mediaagenturen, Trading Desks und Direktkunden. In Kombination mit modernsten Advertising-Technologien setzen wir auf ganzheitliche Monetarisierungsstrategien für unsere Mediapartner und stellen somit das nachhaltige Wachstum ihrer durch YOC generierten Reichweite und Werbeeinnahmen sicher.

Das Produkt YOC Mediation ermöglicht für unsere Publisher eine hohe und gleichmäßige Auslastung sowie effektive Tausenderkontaktpreise über dem Marktdurchschnitt.

Mit dem inhouse entwickelten YOC Hub hat YOC ein Reporting- und Analyse-Werkzeug speziell für seine Publisher entwickelt. Die Mediapartner besitzen damit die Möglichkeit, die Vermarktungsaktivitäten von YOC auf einen Blick auszuwerten und zu verwalten.

Mobile Premium Advertising für Werbetreibende

Unsere Werbekunden (Advertiser) profitieren von exklusiven Werbemöglichkeiten bei Premium-Publishern. Die von YOC intern entwickelten und prämierten Mobile Werbeformate (Ad Formats) bieten darüber hinaus eine hohe kreative Branding-Wirkung. Das YOC Mystery Ad wurde 2012 mit dem Cannes Lion Gold Award in der Kategorie Mobile ausgezeichnet und konsequent auf die Bedürfnisse der Werbekunden weiterentwickelt. Im Geschäftsjahr 2015 haben wir mit dem YOC Understitial Ad ein neues kreatives und wandelbares Werbe-

format entwickelt, das erstmalig die Nutzerfreundlichkeit von großflächiger Werbung verbessert. Das YOC Understitial Ad regt durch die Kombination mit Bildern, Videos oder HTML5-Inhalten (z. B. interaktive Elemente) den mobilen Internetnutzer an, sich aktiv mit einer Marke oder einem Produkt zu beschäftigen, ohne aufdringlich zu sein. Das aktuell in den Markt eingeführte YOC Inline Video Ad ist ein weiteres Beispiel für die neue, interaktiv getriebene Generation von YOC Werbeformaten. Wie das YOC Understitial Ad kann das YOC Inline Video Ad nach dem neuesten Standard der digitalen Mediabranche – der sogenannten Viewability – abgerechnet werden. Dies bezeichnet die Abrechnung je nach Sichtbarkeit der Mobilien Werbung.

Im stetig wachsenden Marktsegment der mobilen Zielgruppenansprache (z. B. Audience Targeting, Re-Engagement, Cross Device Tracking) bietet YOC für Werbetreibende zudem die ideale Auswahl an Targeting-Technologien und -Daten, um die anvisierte Zielgruppe bestmöglich zu erreichen.

Mobile Programmatic Advertising

Der immer stärker werdende programmatische Mediahandel ist in der Unternehmensvision von YOC verankert und wird immer öfter eingesetzt, um Kampagnenziele der Advertiser zu erreichen und zusätzliche Erlösquellen für Publisher zu öffnen.

Mit seinen Trading Desk-Produkten erreicht YOC für seine Werbekunden über leistungsfähige Demand-Side-Plattformen (DSP) eine signifikante Reichweite an mobilen Internetnutzern. Mit unserem Full-Service-Ansatz ist YOC ein verlässlicher Partner, der auch in diesem Bereich größtmögliche Sicherheit und Qualität bei der Auslieferung von Kampagnen gewährleistet.

Ein besonderer Baustein der programmatischen Monetarisierung ist das Einrichten und Optimieren von exklusiven Private Market Places (PMP) durch YOC. Hier handelt es sich um Marktplätze, auf denen Premium-Publisher ihre Werbeflächen nur einer ausgewählten Gruppe von Advertisern zur Verfügung stellen, die die Werbeflächen eigenständig und programmatisch belegen. Diese Werbeplätze werden dann in Echtzeit gehandelt. Durch die Automatisierung der Werbeauslieferung und den festgelegten Konditionen, bietet dieses Verfahren eine effiziente Abwicklung von Kampagnenbuchungen bei kompletter Transparenz über das angebotene Inventar.

Mobile Performance Marketing

YOC hat sein Portfolio im Geschäftsjahr 2015 kontinuierlich erweitert und baut sein Geschäftsfeld seit Mitte des Jahres neben Branding Advertising auch auf der Ebene des Perfor-

mance Advertising aus. In diesem Bereich aggregiert YOC eine Vielzahl von leistungsfähigen Inventar-Quellen – von direkten Publishern bis hin zu internationalen Performance-Netzwerken – um für nationale wie internationale Werbekunden wie **Deutsche Bahn, Trainline, L'Oréal, vente-privée, Scout24-Gruppe, UCWeb Inc., Amazon** etc. mobile Werbekampagnen mit leistungsbasierter Abrechnung erfolgreich umzusetzen.

Für die wachsende Bedeutung des mobilen Handels bietet YOC individuelle Mobile Performance-Produkte, um neue App-Nutzer zu gewinnen oder die bestehende Nutzerbasis einer Applikation zu optimieren und Kundenbindung über die App zu ermöglichen. Je nach Ziel des Kunden wird die Anzahl der zahlenden Kunden erhöht oder inaktive Nutzer wieder aktiviert.

Geschäftsentwicklung der YOC-Gruppe

Im Geschäftsjahr 2015 konnte die YOC AG die im Oktober 2013 begonnene Restrukturierung abschließen. Wichtige Säulen dieses Prozesses waren der Fokus auf die Kernkompetenz Mobile Advertising, die Reorganisation aller Geschäftsbereiche, die Anpassung der Kostenstruktur, die Besetzung von Schlüsselpositionen, die Neuorganisation der ausländischen Tochtergesellschaften und zahlreiche Bilanzmaßnahmen.

Die Reorganisation aller Geschäftsbereiche verfolgte die Skalierung aller Geschäftsprozesse und mündete in einer Erhöhung des Umsatzes pro Mitarbeiter um 15 % auf 184 TEUR je Mitarbeiter (2014: 159 TEUR je Mitarbeiter). Die Anpassung der Kostenstruktur führte zu einem Full-Year-Aufwand von 6.032 TEUR (Personal und sonstiger betrieblicher Aufwand; 2014: 6.854 TEUR).

Die Besetzung von Schlüsselpositionen über interne Ressourcen, zurückgekehrte Mitarbeiter und gezieltes Mitarbeiter-Recruitment brachte konzentriertes Know-how und Expertise zurück in die YOC-Gruppe. Seit dem 1. Januar 2015 hat die Gesellschaft mit Michael Kruse einen zweiten Vorstand und Experten für den neuen Geschäftsbereich Mobile Programmatic. Die Neuorganisation der ausländischen Tochtergesellschaften betraf vor allem die Teams in Spanien und Großbritannien. Nach dem Austausch des kompletten spanischen Teams in 2014 etablierte sich die Gesellschaft im Jahresverlauf 2015 nach und nach wieder in ihrem Markt. Zum Halbjahr 2015 erfolgte ein Teilaustausch des britischen Teams, das sich aktuell weiter in einer Neuausrichtung befindet.

Zum Abschluss der Restrukturierungsmaßnahmen erzielte das Unternehmen im Geschäftsjahr 2015 positive Eigenkapitaleffekte in Höhe von 1,4 Mio. EUR und Cash-Effekte in Höhe von 2,0 Mio. EUR. Zu den Maßnahmen gehörte die im April umgesetzte Kapitalerhöhung durch ein Private Placement in Höhe von rund 0,8 Mio. EUR und ein Gesellschafterdarlehen

in Höhe von 0,3 Mio. EUR, ein außergerichtlicher Vergleich mit einem ehemaligen Finanzdienstleister der Gesellschaft in Höhe von rund 0,7 Mio. EUR sowie die Erzielung der variablen Kaufpreiskomponente in Höhe von rund 0,2 Mio. EUR (maximal 0,3 Mio. EUR) aus dem Verkauf der belboon GmbH (ehemaliger Affiliate Marketing Bereich der YOC-Gruppe).

Seit dem zweiten Halbjahr 2015 wächst der Umsatz der YOC-Gruppe wieder spürbar. Im vierten Quartal 2015 verzeichnete das Unternehmen ein Umsatzplus von rund 17 % im Vergleich zum vierten Quartal 2014. Treiber des einsetzenden Wachstums sind Produktinnovationen, die zu einem Anstieg der Rohertragsmarge auf 33 % (2014: 32 %) führten.

Internationale Geschäftstätigkeit

Die YOC-Gruppe profitierte im Geschäftsjahr 2015 von den Erkenntnissen ihrer Präsenz in den Kernmärkten Europas, dem um innovative Produkte erweiterten Produktspektrum sowie der Marktexpertise seit 2001. Neben dem Hauptsitz in Berlin und einem Büro in Düsseldorf verfügt das Unternehmen aktuell über vier weitere Dependancen in Großbritannien (London), Spanien (Madrid), Österreich (Wien) und Polen (Warschau).

Insbesondere die deutschsprachigen Standorte in Österreich und Deutschland entwickelten sich überdurchschnittlich. In Österreich ist die YOC-Gruppe Marktführer. Basis des Umsatzwachstums war im Geschäftsjahr 2015 die hohe Nachfrage des neuen Werbeformats YOC Understitial Ad. Der deutsche Standort präsentierte sich vor allem im vierten Quartal stark durch seine gewachsenen Beziehungen zu Mediaagenturen und die Bereitstellung neuer Produkte.

Die unterplanmäßigen Umsatzvolumina aus den Auslandsmärkten Spanien und Großbritannien behinderten das Gesamtwachstum der Gesellschaft. Die Tochtergesellschaft

in Spanien verzeichnete nach erfolgreichem Aufbau des neuen Teams sowie der Gewinnung relevanter Partner (z.B. Shazam) zwar ein Umsatzwachstum in Höhe von 97 %, der Standort blieb jedoch noch hinter den ursprünglichen Erwartungen zurück. Im britischen Markt konnten die positiven Effekte aus der im zweiten Halbjahr 2015 begonnenen Neupositionierung den insgesamt enttäuschenden Jahresverlauf nicht kompensieren.

Mobile Advertising von YOC im Detail

Die YOC-Gruppe verfolgte ihre Strategie konsequent, sich als Mobile Premium Programmatic Anbieter zu positionieren und erhöhte ihre Umsätze aus dem programmatischen Mediahandel fortlaufend. Das Unternehmen forcierte seine Aktivitäten in allen Bereichen des programmatischen Mediahandels.

Die Gesellschaft entwickelte im abgelaufenen Geschäftsjahr neue Mobile Werbeformate, die den Nutzer in den Mittelpunkt stellen. Beispiele dafür sind das YOC Understitial Ad und das Inline Video Ad. Das YOC Understitial Ad in der Videoversion setzte YOC beispielsweise gemeinsam mit dem Telekommunikationsanbieter O2 (Telefónica Deutschland) um. In Österreich setzte T-Mobile Austria als Erstkunde das YOC Understitial Ad ein.

Im abgelaufenen Geschäftsjahr hat YOC begonnen, seine selbst entwickelten mobilen Werbeformate für den programmatischen Mediahandel verfügbar zu machen. Ziel ist es, sich im Geschäftsjahr 2016 weiter von den Wettbewerbern abzuheben, die eigene Reichweite zu erhöhen und durch eine plattformbasierte Anbindung neue Nachfrage-Quellen herzustellen.

Das internationale Publisherportfolio konnte im vergangenen Jahr weiter ausgebaut werden. Im ersten Quartal 2015 gelang es den Ländergesellschaften in Österreich und Spanien mit Shazam, eine der weltweit führenden Mobile Apps für Musik- und TV-Erkennung als Partner zu gewinnen. Im laufenden Geschäftsjahr zog der polnische Markt durch eine ebenfalls exklusive Zusammenarbeit mit Shazam nach.

Da YOC im deutschen, österreichischen, spanischen und britischen Markt Premium Publisher wie **Tagesspiegel**, **Virtual Nights**, **krone.at**, **El Desmarque**, **Kidealia**, **Trinity Mirror** oder **Evening Standard & Independent (ESI Media)** weiter an sich binden konnte, hält YOC eine stabile, ansprechende Reichweite an mobilen Internetnutzern für seine Werbekunden vor.

Auch im Geschäftsjahr 2015 konnte YOC zahlreiche internationale Advertiser aus unterschiedlichen Branchen überzeugen: **Telefonica**, **McDonalds**, **T-Mobile Austria**,

Converse, **Mercedes-Benz**, **Coca-Cola**, **HUK**, **Escada**, **Orange**, **Opel**, **Nissan**, **Shell**, **Longchamps**, **Dior**, **Ford**, **Deutsche Bahn**, **Google**, **Microsoft**, **Samsung** und viele andere setzten die Produkte von YOC für effektives Mobile Advertising ein.

Transformation des Geschäftsmodells

Als Premium Programmatic Mobile Advertising Anbieter ist die YOC-Gruppe ein vertriebsbasierter Mobile Advertising Dienstleister mit automatisierten Plattformen, Technologie-, Service- und Qualitätsverständnis.

Der Wandel des Geschäftsmodells ist unter diesen Prämissen in vollem Gange: YOC baut seinen programmatischen Handel von mobilem Inventar kontinuierlich aus. Im vergangenen Geschäftsjahr konnte das Unternehmen mehr und mehr Publisher an seine programmatischen Plattformen anbinden. Derzeit forciert YOC seine Aktivitäten insbesondere in den Bereichen Open Market, Private Auctions und Preferred Deals, um Mobile Programmatic Advertising für seine Publisher und Advertiser am Markt verfügbar zu machen.

In Ad Exchanges stellt YOC Inventar seiner Publisher aus verschiedenen Märkten bereit. Werbeformate wie Interstitials und Banner können hier programmatisch eingekauft werden. Europäische YOC Publisher wie **Shazam**, **El Desmarque**, **The Telegraph**, **barcoo** etc. sind an die Plattformen angebunden und Advertiser unterschiedlicher Branchen nutzen die neuen Plattformen des automatisierten Mediahandels. Damit reagiert die Gesellschaft auf das sich stark verändernde Wettbewerbsumfeld, um dem selbst gesetzten Anspruch der Position eines Marktvorreiters gerecht zu werden.

Parallel dazu wird das klassische Direktgeschäft als starke Säule von YOC weiter ausgebaut und um die neuen Möglichkeiten aus dem automatisierten, datengetriebenen Mobile Advertising der Gegenwart bereichert. Für eine mobile Zielgruppenansprache hält das Unternehmen eine Auswahl an Targeting-Technologien (zum Beispiel Audience Targeting, Re-Engagement, Cross Device Tracking) und -Daten bereit, um die anvisierte Zielgruppe bestmöglich zu erreichen.

Weiterentwicklung der IT-Infrastruktur und technologische Integration

YOC verfügt über eine leistungsstarke IT-Systemlandschaft sowie über proprietäre Softwareprodukte mit Hilfe derer die Vermarktung und Auslieferung von speziellen, für mobile Endgeräte entwickelte Werbemittel ermöglicht wird. Die zugrundeliegenden Technologie-Plattformen werden inhouse entwickelt und zeichnen sich durch Flexibilität, Leistungsstärke, Zuverlässigkeit und Skalierbarkeit aus. Sie verfügen über zahlreiche Schnittstellen, die die Integration

vernetzter Anwendungen erlauben. YOC verfügt hierzu über eigene IT-Abteilungen, die die jeweilige Software betreuen und weiterkonzipieren. Des Weiteren wird die eigene IT-Infrastruktur durch Softwarelösungen namhafter Partner aus dem Technologie- und Advertising-Bereich wie **SAP, Google** oder **Salesforce** ergänzt.

Die Entwicklung von Werkzeugen zur Prozessautomatisierung ist ein wichtiges Element der IT-Leistung von YOC. Durch ein flexibel und skalierbar angelegtes System wird die Vernetzung verschiedener Technologien ermöglicht. Die daraus gewonnenen Daten werden anschließend zur Unterstützung der Geschäftsprozesse, zur Automatisierung sowie für die Business Intelligence (BI) und für das Controlling genutzt. Die zentralisierte Auswertung der im Geschäftsbetrieb entstehenden Daten hilft dabei, Erkenntnisse über Änderungen und Chancen zu gewinnen, wodurch dem Unternehmen kurze Reaktionszeiten ermöglicht werden. Die Verbesserung der automatisierten Prozesse war ein zentraler Bestandteil der IT-Strategie im Geschäftsjahr 2015 und spielt ebenfalls im laufenden Geschäftsjahr eine wichtige Rolle.

Des Weiteren stand die Entwicklung neuer und innovativer Werbeformate im Fokus. Durch die Produktion interaktiver Formate differenziert sich die Produktpalette von YOC von

vergleichbaren Wettbewerbern und ist besonders attraktiv für namhafte Advertiser. Der Fokus lag und wird weiterhin auf der Sicherstellung der Kompatibilität zu zeitgemäßen automatisierten Plattformen für den Medienhandel sowie für Programmatic Advertising liegen.

Die von YOC verwendeten Datenbank- und Applikationsserver sind in Berlin installiert und werden von der hauseigenen IT-Abteilung verwaltet. Zusätzlich werden weitere Server aus Sicherheitsgründen in TÜV-zertifizierten Rechenzentren betrieben und ebenfalls von YOC verwaltet sowie von externen Service Providern gehostet.

Mitarbeiter

Zum 31. Dezember 2015 beschäftigte die YOC-Gruppe 52 festangestellte Mitarbeiter – im Vergleich zum Vorjahr bedeutet dies einen Anstieg in Höhe von 8 % (2014: 48 festangestellte Mitarbeiter).

Im Geschäftsjahr 2015 konnte YOC weitere Leistungsträger an das Unternehmen binden sowie neue qualifizierte Mitarbeiter für Schlüsselpositionen gewinnen. Dem Fachkräftemangel konnte die Gesellschaft effektiv entgegenwirken.

Entwicklung der Ertragslage der YOC-Gruppe

Die Fokussierung des Konzerns auf sein Kerngeschäft Mobile Advertising wird konsequent fortgesetzt und zeigte ab dem zweiten Halbjahr des Geschäftsjahres 2015 einen deutlichen Aufwärtstrend.

Ergebnisbestandteile aus in Vorjahren verkauften Geschäftsbereichen und im aktuellen Jahr liquidierten bzw. in Liquidation befindlichen Gesellschaften sind aufgrund der separaten Darstellung nach IFRS 5 im nicht fortgeführten Geschäftsbereich ausgewiesen und somit nicht in den nachfolgenden Ausführungen enthalten (Analyse unter Punkt 5 des Konzernanhangs). Die Vorjahreszahlen wurden zur besseren Vergleichbarkeit angepasst.

Umsatzentwicklung und Gesamtleistung

Der in Vorjahren vermeldete rückläufige Umsatztrend konnte gestoppt werden, so dass die YOC-Gruppe ein Umsatzwachstum von 7,2 % auf 9,7 Mio. EUR (2014: 9,1 Mio. EUR) verzeichnen kann. Insbesondere ab dem vierten Quartal

2015 zog der Umsatz mit einem Wachstum in Höhe von 17 % im Vergleich zum vierten Quartal des Vorjahres an – sowohl im deutschsprachigen Markt als auch in den weiteren europäischen Ländern. Die erfolgreiche Transformation der YOC-Gruppe hin zum Mobile Premium Programmatic Anbieter verbessert sowohl umsatzseitig als auch rohertragsseitig die Ertragslage des Konzerns.

Die Gesamtleistung des Konzerns liegt mit 11,4 Mio. EUR unter Vorjahresniveau (2014: 12,0 Mio. EUR) – dies ist zu großen Teilen auf im Vorjahr erzielte einmalige nicht-operative Effekte in Höhe von 1,3 Mio. EUR zurückzuführen. Im dritten Quartal des Geschäftsjahres 2015 erzielte die Gesellschaft im Rahmen eines außergerichtlichen Vergleichs einen außerordentlichen Ertrag in Höhe von 0,8 Mio. EUR.

Umsatz nach Regionen

Die Umsätze stiegen auf dem deutschsprachigen Markt im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 14 % (2014: 16 %) auf

6,3 Mio. EUR (2014: 5,6 Mio. EUR) an. Insbesondere in Österreich konnte YOC die sich bietenden Chancen im Wachstumsmarkt aufgrund der exponierten Marktstellung nutzen. Das deutsche Geschäft entwickelte sich positiv, allerdings konnten das volle Potenzial des Marktes und die Umsatzziele aufgrund komplexerer Marktstrukturen noch nicht ausgeschöpft bzw. erreicht werden. Die Einführung innovativer Produkte führte jedoch bereits im vierten Quartal 2015 zu einem deutlichen Umsatzwachstum.

Die spanische Tochtergesellschaft konnte nach dem Aufbau des neuen Teams im Jahr 2014 ein deutliches Umsatzwachstum verzeichnen. Die ambitionierten Umsatzziele für das Geschäftsjahr 2015 konnten jedoch noch nicht erreicht werden. Der im Jahresverlauf stetig nach oben zeigende Umsatztrend zeugt jedoch von der wachsenden Wahrnehmung und Bedeutung des Produktangebots von YOC im spanischen Markt.

Aufgrund der nicht zufriedenstellenden Entwicklung in Großbritannien hat YOC die Geschäftsführung der britischen Tochtergesellschaft neu aufgestellt und die Stabilisierung der Gesellschaft auf dem britischen Markt zum wichtigsten Projekt auserkoren. YOC konnte Branchenexperten für das britische Team gewinnen und startet nach Abschluss der Neuorganisation optimistisch ins laufende Jahr 2016.

Insgesamt verzeichnet die Region Restliches Europa – durch den Umbruch in Großbritannien beeinflusst – einen Umsatzrückgang um 3 % auf 3,4 Mio. EUR (2014: 3,5 Mio. EUR).

Rohrertrag

Der Materialaufwand stieg im Vergleich zur Umsatzentwicklung leicht unterproportional um 5 % auf 6,5 Mio. EUR (2014: 6,2 Mio. EUR). Die Rohertragsmarge stieg durch die Effekte aus der Umstellung auf rohertragsstärkere Produktinnovationen im Berichtsjahr auf 33 % (Vorjahr: 32 %).

Personalaufwand und Personalentwicklung

Gegenüber dem Vorjahr reduzierte sich der durchschnittliche Personalbestand (ohne Vorstand) der YOC-Gruppe um 7 % auf 53 Mitarbeiter (2014: 57 Mitarbeiter).

Zum 31. Dezember 2015 beschäftigte die YOC-Gruppe 52 festangestellte Mitarbeiter (2014: 48 Mitarbeiter).

Der Personalaufwand lag mit 3,9 Mio. EUR (Vorjahr: 3,8 Mio. EUR) leicht über dem Niveau des Vorjahres. Der Effekt aus dem Rückgang der durchschnittlichen Anzahl der Mitarbeiter wird durch die Erweiterung des Vorstands zum 01. Januar 2015 weitgehend neutralisiert.

Das ansteigende Geschäftsvolumen spiegelt sich im Anstieg des Umsatzes je Mitarbeiter im Vergleich zum Vorjahr um 15 % auf 184 TEUR (2014: 159 TEUR) wider. Der kontinuierliche Anstieg der Produktivität zeigt sich auch im Zweijahresvergleich mit einer Verbesserung von 44 % (Umsatz je Mitarbeiter 2013: 128 TEUR).

Die Personalaufwandsquote, die den Personalaufwand ins Verhältnis zur Gesamtleistung stellt, stieg auf 34 % (2014: 32 %) an. Die Veränderung ist auf einmalige, nicht-operative Ergebniseffekte des Geschäftsjahres 2014 im Zusammenhang mit der Restrukturierung und Sanierung zurückzuführen.

Sonstige betriebliche Aufwendungen

Im Geschäftsjahr 2015 lagen die sonstigen betrieblichen Aufwendungen mit 2,1 Mio. EUR (2014: 3,0 Mio. EUR) signifikant unter den Werten des Vorjahres.

Einsparungen bei den Kosten des laufenden Betriebs, insbesondere den Mietkosten für neu bezogene Geschäftsräume aller Unternehmensstandorte führten zu einem Rückgang um 0,4 Mio. EUR.

Im Vergleichszeitraum des Vorjahres verzeichnete die Gesellschaft Aufwendungen im Rahmen der Restrukturierung in Höhe von 0,3 Mio. EUR. Diese entfielen im aktuellen Berichtszeitraum vollständig.

Weitere 0,2 Mio. EUR entfielen im Vorjahr auf Kursverluste, im Geschäftsjahr 2015 waren diese lediglich in geringerem Ausmaß vorhanden.

Insgesamt zeigten die im Rahmen der Restrukturierung im Geschäftsjahr 2014 sowie im Geschäftsjahr 2015 aufgesetzten Maßnahmen zur Einsparung von Kosten in diversen Bereichen ihre Wirkung, so dass die Relation zur Gesamtleistung signifikant von 25 % im Vorjahr auf 18 % im aktuellen Jahr sank.

EBITDA

Das operative Ergebnis vor Abschreibungen ist mit -1,1 Mio. EUR in 2015 insgesamt noch negativ und zeigt sich im Vergleich zum Vorjahreszeitraum (2014: -1,1 Mio. EUR) nahezu unverändert.

Nach Bereinigung des EBITDA um nicht-operative Effekte in Höhe von 0,7 Mio. EUR im aktuellen Geschäftsjahr (im Rahmen eines außergerichtlichen Vergleichs erzielte Erträge) und um 1,0 Mio. EUR im Vorjahr (diverse Erträge aus Sanierungs- und Restrukturierungsmaßnahmen), verzeichnet die Gesellschaft insgesamt eine Verbesse-

Die Entwicklung des EBITDA im Vergleich zum Vorjahr in Höhe von 0,3 Mio. EUR. Damit hat sich der um Sondereffekte bereinigte operative Verlust wie erwartet leicht verbessert.

Die Geschäftsentwicklung der YOC-Gruppe im Geschäftsjahr 2015 verlief in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres moderat und von der Umsetzung der Strategie zur Fokussierung auf das Kerngeschäft Mobile Advertising geprägt. Der spürbare Umsatzanstieg im vierten Quartal 2015 führte zu einer deutlichen Verbesserung des EBITDA für diesen Zeitraum und betrug lediglich noch -0,1 Mio. EUR.

Ergebnis nach Steuern

Das Ergebnis nach Steuern (inklusive Corporate Functions) beträgt im Berichtszeitraum -1,5 Mio. EUR (2014: -1,5 Mio. EUR). Die YOC-Gruppe verzeichnete planmäßige Abschreibungen in Höhe von 0,3 Mio. EUR (2014: 0,3 Mio. EUR), ein - aufgrund des

geringen langfristigen Fremdkapitalniveaus - nahezu ausgeglichenes Finanzergebnis sowie Steuern vom Einkommen und Ertrag in Höhe von 0,1 Mio. EUR (2014: 0,1 Mio. EUR).

Ergebnis nach Steuern nicht fortgeführter Geschäftsbereich

Die Ergebnisse aus der Entkonsolidierung nicht mehr operativ tätiger Tochtergesellschaften sowie aus der Realisierung des variablen Kaufpreisbestandteils des in 2014 verkauften Geschäftsbereichs Affiliate Marketing wirkten sich in Höhe von insgesamt 0,1 Mio. EUR gewinnmindernd aus (2014: Gewinn in Höhe von 4,8 Mio. EUR).

Konzernergebnis nach Steuern YOC-Gruppe

Das Geschäftsjahr 2015 beendet der Konzern in Summe der dargestellten Effekte mit einem Verlust in Höhe von -1,5 Mio. EUR (2014: Gewinn in Höhe von 3,3 Mio. EUR).

Entwicklung der Finanz- und Vermögenslage der YOC-Gruppe

Die Bilanzstruktur ist beeinflusst durch das insbesondere im vierten Quartal des Jahres gestiegene Geschäftsvolumen, welches sich auf der Aktivseite im Anstieg der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen um 0,4 Mio. EUR sowie auf der Passivseite im Anstieg der kurzfristigen Schulden um 0,1 Mio. EUR widerspiegelt.

Langfristige Vermögenswerte

Die langfristigen Vermögenswerte blieben zum Bilanzstichtag mit 0,7 Mio. EUR konstant auf Vorjahresniveau.

Zum 31. Dezember 2015 stiegen die übrigen **immateriellen Vermögenswerte** leicht auf 0,6 Mio. EUR (2014: 0,5 Mio. EUR) an. Im Posten der selbst erstellten Software wurden Eigenentwicklungen in Höhe von 0,2 Mio. EUR (2014: 0,3 Mio. EUR) aktiviert. Bei planmäßigen Abschreibungen in Höhe von 0,2 Mio. EUR stiegen die übrigen immateriellen Vermögenswerte insgesamt um 0,1 Mio. EUR.

Die **Sachanlagen** gingen aufgrund des geringeren Investitionsbedarfs um 0,1 Mio. EUR auf 0,1 Mio. EUR zurück. Zudem

wurde zu Beginn des Jahres 2015 nicht betriebsnotwendiges Sachanlagevermögen gewinnbringend verkauft.

Kurzfristige Vermögenswerte

Die kurzfristigen Vermögenswerte betragen zum Bilanzstichtag 3,2 Mio. EUR (2014: 3,5 Mio. EUR) und sanken gegenüber dem Vorjahr um 0,3 Mio. EUR.

Forderungen aus Lieferungen und Leistungen stiegen zum 31. Dezember 2015 um 0,4 Mio. EUR auf 2,0 Mio. EUR (2014: 1,6 Mio. EUR) an. Insbesondere der Anstieg der Forderungsbestände in Spanien um 0,4 Mio. EUR - zurückzuführen auf das gestiegene Geschäftsvolumen und im europaweiten Vergleich hohen Zahlungszielen - trug zum Anstieg der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen der Gruppe bei.

In den **sonstigen Vermögenswerten** basiert der Rückgang in Höhe von 0,3 Mio. EUR aus der Teilrealisierung der in 2014 bilanzierten variablen Kaufpreisforderung aus dem im Juni 2014 verkauften Geschäftsbereich Affiliate Marketing in Höhe von 0,2 Mio. EUR.

Die **liquiden Mittel** verzeichneten einen Rückgang in Höhe von 0,3 Mio. EUR auf 0,9 Mio. EUR (2014: 1,2 Mio. EUR). Dies resultiert im Wesentlichen aus dem im aktuellen Geschäftsjahr erzielten negativen Cash-Flow aus operativer Geschäftstätigkeit.

Eigenkapital

Zum 31. Dezember 2015 beträgt das Eigenkapital der YOC-Gruppe -2,5 Mio. EUR (Vorjahr -1,7 Mio. EUR).

Am 22. April 2015 beschlossen Vorstand und Aufsichtsrat der YOC AG eine Kapitalerhöhung aus dem genehmigten Kapital gegen Bareinlagen im Umfang von 253.973 neuen Stückaktien unter Ausschluss des Bezugsrechts der bestehenden Aktionäre. Mit einem Ausgabepreis von 3,15 EUR je Aktie erzielte die Gesellschaft einen Bruttoemissionserlös in Höhe von 0,8 Mio. EUR.

Das Jahresergebnis in Höhe von -1,5 Mio. EUR (2014: 3,3 Mio. EUR; positiv beeinflusst durch den Verkauf der Tochtergesellschaft belboon GmbH) wirkt gegenläufig, so dass insgesamt ein Rückgang des Eigenkapitals in Höhe von 0,8 Mio. EUR zu verzeichnen ist.

Die Währungsumrechnungsdifferenzen aus der Umrechnung des Abschlusses der britischen Tochtergesellschaft in EUR spiegeln sich im erfolgsneutralen Ergebnis wider, welches das Eigenkapital um 0,1 Mio. EUR (2014: 0,2 Mio. EUR) minderte. Dieser Effekt ist auf die Ende 2015 sowie aktuell bestehende Abwertung des Euro gegenüber dem britischen Pfund zurückzuführen.

Langfristige Schulden

Zum Bilanzstichtag stiegen die langfristigen Schulden der YOC-Gruppe im Vergleich zum Vorjahr um 0,5 Mio. EUR auf 0,6 Mio. EUR an – zurückzuführen auf Vereinbarungen mit Investoren zur Aufnahme langfristiger Darlehen als begleitende Maßnahme der im April 2015 durchgeführten Kapitalerhöhung sowie einer langfristigen Vereinbarung zur Rückführung von sonstigen finanziellen Verbindlichkeiten in Höhe von 0,2 Mio. EUR.

Kurzfristige Schulden

Im Geschäftsjahr 2015 stiegen die kurzfristigen Schulden um 0,1 Mio. EUR auf 5,8 Mio. EUR (2014: 5,7 Mio. EUR) an.

Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sanken um 0,7 Mio. EUR, jedoch stiegen im gleichen Zuge die Verbindlichkeiten für noch nicht erhaltene Eingangsrechnungen um

0,9 Mio. EUR, so dass beide Effekte saldiert zu einem Anstieg in Höhe von 0,2 Mio. EUR führten.

Aufgrund des gestiegenen Geschäftsvolumens stiegen die Verbindlichkeiten aus Umsatzsteuer um 0,1 Mio. EUR auf 0,2 Mio. EUR gegenüber dem Vorjahr an.

In den sonstigen Verbindlichkeiten sind neben den Verbindlichkeiten aus Umsatzsteuer insbesondere Verpflichtungen aus Personalsachverhalten in Höhe von 0,4 Mio. EUR (Vorjahr 0,6 Mio. EUR) verzeichnet.

Die sonstigen finanziellen Verbindlichkeiten enthalten mit 3,2 Mio. EUR nahezu ausschließlich Verbindlichkeiten aus noch nicht erhaltenen Eingangsrechnungen (Vorjahr 2,4 Mio. EUR) und korrelieren zum Rückgang der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen.

Cash-Flow

Zum Stichtag beliefen sich die liquiden Mittel der YOC-Gruppe auf 0,9 Mio. EUR. Die Liquiditätsabnahme betrug 0,3 Mio. EUR im Vergleich zum Bilanzstichtag des Vorjahres.

Der Mittelabfluss setzt sich aus dem operativen Cash-Flow in Höhe von -1,3 Mio. EUR (2014: -1,9 Mio. EUR), einem Mittelabfluss aus Investitionstätigkeiten in Höhe von -0,1 Mio. EUR (2014: Mittelzufluss 2,7 Mio. EUR) sowie aus Mittelzuflüssen aus Finanzierungstätigkeiten in Höhe von 1,1 Mio. EUR (2014: Mittelabflüsse in Höhe von 0,1 Mio. EUR) zusammen.

Der operative Cash-Flow in Höhe von -1,3 Mio. EUR spiegelt im Wesentlichen das operative Konzernergebnis vor Abschreibungen in Höhe von -1,1 Mio. EUR (2014: -1,1 Mio. EUR) wider.

Der Mittelabfluss aus Investitionstätigkeiten in Höhe von -0,1 Mio. EUR umfasst einerseits die internen Entwicklungskosten im Zusammenhang mit der Weiterentwicklung technologischer Plattformen und innovativer Produkte in Höhe von 0,3 Mio. EUR, andererseits die Zuflüsse aus dem im Vorjahr verkauften Geschäftsbereich Affiliate Marketing in Höhe von 0,2 Mio. EUR. Im Sachanlagevermögen halten sich Zu- und Abgänge die Waage.

Der Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeiten in Höhe von 1,1 Mio. EUR resultiert zum einen aus der im April 2015 durchgeführten Kapitalerhöhung aus dem genehmigten Kapital gegen Bareinlagen im Umfang von 253.973 neuen Aktien unter Ausschluss des Bezugsrechts der bestehenden Aktionäre. Mit einem Ausgabepreis von 3,15 EUR je Aktie erzielte die Gesellschaft einen Bruttoemissionserlös in Höhe von 0,8 Mio. EUR.

Zum anderen vereinbarte die Gesellschaft mit einigen Investoren eine über die Kapitalerhöhung hinausreichende begleitende Darlehensaufnahme in Höhe von 0,3 Mio. EUR zu marktüblichen Konditionen sowie einer Laufzeit bis Mitte 2017.

Forschung und Entwicklung

Die Kosten für Forschung und Entwicklung neuer Produkte beziehungsweise technischer Innovationen beliefen sich im Geschäftsjahr 2015 auf insgesamt 0,4 Mio. EUR (2014: 0,6 Mio. EUR).

Bei der Produktentwicklung konzentriert sich das Unternehmen auf den automatisierten Handel von mobilen Werbeflächen im Bereich Mobile Programmatic Advertising, das Business Intelligence Tool „YOC Hub“ für Publisher, welches Informationen zur Vermarktung und Optimierung in Echtzeit bereitstellt, sowie das Produkt YOC Audience, das die Werbeauslieferung anhand von Zielgruppenkriterien zur Verbesserung der Werbewirksamkeit optimiert.

Für das weitere Wachstum der YOC-Gruppe und den Ausbau der Marktstellung ist die technologische Wettbewerbsfähigkeit essentiell, so dass wir die Weiter- und Neuentwicklung unserer Produkte und Plattformen in Eigenentwicklung vorantreiben.

Zusammenfassende Aussage über die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage

Die konsequente Umsetzung von Restrukturierung und strategischer Neuausrichtung spiegelt sich im gestiegenen Geschäftsvolumen wider, so dass erstmals seit dem Geschäftsjahr 2012 ein Anstieg der Umsätze verzeichnet und damit eine Trendwende eingeleitet werden konnte.

Insgesamt zeigte die operative Geschäftstätigkeit der YOC-Gruppe im Vergleich zum Vorjahr verbesserte Ergebnisse, die Maßnahmen zur Reduktion von Kosten wirken und werden im Geschäftsjahr 2016 bei erwartungsgemäßer Geschäftsentwicklung zu weiteren Ergebnissteigerungen beitragen.

Die Bilanzsumme der YOC-Gruppe sank – beeinflusst durch die insgesamt noch nicht ausreichenden Cash-Flows – um 6 % auf 3,9 Mio. EUR (2014: 4,1 Mio. EUR).

Zusätzlich zu den im Geschäftsjahr 2015 erfolgreich durchgeführten Finanzierungsmaßnahmen – der Kapitalerhöhung mit begleitender Darlehensaufnahme sowie der Realisierung des variablen Kaufpreisbestandteils aus dem Verkauf des Geschäftsbereichs Affiliate Marketing – evaluiert der Vorstand weitere kurzfristige Liquiditätsmaßnahmen, um den Kapitalbedarf bis zum kurz- bis mittelfristig erwarteten Break-even zu decken.

Prognosebericht der YOC-Gruppe

Weltweiter Werbemarkt

Nach einem Plus von etwa 4 % im Geschäftsjahr 2015 soll der weltweite Werbemarkt 2016 um 4,6 % auf 513 Mrd. EUR wachsen. Das prognostiziert die Mediaagenturgruppe ZenithOptimedia (2016). Die Mediaspezialisten sehen in Großereignissen wie den Olympischen Sommerspielen in Brasilien und den US-Präsidentenwahlen Treiber dieser Entwicklung (ZenithOptimedia 2015).

Innerhalb von Europa prognostiziert das Mediaagenturnetzwerk Carat für die Geschäftsjahre 2016 und 2017 jeweils ein Wachstum von 3,1 %. Großbritannien schreiben die Experten die höchsten Zuwachspotenziale mit 6,2 % (2016) und 5,7 % (2017) zu (Carat 2016).

Langfristig erwarten die Marktforscher von emarketer bis 2019 einen Anstieg der globalen Werbeausgaben auf etwa 720 Mrd. US Dollar. Ursache ist die Bereitschaft der Werbekunden, aufgrund der zurückkehrenden wirtschaftlichen Stabilität vieler Volkswirtschaften wieder mehr in Werbung zu investieren. Allerdings soll Nordamerika als bislang größter Werbemarkt im Jahr 2019 gemäß emarketer von Asien überholt werden (emarketer 2015d).

Werbeausgaben klassischer Medien

Insgesamt waren die Werbebudgets für TV, Zeitungen und Magazine 2015 negativ beeinflusst, da diese Werbegelder zunehmend in digitale Formate wie Onlineversionen für Magazine und Zeitungen sowie in Webvideos flossen (emarketer 2015d). Allerdings bleibt das Fernsehen international wie auch in Deutschland das umsatzstärkste Medium mit einem durchschnittlichen Wachstum von 2,9 % pro Jahr im Zeitraum 2015 bis 2017. Der Anteil am weltweiten Werbemarkt betrug im Geschäftsjahr 2015 rund 42 %. Die gedruckten Medien mussten demgegenüber weitere Einbußen hinnehmen: Während Zeitschriften 3,1 % ihrer Anteile abgaben, lag der Verlust bei Zeitungen sogar bei 5,7 % (Carat 2016).

Werbeausgaben Digital Advertising

Begünstigt wird die Entwicklung hin zu digitalen Medien durch die Emanzipierung der Bewegtbildwerbung vom linearen Fernsehen. Digitale Plattformen wie Youtube, Facebook etc. binden das Interesse der Nutzer, da sie überall konsumiert werden können. Der größte Umsatzanteil innerhalb des digitalen Werbespendings entfällt auf die Suchmaschinen-

werbung (63 %). Trotz prozentual vergleichsweise geringer Wachstumsraten erzielt sie in absoluten Zahlen noch immer die größten Zuwächse. Display Advertising bleibt weiter ein relevanter Teil digitaler Werbeausgaben, unterstützt durch die mobile Bannerwerbung. Im Geschäftsjahr 2016 sollen die Ausgaben für Display Advertising um 11,6 % ansteigen (Carat 2016).

Die steigenden Werbeausgaben für Programmatic Advertising insbesondere für kanalübergreifende Kampagnen in Online und Mobile Media befördern die Umsätze in digitale Medien zusätzlich. Allein im laufenden Geschäftsjahr erwartet Carat 36,4 % mehr Ausgaben in das automatisierte Planen, Einkaufen und Aussteuern von Werbemitteln. Im Jahr 2017 soll der Bereich um weitere 28,8 % wachsen (Carat 2016).

Mobile Advertising

Den Hauptanteil der wachsenden Werbeausgaben investieren Werbetreibende laut der Einschätzung von ZenithOptimedia künftig in mobile Werbung. Demzufolge könnten die Spendings um bis zu 32 % jährlich zulegen. Bewahrheitet sich dies, läge der Anteil von Mobile Advertising an Digital Advertising bereits 2018 bei knapp 50 % (ZenithOptimedia 2016).

Im Geschäftsjahr 2016 soll Mobile Advertising erstmals weltweit die Etats der Tageszeitungen übersteigen. 2017 sehen die Mediaspezialisten die Werbebudgets für Mobile noch hinter TV; 2018 soll dies bereits umgekehrt sein (ZenithOptimedia 2015).

Ausblick

Nach einem passablen Umsatzwachstum im vierten Quartal 2015 liegt das Augenmerk des Vorstands insbesondere auf der Stabilisierung beziehungsweise der Neupositionierung der Geschäftsaktivitäten der Gesellschaft in Großbritannien. Aufgrund der nicht zufriedenstellenden Entwicklung wurde die Neuorganisation der Gesellschaft vorangetrieben und mit der Neubesetzung von Schlüsselpositionen und der Verabschiedung einer an die britischen Marktgegebenheiten angepassten Strategie abgeschlossen. Die Erwartungen für das laufende Jahr sind optimistisch.

In allen anderen von YOC bedienten Märkten (Deutschland, Österreich und Spanien) konnten die im ersten Quartal 2016 gesteckten Ziele erreicht beziehungsweise übertroffen werden.

Insgesamt rechnet YOC für das Geschäftsjahr 2016 mit deutlich wachsenden Umsatzerlösen von mindestens 15 - 20 % bei einer gleichsam konstanten Kostenstruktur, so dass sich eine verbesserte operative Ertragslage ergeben sollte.

Der Vorstand kalkuliert für das Geschäftsjahr 2016 insgesamt noch mit einem negativen operativen Cash-Flow, mittelfristig wird allerdings der Break-Even angestrebt.

Aufgrund der an die Erfordernisse der Branche angepassten Marktpositionierung sowie des Ausbaus der Dienstleistungen im Mobile Performance Advertising ist mittelfristig von einem beständigen Wachstum auszugehen. Die positiven wirtschaftlichen Rahmenbedingungen unterstützen diese Prognose.

Der Umbau der Gesellschaft hin zum Mobile Premium Programmatic Anbieter bringt die Gesellschaft auf ein neues Produktniveau und wird bei erwartungsgemäßer Entwicklung zu einer Stärkung der Marktpositionierung führen. Mit dem Ausbau dieses Bereiches werden weitere Steigerungen der Rotertragsmarge erwartet und parallel die Unabhängigkeit von größeren Kooperationen vorangetrieben.

Voraussetzung dafür ist die planmäßige Entwicklung der internationalen Standorte. Investitionen in innovative Tech-

nologien und Produkte sowie die Automatisierung interner Prozesse sind Bestandteil der Unternehmensstrategie, um die begonnene Entwicklung zu stärken und auszubauen. Die YOC-Gruppe rechnet für das Geschäftsjahr 2016 auf Basis der oben dargestellten Entwicklungen mit einer Verbesserung der operativen Ertragslage.

Zur Aufrechterhaltung der Liquidität im Prognosezeitraum ist die Gesellschaft davon abhängig, dass

- die geplanten Eigen- und Fremdkapitalmaßnahmen im ersten Halbjahr 2016, die zu einem Liquiditätszufluss von mindestens 1,1 Mio. EUR führen, durchgesetzt werden
- Ansprüche aus nicht operativen Geschäftsvorfällen in den nächsten sechs Monaten, erfolgreich durchgesetzt werden
- der geplante Geschäftsverlauf, insbesondere die signifikanten Umsatzsteigerungen und eine erhebliche Verbesserung des operativen Ergebnisses realisiert werden.

Der Fortbestand des Mutterunternehmens und damit des Konzerns hängt davon ab, dass die oben genannten Maßnahmen erfolgreich umgesetzt werden und der geplante Geschäftsverlauf realisiert werden kann.

Entwicklung der Ertragslage der YOC AG

Die YOC AG mit Sitz in Berlin ist Mutterunternehmen sämtlicher in der YOC-Gruppe enthaltener Gesellschaften. Neben den Corporate Functions betreibt die YOC AG seit dem zweiten Halbjahr 2015 die Central Performance Unit für den Geschäftsbereich Mobile Performance Advertising.

Umsatzentwicklung und Gesamtleistung

Im Geschäftsjahr 2015 erzielte die Gesellschaft im Mobile Performance Marketing Umsatzerlöse in Höhe von 0,3 Mio. EUR (2014: 0,1 Mio. EUR).

Die sonstigen betrieblichen Erträge tragen mit 1,9 Mio. EUR (2014: 8,1 Mio. EUR) zum Ergebnis bei. Die Gesamtleistung der Gesellschaft liegt im Geschäftsjahr 2015 bei 2,2 Mio. EUR (2014: 8,2 Mio. EUR).

Aus der Weiterbelastung verauslagter Kosten sowie der Umlage der Kosten für Corporate Functions an die Tochtergesellschaften erzielte die Gesellschaft Erträge in Höhe von 0,8 Mio. EUR (2014: 0,6 Mio. EUR).

Im aktuellen Geschäftsjahr erzielte die YOC AG Sondereffekte durch Erträge aus einem außergerichtlichen Vergleich mit einem ehemaligen Finanzdienstleister in Höhe von netto 0,7 Mio. EUR sowie aus der Ausbuchung verjährter Verbindlichkeiten in Höhe von 0,1 Mio. EUR.

Im Vorjahr wirkten sich einmalige Sondereffekte insgesamt in Höhe von 6,6 Mio. EUR ertragswirksam aus (2,5 Mio. EUR aus dem Verkauf der Beteiligung an der belboon GmbH, 1,2 Mio. EUR aus der Ausbuchung einer Wertberichtigung von Forderungen gegen Tochtergesellschaften, 1,1 Mio. EUR aus dem Abkauf wesentlicher Forderungen, weitere 1,1 Mio. EUR aus der Liquidation der Tochtergesellschaft Moustik SPRL sowie 0,7 Mio. EUR aus dem Verkauf des Geschäftsbereichs Mobile Technology).

Materialaufwand

Die Aufwendungen für bezogene Leistungen des Mitte 2015 gestarteten Geschäftsbereiches Mobile Performance Marketing enthalten im Wesentlichen Fremdleistungen für Kundenprojekte/Mediakampagnen und betragen 0,3 Mio. EUR.

Personalaufwand und Personalentwicklung

Gegenüber dem Vorjahr stieg der durchschnittliche Personal-

bestand der YOC AG – insbesondere durch den Aufbau der Central Performance Unit im vierten Quartal 2015 – auf 12 festangestellte Mitarbeiter (2014: 10 festangestellte Mitarbeiter).

Zum 31. Dezember 2015 beschäftigte die YOC AG 16 festangestellte Vollzeit-Mitarbeiter (31. Dezember 2014: 10 festangestellte Mitarbeiter).

Seit dem 01. Januar 2015 hat die Gesellschaft mit Michael Kruse einen zweiten Vorstand und Experten für den neuen Geschäftsbereich Mobile Programmatic. Neben dem zweiten Vorstand trägt der Aufbau des durchschnittlichen Personalbestands zum Anstieg des Personalaufwands auf 1,2 Mio. EUR bei (Vorjahr: 0,8 Mio. EUR).

Sonstige betriebliche Aufwendungen

Im Geschäftsjahr 2014 lagen die sonstigen betrieblichen Aufwendungen mit 1,7 Mio. EUR (2014: 4,1 Mio. EUR) deutlich unter den Werten des Vorjahres.

Die gegenüber den Tochtergesellschaften YOC France in Höhe von 0,3 Mio. EUR und YOC Spain in Höhe von 0,2 Mio. EUR ausgesprochenen Forderungsverzichte wirkten sich mit insgesamt 0,4 Mio. EUR im Berichtsjahr aus (2014: Forderungsverzicht gegenüber Sevenval Ltd. in Höhe von 1,3 Mio. EUR).

Rechts-, Beratungs- und Buchführungskosten sanken im Vergleich zum Vorjahr um 0,3 Mio. EUR auf 0,3 Mio. EUR. Die deutlich höheren Aufwendungen in diesem Bereich des Vorjahres sind auf den erhöhten Beratungsbedarf im Rahmen der Restrukturierung der Gesellschaft zurückzuführen.

Mit dem Käufer der im Geschäftsjahr 2014 verkauften Tochtergesellschaft belboon GmbH erfolgte die Einigung über den variablen Kaufpreisbestandteil in Höhe von 0,2 Mio. EUR. Aufgrund der im Vorjahr erfassten Forderung in Höhe von 0,3 Mio. EUR ergibt sich ein Aufwand in Höhe von 0,1 Mio. EUR im Geschäftsjahr 2015.

EBITDA

Das operative Ergebnis vor Abschreibungen lag in 2015 insgesamt bei -1,0 Mio. EUR (2014: 3,3 Mio. EUR).

Beteiligungs- und Finanzergebnis

Im aktuellen Geschäftsjahr liegt das Beteiligungs- und Finanz-

ergebnis bei -0,3 Mio. EUR (2014: -0,2 Mio. EUR).

Das Ergebnis aus Ergebnisabführungsverträgen beträgt -0,8 Mio. EUR im Geschäftsjahr 2015 (2014: -0,1 Mio. EUR). Gewinnausschüttungen der österreichischen Tochtergesellschaft an die YOC AG beliefen sich erstmalig im Geschäftsjahr 2015 auf 0,3 Mio. EUR.

Das Zinsergebnis beträgt im Berichtsjahr 0,1 Mio. EUR. Aus der Einbuchung von Forderungen von Zinserstattungen gegenüber der verkauften Tochtergesellschaft belboon GmbH generierte die YOC AG Erträge in Höhe von 0,2 Mio.

EUR. Dem stehen Zinsaufwendungen in Höhe von 0,04 Mio. EUR gegenüber.

Abschreibungen

Die planmäßigen Abschreibungen sanken im Berichtszeitraum um 0,1 Mio. EUR auf 0,1 Mio. EUR (2014: 0,2 Mio. EUR).

Ergebnis nach Steuern

Das Ergebnis nach Steuern beträgt im Berichtszeitraum -1,4 Mio. EUR (2014: 2,9 Mio. EUR).

Entwicklung der Finanz- und Vermögenslage der YOC AG

Zum 31. Dezember 2015 beträgt die Bilanzsumme der YOC AG 3,5 Mio. EUR (2014: 3,2 Mio. EUR).

Der in 2015 erzielte Jahresfehlbetrag in Höhe von -1,4 Mio. EUR führte zum Anstieg des nicht durch Eigenkapital gedeckten Fehlbetrags auf 1,0 Mio. EUR (2014: 0,4 Mio. EUR).

Abschreibungen

Zum 31. Dezember 2015 erwarb die YOC AG von der YOC Mobile Advertising GmbH entwickelte Software im Wert von 0,6 Mio. EUR.

Zur Stärkung des Eigenkapitals führte die YOC AG Kapitalerhöhungen bei der YOC Mobile Advertising Ltd. in Höhe von 0,4 Mio. EUR und bei der YOC Spain S.L. in Höhe von 0,2 Mio. EUR durch. Aus dem Abgang der liquidierten Moustik GmbH resultierte ein Rückgang in Höhe von 0,2 Mio. EUR.

Insgesamt stieg das Anlagevermögen um 0,5 Mio. EUR auf 1,4 Mio. EUR.

Eigenkapital

Am 22. April 2015 beschlossen Vorstand und Aufsichtsrat der YOC AG eine Kapitalerhöhung aus dem genehmigten Kapital gegen Bareinlagen im Umfang von 253.973 neuen Stückaktien unter Ausschluss des Bezugsrechts der bestehenden Aktionäre. Mit einem Ausgabepreis von 3,15 EUR je Aktie erzielte die Gesellschaft einen Bruttoemissionserlös in Höhe von 0,8 Mio. EUR.

Verbindlichkeiten

Die Gesellschaft vereinbarte mit einigen Investoren eine über die Kapitalerhöhung hinausreichende begleitende Darlehens-

aufnahme in Höhe von 0,3 Mio. EUR zu marktüblichen Konditionen sowie einer Laufzeit bis Mitte 2017.

Investitionen

Die Veräußerung nicht betriebsnotwendigen Sachanlagevermögens führte zu Erträgen in Höhe von 0,1 Mio. EUR.

Zusammenfassende Aussage über die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage

Das Geschäft der YOC AG im Bereich Mobile Performance Marketing erzielt seit dem Relaunch zur Mitte des Geschäftsjahres 2015 erste Umsätze in Höhe von 0,3 Mio. EUR. Insgesamt erzielt die Central Performance Unit Anlaufverluste.

Die Ergebnisbeiträge der Tochtergesellschaften sind im Geschäftsjahr 2015 insgesamt noch negativ.

Aufgrund der positiven Entwicklung der österreichischen Tochtergesellschaft generierte die YOC AG erstmalig aus den internationalen Standorten eine Gewinnausschüttung in Höhe von 0,3 Mio. EUR.

Insgesamt erzielte die YOC AG einen Jahresfehlbetrag in Höhe von -1,4 Mio. EUR.

Zusätzlich zu den im Geschäftsjahr 2015 erfolgreich durchgeführten Finanzierungsmaßnahmen – der Kapitalerhöhung mit begleitender Darlehensaufnahme sowie der Realisierung des variablen Kaufpreisbestandteils aus dem Verkauf des Geschäftsbereichs Affiliate Marketing – evaluiert der Vorstand weitere Liquiditätsmaßnahmen, um den Kapitalbedarf bis zum kurz- bis mittelfristig erwarteten Break-even der YOC-Gruppe zu decken.

Prognosebericht der YOC AG

Der Geschäftsverlauf der YOC AG und des YOC-Konzerns sind eng miteinander verbunden, da die YOC AG als Holding im Konzern fungiert und die Koordination der konzernweiten Entwicklungs-, Vertriebs-, Service- und Marketingabteilungen übernimmt.

Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Aufgrund der bestehenden engen Verknüpfung zwischen YOC AG und YOC-Konzern verweisen wir auf die im Abschnitt „Prognosebericht der YOC-Gruppe“ beschriebenen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen.

Ausblick

Für die Mitte des Jahres 2015 gestartete Central Performance Unit wird im Geschäftsfeld Mobile Performance Marketing für das Geschäftsjahr 2016 eine Vervielfachung der Umsätze erwartet. Mittelfristig erwartet die Gesellschaft – gestützt auf die positiven wirtschaftlichen Rahmenbedingungen – ein beständiges Wachstum.

Die Abteilung zur Entwicklung von Produkten wird ab Beginn des Geschäftsjahres 2016 in der YOC AG (vorher YOC Mobile Advertising GmbH) geführt. Zusammen mit dem Aufbau der Central Performance Unit werden die Mitarbeiterzahlen im Geschäftsjahr 2016 weiter ansteigen.

Insgesamt erwartet die YOC AG ein negatives operatives Ergebnis für das Geschäftsjahr 2016.

Im Geschäftsjahr 2016 rechnet die Gesellschaft im Rahmen der ertragsteuerlichen Organschaft mit positiven Ergebnisbeiträgen aus der Ergebnisabführung der YOC Mobile Advertising GmbH an die YOC AG. Für die YOC Mobile Advertising GmbH werden im kommenden Geschäftsjahr wachsende Umsatzerlöse im zweistelligen Prozentbereich erwartet.

Aufgrund des positiven Ergebnisses der österreichischen Tochtergesellschaft im Geschäftsjahr 2015 sind weitere positive Ergebnisbeiträge aus Gewinnausschüttungen geplant. Für die YOC Central Eastern Europe GmbH werden im kommenden Geschäftsjahr deutlich wachsende Umsatzerlöse im zweistelligen Prozentbereich erwartet.

Für die Tochtergesellschaften YOC Spain S.L. und YOC Mobile Advertising Ltd. werden für das Jahr 2016 Umsatzzuwächse im zweistelligen Prozentbereich erwartet. Aus beiden Gesellschaften werden für 2016 keine positiven Ergebnisbeiträge

erwartet. Mittelfristig wird davon ausgegangen, dass diese Länder positive Ergebnisbeiträge erwirtschaften und zur Steigerung der Ergebnisse der YOC AG beitragen werden.

In den von YOC bedienten Märkten Deutschland, Österreich und Spanien konnten die im ersten Quartal 2016 gesteckten Ziele erreicht beziehungsweise übertroffen werden, lediglich in Großbritannien ergaben sich negative Abweichungen zu den definierten Zielen.

Insgesamt erwartet die Gesellschaft für das Geschäftsjahr 2016 ein positives Beteiligungsergebnis.

Die Liquiditätsplanung erfolgt im Wesentlichen auf Ebene des YOC-Konzerns. Wir verweisen daher auf die Ausführungen im Abschnitt „Ausblick“ der YOC-Gruppe. Aufgrund der relativen Größe des Mutterunternehmens zum Konzern, der sehr engen Leistungsverflechtungen innerhalb der Gruppe und der zentralisierten Treasury-Funktionen sind die Finanzlage des Konzerns und der AG vergleichbar.

Insgesamt hängt die weitere positive Entwicklung der YOC AG mithin vom erfolgreichen Verlauf der geplanten Geschäftsentwicklung der Central Performance Unit und der Tochtergesellschaften – insbesondere der internationalen Standorte – sowie der Entwicklung der für die zentralen Dienstleistungen weiterbelasteten Kosten der Corporate Functions ab.

Zur Aufrechterhaltung der Liquidität im Prognosezeitraum ist die Gesellschaft davon abhängig, dass

- die geplanten Eigen- und Fremdkapitalmaßnahmen im ersten Halbjahr 2016, die zu einem Liquiditätszufluss von mindestens 1,1 Mio. EUR führen, durchgeführt werden
- Ansprüche aus nicht operativen Geschäftsvorfällen in den nächsten sechs Monaten, erfolgreich durchgesetzt werden
- der geplante Geschäftsverlauf, insbesondere die signifikanten Umsatzsteigerungen und eine erhebliche Verbesserung des operativen Ergebnisses realisiert werden.

Der Fortbestand des Mutterunternehmens und damit des Konzerns hängt davon ab, dass die oben genannten Maßnahmen erfolgreich umgesetzt werden und der geplante Geschäftsverlauf realisiert werden kann.

Chancen- und Risikobericht

Grundsätze des Chancen- und Risikomanagements

Zur Erreichung ihrer Ziele nutzt die YOC-Gruppe ein ganzheitliches und systematisches Chancen- und Risikomanagement. So ist gewährleistet, dass Chancen erkannt und konsequent genutzt werden können, ohne die damit verbundenen Risiken außer Acht zu lassen.

Die Weiterentwicklung des Chancen- und Risikomanagements unter Berücksichtigung eines sich schnell verändernden Markt- und Geschäftsumfeldes ist die Grundlage für nachhaltiges Wachstum. 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.

Zentraler Bestandteil ist das interne Reporting relevanter operativer Kennzahlen. Dadurch werden Risiken und Chancen frühzeitig erkannt und bewertet. Der Vorstand überwacht die Umsetzung von Maßnahmen zum Risikoccontrolling sowie der Realisierung von Chancen in den operativen Einheiten.

Die Angemessenheit der Methoden und Prozesse des Risikomanagements zur Identifizierung, Beurteilung, Steuerung, Überwachung und Kommunikation der Risiken wird in regelmäßigen Abständen überprüft und an interne und externe Entwicklungen angepasst.

Chancenmanagement

Aufgrund unseres Produktportfolios, unseres Know-hows und unserer Innovationskraft sind wir davon überzeugt, die aus unserem unternehmerischen Handeln resultierenden Chancen realisieren und den Herausforderungen, die sich aus den vorgenannten Risiken ergeben, erfolgreich begegnen zu können.

Risikomanagement

Markt- und Wettbewerbsrisiko

Die YOC-Gruppe agiert in einem jungen Markt, der sich sehr schnell entwickelt. Dies erfordert einen hohen Grad an Flexibilität von Prozessen und Strukturen. Veränderungen von Markt- und Wettbewerbsverhältnissen, wie zum Beispiel dem Markteintritt neuer Wettbewerber, gehören zu den Risiken, denen die YOC-Gruppe durch ein kontinuierliches Markt- und Unternehmens-Monitoring begegnet. Das Erkennen von Trends und neuen Entwicklungen wird insbesondere durch den Bereich Business Development gewährleistet.

Veränderungen ökonomischer Faktoren können durch Auftragsrückgänge insbesondere in der Werbebranche ebenfalls Auswirkungen auf die Entwicklung der YOC-Gruppe haben. Durch das breit gefächerte Angebot an Produkten und Dienstleistungen sowie einem diversifizierten Kundstamm ist die YOC-Gruppe hierfür gut aufgestellt. Das Risiko eines durch gesamtwirtschaftliche Faktoren bedingten Umsatzrückgangs wird als gering eingeschätzt.

Technologische Risiken

Die YOC-Gruppe verfolgt eine einheitliche IT-Strategie, die eine ständige Überprüfung und Weiterentwicklung der IT-Systeme beinhaltet. Die Geschwindigkeit der technologischen Innovationen im Markt erfordert ein hohes Maß an Flexibilität und stellt zunehmend ein Risiko dar. Insbesondere fehlt es zum Teil noch an Standards im technologischen Umfeld. Substitut- und Konkurrenzprodukte könnten die Wettbewerbsfähigkeit der YOC-Gruppe schwächen. Deshalb müssen Innovationen vorangetrieben werden, um langfristig erfolgreich zu sein und die Marktstellung auszubauen. Aufgrund der hohen Dynamik im Markt stehen den Investitionen in die Entwicklung neuer Produkte und Technologien immer auch Risiken gegenüber, so dass sich getätigte Investitionen auch als unrentabel erweisen können.

Bei der Auswahl der IT-Systeme entscheidet sich die YOC-Gruppe überwiegend für branchenspezifische Standardsoftware namhafter Anbieter. Die Regelungen zur Informationssicherheit umfassen die Implementierung von Verschlüsselungsmechanismen, Firewalls und Virenskannern. Vorsorgemaßnahmen gegen den Ausfall von technischen Anlagen wurden durch den Parallelbetrieb der technischen Applikationen getroffen, so dass Kundenaufträge jederzeit reibungslos abgewickelt werden können. Back Up Systeme sichern zudem den Datenbestand vor einem möglichen Datenverlust und gewährleisten eine konsistente Verfügbarkeit.

Finanz- und Treasury-Risiken

Die YOC-Gruppe hat zur Planung und Überwachung der Zahlungsströme eine eigene Treasury Funktion eingerichtet. Das Liquiditätsmanagement unterstützt den Vorstand durch die Kontrolle der Geschäftsentwicklung und Zahlungsschwankungen bei der Überwachung von Maßnahmen zur Liquiditätssicherung. Die Steuerung erfolgt unter anderem über Kennzahlen, die Aufschluss über die Kapitalstruktur des Unternehmens liefern.

Dem Forderungsausfallrisiko wird durch ein stringentes Debitorenmanagement entgegengewirkt, das auf die Überwachung der Altersstruktur der Forderungen und das Management von zweifelhaften Forderungen ausgerichtet ist.

Zum 31. Dezember 2015 verfügt die Gesellschaft über einen Liquiditätsbestand in Höhe von 0,9 Mio. EUR.

Im Zuge der Fokussierung des Geschäftsmodells auf den Bereich Mobile Advertising hat sich die operative Ergebnissituation verbessert, so dass sich die operativen Verluste reduzierten. Die operative Ertragslage wird sowohl durch Umsatzaus als auch Rohertragssteigerungen weiter optimiert. Folglich sinkt der Liquiditätsbedarf kontinuierlich.

Aufgrund der aktuell noch negativen operativen Cash-Flows prüft der Vorstand weitere Maßnahmen zur Verbesserung der Liquidität. Der Fortbestand der Gesellschaft und des Konzerns erfordert die erfolgreiche Durchführung der im Abschnitt „Ausblick“ des Prognoseberichts dargestellten Maßnahmen und hängt von der Erreichung des geplanten Geschäftsverlaufs ab.

Rechtliche Risiken und Haftungsrisiken

Um rechtlichen Risiken vorzubeugen, werden wesentliche Rechtsgeschäfte durch die Einschaltung externer Rechtsanwälte geprüft. Durch einen umfangreichen Versicherungsschutz, der einer laufenden Überprüfung unterzogen wird, sichert sich die YOC-Gruppe gegen Schadensfälle und ein mögliches Haftungsrisiko ab. Die abgeschlossene Directors & Officers Liability Insurance dient zur Absicherung des Managements gegen eventuelle Vermögensschäden am Unternehmen.

Weder die YOC AG noch eine ihrer Tochtergesellschaften war im Geschäftsjahr 2015 an laufenden oder absehbaren Gerichts- oder Schiedsverfahren beteiligt, die wesentlichen Einfluss auf die wirtschaftliche Lage des Unternehmens bzw. des Konzerns haben könnten. Auch für das kommende Geschäftsjahr wird mit keiner negativen Entwicklung gerechnet.

Entscheidungen des Gesetzgebers, wie zum Beispiel die Veränderung der Datenschutzregelung, können eine negative

Wirkung auf die Geschäftstätigkeit der YOC-Gruppe haben. Zum Zeitpunkt der Abschlusserstellung sind uns jedoch keine für die YOC-Gruppe wesentlichen für die absehbare Zukunft geplanten Gesetzesänderungen bekannt.

Personelle Risiken

Für die erfolgreiche Entwicklung der YOC-Gruppe ist die Gewinnung und nachhaltige Bindung qualifizierter Mitarbeiter an das Unternehmen notwendig. Aufgrund des starken Wachstums des für die YOC-Gruppe relevanten Marktes ist der Arbeitsmarkt für Personal mit den benötigten Kenntnissen und Erfahrungen besonders hart umkämpft. Die Überwachung und Vermeidung des Risikos personeller Engpässe wird durch eine unternehmensweite Personalplanung unterstützt. Durch Personalentwicklungsmaßnahmen und einem regelmäßig vom Vorstand überprüften leistungsbezogenen Vergütungssystem wird die Wettbewerbsfähigkeit im Personalmarkt sichergestellt. Durch Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen wird zudem gewährleistet, dass in jedem Unternehmensbereich mehrere Schlüsselpersonen arbeiten. Vertretungsregelungen und Nachfolgemanagement gewährleisten die Sicherstellung der Geschäftsabläufe und Entscheidungsprozesse.

Mitarbeiter, die mit vertraulichen Informationen arbeiten, verpflichten sich, die entsprechenden Vorschriften einzuhalten und mit den Informationen verantwortungsvoll umzugehen.

Planungsrisiken

Planungsrisiken bestehen in der Umsatz- und Kostenprognose. Insbesondere vor dem Hintergrund der Dynamik im Markt basiert die kurz- und mittelfristige Planung auf wesentlichen Schätzungen und Annahmen, vor allem zur Umsatzentwicklung. Die regelmäßige Überprüfung der Annahmen ermöglicht dem Vorstand, auf Planabweichungen zu reagieren und entsprechende Maßnahmen einzuleiten.

Kontroll- und Risiko- managementbericht zum Rechnungslegungsprozess

(§289 Abs. 5 und §315 Abs.2 Nr. 5 HGB)

Das bei der YOC AG sowie in der YOC-Gruppe bestehende Kontroll- und Risikomanagementsystem beinhaltet die Gesamtheit aller organisatorischen Regelungen und Maßnahmen zur Risikoidentifikation, -bewertung und -kommunikation sowie zum Umgang mit den Risiken unternehmerischer Betätigung. Im Hinblick auf den (Konzern-) Rechnungslegungsprozess soll zudem über die Ausgestaltung und kontinuierliche Weiterentwicklung des internen Kontrollsystems die Beachtung der einschlägigen Rechnungslegungsvorschriften und -standards und die Ordnungsmäßigkeit der Rechnungslegung sichergestellt werden. Auf diese Weise soll gewährleistet werden, dass die Finanzberichterstattung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der YOC AG und der YOC-Gruppe vermittelt.

Der Vorstand trägt die Gesamtverantwortung für das interne Kontroll- und Risikomanagementsystem im Hinblick auf den (Konzern-) Rechnungslegungsprozess. Über eine definierte Führungs- und Berichtsorganisation sind alle in den Konzernabschluss einbezogenen Gesellschaften eingebunden. Die operative Verantwortung obliegt dem Vorstand. Dieser wird durch die Leitung des Rechnungswesens unterstützt.

Wir erachten folgende Elemente des internen Kontroll- und Risikomanagementsystems der YOC-Gruppe im Hinblick auf den (Konzern-) Rechnungslegungsprozess für wesentlich:

- Verfahren zur Identifikation, Beurteilung und Dokumentation aller wesentlichen rechnungslegungsrelevanten Unternehmensprozesse und Risikofelder einschließlich der dazugehörigen Schlüsselkontrollen. Diese umfassen Prozesse des Finanz- und Rechnungswesens

sowie administrative und operative Unternehmensprozesse, die wesentliche Informationen für die Aufstellung des Jahres- und Konzernabschlusses einschließlich des Lage- und Konzernlageberichts generieren

- Prozessintegrierte Kontrollen (EDV-gestützte Kontrollen und Zugriffsbeschränkungen, Vier-Augen-Prinzip, Funktionstrennung, analytische Kontrollen)
- Standardisierte Finanzbuchhaltungsprozesse
- Sicherstellung einer einheitlichen Bilanzierung durch konzernweite Richtlinien und Verfahren
- Regelmäßige interne Konzernberichterstattung, Gewinn- und Verlustrechnung sowie monatliche Ergebnisberichterstattung inklusive Analyse und Berichterstattung wesentlicher Entwicklungen und Soll-Ist-Abweichungen

Die Wirksamkeit des (konzern-) rechnungslegungsbezogenen internen Kontroll- und Risikomanagementsystems wird durch regelmäßige präventive Kontrollen geprüft und bewertet. Ein konzernweites Berichtssystem soll die regelmäßige und zeitnahe Information des Vorstands und des Aufsichtsrats gewährleisten. Im Vorstand und im Aufsichtsrat wird regelmäßig über die aktuelle Risikosituation sowie über die Funktionsweise, Wirksamkeit und Angemessenheit des internen Kontroll- und Risikomanagementsystems berichtet.

Mit den eingerichteten Prozessen, Systemen und Kontrollen ist nach Auffassung des Vorstands hinreichend gewährleistet, dass die Rechnungslegungsprozesse im Einklang mit den einschlägigen Rechnungslegungsprinzipien erfolgen.

Angaben zu den Aktien sowie erläuternder Bericht des Vorstands

(nach §§ 289 Abs. 4 und § 315 Abs. 4 HGB)

Zusammensetzung des gezeichneten Kapitals

Zum 31. Dezember 2015 beträgt das gezeichnete Kapital der YOC AG 3.112.473 EUR und ist eingeteilt in 3.112.473 auf den Inhaber lautende, nennwertlose Stückaktien. Verschiedene Aktiegattungen bestehen nicht.

Mit allen Aktien sind die gleichen Rechte und Pflichten verbunden. Jede Aktie gewährt in der Hauptversammlung eine Stimme und ist maßgebend für den Anteil der Aktionäre am Gewinn der Gesellschaft. Hiervon ausgenommen sind von der Gesellschaft gehaltene eigene Aktien, aus denen der Gesellschaft keine Rechte zustehen.

Beschränkungen der Stimmrechte oder der Übertragung von Aktien

Stimmrechtsbeschränkungen betreffend Aktien der YOC AG oder Beschränkungen hinsichtlich der Übertragung von Aktien der YOC AG bestehen nicht.

Beteiligungen am Kapital, die 10 % der Stimmrechte überschreiten

Die nachfolgend angegebenen direkten oder indirekten Beteiligungen am Kapital der YOC AG, die 10 % der Stimmrechte überschreiten, basieren auf Stimmrechtsmitteilungen nach § 21 WpHG, die die Gesellschaft im Geschäftsjahr 2015 sowie früher erhalten und veröffentlicht hat.

- Herr Dirk Kraus, Frankfurt am Main, kontrolliert indirekt über die dkam GmbH, Frankfurt am Main, eine Beteiligung am Kapital der Gesellschaft in Höhe von 19,5 % des gezeichneten Kapitals (das entspricht 607.685 Stimmrechten). Hiervon werden 93.803 Stimmrechte (entspricht 3,0 % des gezeichneten Kapitals) von der Erbengemeinschaft nach Hilmar Kraus gehalten.

Aktien mit Sonderrechten, die Kontrollbefugnisse verleihen

Aktien mit Sonderrechten, die Kontrollbefugnisse verleihen, bestehen nicht.

Art der Stimmrechtskontrolle, wenn Arbeitnehmer am Kapital beteiligt sind und ihre Kontrollrechte nicht unmittelbar ausüben

Die Hauptversammlung der YOC AG hat am 15. Juli 2009 die Auflage des YOC Management-Incentive Programms beschlossen. Im Rahmen dieses Programms wurden erstmalig im Herbst 2009 Bezugsrechte an die Mitglieder des Vorstands und die Mitarbeiter der Gesellschaft ausgegeben. Da die Ausübungsbedingungen des YOC Management-Incentive Programms bislang nicht erfüllt wurden, sind an die Mitglieder des Vorstands und die Mitarbeiter der Gesellschaft noch keine Aktien übertragen worden.

Soweit die YOC AG im Rahmen des YOC Management-Incentive Programms Aktien an Mitarbeiter ausgibt, werden die Aktien den Mitarbeitern unmittelbar übertragen. Die begünstigten Mitarbeiter können die ihnen aus den Mitarbeiteraktien zustehenden Rechte wie andere Aktionäre nach Maßgabe der gesetzlichen Bestimmungen und der Bestimmungen der Satzung ausüben.

Vorschriften zur Bestellung und Abberufung von Mitgliedern des Vorstands und über die Änderung der Satzung

Die gesetzlichen Bestimmungen über die Ernennung und Abberufung der Mitglieder des Vorstands sind in §§ 84 und 85 AktG zu finden. Die Satzung der YOC AG sieht in § 7 Abs. 2 der Satzung eine übereinstimmende Regelung vor.

Die Satzung kann gemäß § 119 Abs. 1 Nr. 5 Aktiengesetz und § 179 Aktiengesetz nur durch einen Beschluss der Hauptversammlung geändert werden. Soweit nicht zwingende Vorschriften des Gesetzes etwas Abweichendes bestimmen, werden Beschlüsse der Hauptversammlung nach § 133 Aktiengesetz, § 22 Absatz 1 der Satzung der YOC AG mit einfacher Mehrheit der abgegebenen Stimmen und gegebenenfalls mit einfacher Mehrheit des vertretenen Kapitals gefasst. Für eine Änderung des Unternehmensgegenstandes ist gemäß § 179 Absatz 2 Aktiengesetz eine Mehrheit von 75 % des vertretenen Grundkapitals erforderlich; von der Möglichkeit, hierfür eine größere Kapitalmehrheit zu bestimmen, wird in der Satzung kein Gebrauch

gemacht. Satzungsänderungen werden nach § 181 Absatz 3 Aktiengesetz mit Eintragung in das Handelsregister wirksam.

Der Aufsichtsrat ist ermächtigt, Satzungsänderungen zu beschließen, die nur die Fassung betreffen (§ 17 der Satzung der YOC AG).

Befugnisse des Vorstands hinsichtlich der Möglichkeit, Aktien auszugeben oder zurückzukaufen

Erwerb eigener Aktien

Aufgrund des Beschlusses der Hauptversammlung vom 25. August 2015 ist die Gesellschaft bis zum 24. August 2020 ermächtigt, eigene Aktien zu erwerben. Insgesamt dürfen aufgrund dieser Ermächtigung Aktien in einem Volumen von bis zu 10 % des zum Zeitpunkt der Beschlussfassung bestehenden Grundkapitals erworben werden. Auf diese Begrenzung von 10 % des Grundkapitals sind diejenigen anderen Aktien, die sich im Besitz der Gesellschaft befinden oder ihr nach den §§ 71 ff. AktG zuzurechnen sind, anzurechnen. Einzelheiten der Ermächtigung können der Einladung zur Hauptversammlung am 25. August 2015 entnommen werden, die auf der Internetseite der YOC AG verfügbar ist (siehe Tagesordnungspunkt 5 sowie den hierzu erstatteten Bericht des Vorstands).

Zum Ende des Geschäftsjahres 2015 hielt die Gesellschaft 4.000 eigene Aktien (dies entspricht rund 0,13 % des Grundkapitals).

Genehmigtes Kapital

Gemäß § 6 Abs. 5 der Satzung der YOC AG besteht ein Genehmigtes Kapital 2015/!

Der Vorstand ist durch Beschluss der Hauptversammlung vom 25. August 2015 ermächtigt, das Grundkapital der Gesellschaft mit Zustimmung des Aufsichtsrats bis zum 24. August 2020 einmalig oder mehrmals um bis zu insgesamt 1.556.236 EUR gegen Bar- und/oder Sacheinlagen durch Ausgabe von neuen, auf den Inhaber lautenden Stückaktien zu erhöhen.

Der Vorstand wurde unter anderem auch ermächtigt, unter bestimmten Voraussetzungen jeweils mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Bezugsrecht der Aktionäre auszuschließen.

Von der vorgenannten Ermächtigung haben Vorstand und Aufsichtsrat im Geschäftsjahr 2015 keinen Gebrauch gemacht.

Einzelheiten der Ermächtigung können der Einladung zur Hauptversammlung am 25. August 2015 entnommen werden, die auf der Internetseite der YOC AG verfügbar ist

(siehe Tagesordnungspunkt 6 sowie den hierzu erstatteten Bericht des Vorstands).

Bedingtes Kapital 2015/I

Gemäß § 6 Abs. 8 der Satzung der YOC AG ist das Grundkapital der Gesellschaft um bis zu 1.000.000 EUR durch Ausgabe von bis zu 1.000.000 neuen, auf den Inhaber lautenden Stückaktien bedingt erhöht. Die bedingte Kapitalerhöhung dient der Gewährung von Aktien an Inhaber bzw. Gläubiger von Wandelschuldverschreibungen sowie an Inhaber von Optionsrechten aus Optionsschuldverschreibungen, die aufgrund Ermächtigung gemäß Beschluss der Hauptversammlung vom 25. August 2015 bis 24. August 2020, ausgegeben werden. Die bedingte Kapitalerhöhung wird nur insoweit ausgeführt, wie von den Options- bzw. Wandelschuldverschreibungen tatsächlich Gebrauch gemacht wird oder Wandlungspflichten aus solchen Schuldverschreibungen erfüllt werden und soweit nicht andere Erfüllungsformen zur Bedienung eingesetzt werden.

Die aus den ausgeübten Bezugsrechten hervorgehenden neuen Aktien nehmen von Beginn des Geschäftsjahres an, in dem sie durch Ausübung von Wandlungs- bzw. Optionsrechten oder durch die Erfüllung von Wandlungspflichten entstehen, am Gewinn teil.

Der Vorstand ist ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats die weiteren Einzelheiten der Durchführung der bedingten Kapitalerhöhung festzulegen.

Einzelheiten der Ermächtigung können der Einladung zur Hauptversammlung am 25. August 2015 entnommen werden, die auf der Internetseite der YOC AG verfügbar ist (siehe Tagesordnungspunkt 7 sowie den hierzu erstatteten Bericht des Vorstands).

Bedingtes Kapital 2009/I

Gemäß § 6 Abs. 7 der Satzung der YOC AG ist das Grundkapital der YOC AG um bis zu 175.000 EUR durch Ausgabe von bis zu 175.000 neuen, auf den Inhaber lautenden Stückaktien bedingt erhöht. Die bedingte Kapitalerhöhung dient der Bedienung des YOC Management-Incentive Programms und der im Rahmen dieses Programms ausgegebenen Bezugsrechte. Die bedingte Kapitalerhöhung wird nur insoweit durchgeführt, als die Bezugsberechtigten von ihrem Bezugsrecht Gebrauch machen. Die aus den ausgeübten Bezugsrechten hervorgehenden neuen Aktien nehmen von Beginn des Geschäftsjahres, für das zum Zeitpunkt der Ausübung des Bezugsrechts noch kein Beschluss der Hauptversammlung über die Verwendung des Bilanzgewinns gefasst worden ist, am Gewinn teil. Der Vorstand ist ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats

die weiteren Einzelheiten der Durchführung der bedingten Kapitalerhöhung festzulegen.

Zum 31. Dezember 2015 waren an ehemalige Mitglieder des Vorstands Bezugsrechte zum Erwerb von 16.000 Aktien und an ehemalige Mitarbeiter Bezugsrechte zum Erwerb von 20.000 Aktien ausgegeben. Bis zum Ablauf des Geschäftsjahres 2015 sind aus dem gesamten im Jahr 2009 aufgelegten Aktienoptionsprogramm keine Bezugsrechte ausgeübt worden. Die Ausübungspreise der ausgegebenen Bezugsrechte liegen zwischen 7,37 EUR und 27,00 EUR. Eine Ausübung wird als nicht wahrscheinlich angesehen.

Wesentliche Vereinbarungen der Gesellschaft, die unter der Bedingung eines Kontrollwechsels infolge eines Übernahmeangebots stehen

Es bestehen keine wesentlichen Vereinbarungen der Gesellschaft, die unter der Bedingung eines Kontrollwechsels infolge eines Übernahmeangebotes stehen.

Entschädigungsvereinbarungen der Gesellschaft, die für den Fall eines Übernahmeangebots mit den Mitgliedern des Vorstands oder Arbeitnehmern getroffen sind

Das YOC Management-Incentive Programm sieht für den Fall eines Übernahmeangebots nach §§ 29, 35 WpÜG vor, dass die bereits in einem Optionsvertrag gewährten Bezugsrechte von den Bezugsberechtigten, also den Mitgliedern des Vorstands und den Arbeitnehmern der Gesellschaft, in einem zusätzlichen Ausübungszeitraum am fünften und den zehn nachfolgenden Börsenhandelstagen nach Veröffentlichung des Übernahmeangebots ausgeübt werden können, sofern dadurch die gesetzliche Wartezeit für die erstmalige Ausübung der Bezugsrechte von mindestens zwei Jahren gewahrt bleibt.

Sollte es zum Fall eines Übernahmeangebots vor Ablauf der gesetzlichen Wartezeit von zwei Jahren kommen, wird die Gesellschaft den Mitgliedern des Vorstands den Wert ihrer Bezugsrechte in bar ausgleichen. Entsprechende Entschädigungsvereinbarungen mit Arbeitnehmern der Gesellschaft bestehen nicht.

Erklärung zur Unternehmensführung

(§289a HGB; §315 Abs. 5 HGB)

Die Erklärung zur Unternehmensführung nach § 289a HGB bzw. § 315 Abs. 5 HGB beinhaltet die Entsprechenserklärung gemäß § 161 AktG, relevante Angaben zu Unternehmensführungspraktiken und eine Beschreibung der Arbeitsweise von Vorstand und Aufsichtsrat. Angaben nach § 289a Abs. 2 Nr. 4 und 5 HGB werden im Rahmen der Entsprechenserklärung gemacht.

Diese Erklärung ist Bestandteil des Lageberichts der YOC AG und des Konzerns für das Geschäftsjahr 2015. Gemäß § 317 Abs. 2 Satz 4 HGB sind die Angaben nach § 289a HGB bzw. § 315 Abs. 5 HGB nicht in die Prüfung durch den Abschlussprüfer einzubeziehen.

Erklärung von Vorstand und Aufsichtsrat der YOC AG gemäß § 161 AktG zum Deutschen Corporate Governance Kodex in der Fassung vom 5. Mai 2015 (Entsprechenserklärung 2015)

Nach § 161 AktG haben Vorstand und Aufsichtsrat einer börs-

sennotierten Aktiengesellschaft jährlich zu erklären, dass den vom Bundesministerium der Justiz im amtlichen Teil des elektronischen Bundesanzeigers bekannt gemachten Empfehlungen der „Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex“ entsprochen wurde und wird oder welche Empfehlungen begründet nicht angewendet wurden oder werden. Die Erklärung ist auf der Internetseite der Gesellschaft öffentlich zugänglich zu machen.

Der Deutsche Corporate Governance Kodex (DCGK) enthält Regelungen unterschiedlicher Bindungswirkung. Neben Darstellungen des geltenden Aktienrechts enthält er Empfehlungen, von denen die Gesellschaften abweichen können; sie sind dann aber verpflichtet, dies jährlich offen zu legen.

Nach § 161 AktG müssen Abweichungen von den Empfehlungen des DCGK auch begründet werden.

Darüber hinaus enthält der DCGK Anregungen, von denen ohne Offenlegung abgewichen werden kann. Die nachfolgende Erklärung betrifft den Zeitraum seit der letzten Ent-

sprechenserklärung vom März 2015 und bezieht sich auf die Anforderungen des DCGK in seiner aktuellen Fassung vom 5. Mai 2015.

Vorstand und Aufsichtsrat der YOC AG erklären, dass den Empfehlungen „Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex“ grundsätzlich entsprochen wird und in der Vergangenheit entsprochen wurde. Vorstand und Aufsichtsrat der YOC AG beabsichtigen, diese auch in Zukunft zu beachten. Lediglich die folgenden Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex wurden und werden nicht angewendet:

- **Ziffer 3.8 Abs. 3 DCGK:** Die Gesellschaft ist der Ansicht, dass die Motivation und Verantwortung, mit der die Mitglieder des Aufsichtsrats ihre Aufgaben wahrnehmen, durch einen Selbstbehalt nicht verbessert werden. Die D&O-Versicherung dient der Absicherung wesentlicher Eigenrisiken der Gesellschaft und allenfalls in zweiter Linie dem Vermögensschutz der Organmitglieder. Die D&O-Versicherung für den Aufsichtsrat wurde deshalb ohne Selbstbehalt abgeschlossen.
- **Ziffer 4.1.5 DCGK:** Eine angemessene Beteiligung von Frauen im Vorstand sowie in den beiden Führungsebenen unterhalb des Vorstands kann nicht im Voraus festgelegt werden, da sich die Mitgliedschaft an der individuellen Eignung für die jeweilige Position orientiert.
- **Ziffer 4.2.1 DCGK:** Nach Ziffer 4.2.1 des DCGK soll der Vorstand aus mehreren Personen bestehen und einen Vorsitzenden oder Sprecher haben. Der Vorstand der YOC AG bestand im Geschäftsjahr 2014 aus einer Person. Seit dem 1. Januar 2015 ist er mit zwei gleichberechtigten Vorständen besetzt. Auf einen Sprecher oder Vorstandsvorsitzenden verzichtet die Gesellschaft im Einvernehmen von Aufsichtsrat und Vorstand, weil angesichts der Größe des Unternehmens eine Hierarchie innerhalb des Vorstands nicht für notwendig gehalten wird.
- **Ziffer 4.2.2. Abs. 2 DCGK:** Der Aufsichtsrat soll das Verhältnis der Vorstandsvergütung zur Vergütung des oberen Führungskreises und der Belegschaft insgesamt auch in der zeitlichen Entwicklung berücksichtigen, wobei der Aufsichtsrat für den Vergleich festlegt, wie der obere Führungskreis und die relevante Belegschaft abzugrenzen sind. Eine explizite Abgrenzung ist nicht erfolgt, um die ökonomischen Spielräume der Organe bei Gehaltsverhandlungen nicht einzuschränken.
- **Ziffer 5.1.2 Abs. 1 Satz 2 und 3 DCGK:** Der Aufsichtsrat kann eine angemessene Beteiligung oder eine Zielgröße von Frauen im Vorstand nicht im Voraus festlegen, da sich die Mitgliedschaft an der individuellen Eignung für das Gremium orientiert.
- **Ziffer 5.1.2 Abs. 2 S. 3 DCGK:** Eine Altersgrenze für Vorstandsmitglieder ist durch den Aufsichtsrat nicht festgelegt worden. Die Mitglieder des Aufsichtsrats sind davon überzeugt, dass die Eignung zur Unternehmensleitung maßgeblich von der individuellen Leistungsfähigkeit abhängt.
- **Ziffer 5.3.1, 5.3.2 und 5.3.3 DCGK:** Die Einrichtung von Ausschüssen, insbesondere die Einrichtung eines Prüfungsausschusses (Audit Committee) und eines Nominierungsausschusses, ist aufgrund der Größe des Aufsichtsrats der YOC AG mit drei Aufsichtsratsmitgliedern schwer handhabbar und entspricht auch nicht den Best Practice Standards. Die durch den DCGK mit der Einrichtung eines Prüfungsausschusses beabsichtigte Steigerung der Effizienz bei der Prüfung der Rechnungslegung würde nicht erreicht, da der Prüfungsausschuss mit nahezu sämtlichen Plenumsmitgliedern besetzt werden müsste. Ebenso müsste der Nominierungsausschuss mit nahezu sämtlichen Plenumsmitgliedern besetzt werden, was zu keiner verbesserten Vorbereitung der Beschlussvorschläge des Aufsichtsrats zu den Wahlvorschlägen der Anteilseigner führen würde.
- **Ziffer 5.4.1 Abs. 2 DCGK:** Eine angemessene Beteiligung von Frauen kann nicht im Voraus reglementiert werden, da sich die Mitgliedschaft an der individuellen Eignung für das Gremium orientiert. Eine Altersgrenze oder eine Regelgrenze für die Zugehörigkeitsdauer für Aufsichtsratsmitglieder ist nicht festgelegt worden. Die Eignung, als Mitglied des Aufsichtsrats den Vorstand überwachen zu können und ebenbürtiger Ansprechpartner des Vorstands zu sein, hängt maßgeblich von der individuellen Leistungsfähigkeit ab.
- **Ziffer 5.4.3 Satz 2 DCGK:** Nach Ziffer 5.4.3 Satz 2 des DCGK soll ein Antrag auf gerichtliche Bestellung eines Aufsichtsratsmitglieds bis zur nächsten Hauptversammlung befristet sein. Der Antrag auf gerichtliche Bestellung der gegenwärtigen Aufsichtsratsmitglieder wurde nicht befristet, um Kontinuität und damit effiziente und zielführende Arbeit im Aufsichtsrat zu gewährleisten.
- **Ziffer 7.1.2 Satz 4 DCGK:** Die Gesellschaft wird sich

bemühen, der Empfehlung Folge zu leisten, dass der Konzernabschluss binnen 90 Tagen nach Geschäftsjahresende und die Zwischenberichte binnen 45 Tagen nach Ende des Berichtszeitraums öffentlich zugänglich sein sollen, kann dies jedoch aufgrund des großen Konsolidierungskreises nicht gewährleisten.

Berlin, im Februar 2016

YOC AG

Der Vorstand
Der Aufsichtsrat

Die Erklärung wurde der Öffentlichkeit auf der Internetseite der YOC AG (www.yoc.com) unter „Investor Relations“ dauerhaft zugänglich gemacht. Dort finden sich auch ältere Fassungen der Entsprechenserklärung.

Angaben zu Unternehmensführungspraktiken

Grundsätzliches

Nachhaltiges wirtschaftliches, ökologisches und soziales Handeln ist ein prägendes Element der Unternehmenskultur der YOC AG. Hierzu gehört auch die Integrität im Umgang mit Mitarbeitern, Investoren, Kunden, Lieferanten, Behörden, Interessengruppen und sonstigen Stakeholdern sowie der Öffentlichkeit.

Die YOC AG ist eine Aktiengesellschaft mit Sitz in Deutschland. Der Gestaltungsrahmen für die Corporate Governance ergibt sich somit aus dem deutschen Recht, insbesondere dem Aktien- und dem Kapitalmarktrecht sowie aus der Satzung der YOC AG.

Als Dienstleistungskonzern ist die YOC AG darauf angewiesen, durch vorbildliches Verhalten das Vertrauen der Kunden und Geschäftspartner zu gewinnen und zu erhalten. Ziel ist es, glaubhaft, seriös und zuverlässig zu handeln und entsprechend aufzutreten.

Transparenz

Eine einheitliche, umfassende und zeitnahe Informationspolitik gegenüber Mitarbeitern, Investoren, Kunden, Lieferanten, Behörden, Interessengruppen und sonstigen Stakeholdern hat bei der YOC AG einen hohen Stellenwert.

Alle Genannten werden von der YOC AG einheitlich, umfassend, zeitnah und zeitgleich informiert. Die Berichterstattung über die Geschäftslage und die Ergebnisse der YOC AG und des YOC Konzerns erfolgt durch den Geschäftsbericht, den Halbjahresbericht und die Zwischenberichte.

Darüber hinaus erfolgen Informationen durch Ad-hoc-Mitteilungen, soweit dies rechtlich erforderlich ist, sowie durch die Internetseiten der Gesellschaft. Alle Meldungen, Präsentationen und Mitteilungen sowie der aktuelle Finanzkalender sind auf der Internetseite der Gesellschaft (www.yoc.com) unter „Investor Relations“ einsehbar.

Meldepflichtige Änderungen der Zusammensetzung der Aktionärsstruktur (Stimmrechtsmitteilungen, §§21 ff. WpHG) sowie Erwerb und Veräußerung von Aktien der Personen, die bei der YOC AG Führungsaufgaben wahrnehmen (Directors' Dealings, §15a WpHG), werden ebenfalls vom Vorstand veröffentlicht.

Die YOC AG führt darüber hinaus die vorgeschriebenen Insiderverzeichnisse gemäß §15b WpHG. Die betreffenden Personen wurden und werden über die gesetzlichen Pflichten und Sanktionen informiert.

Risikomanagement

Die YOC-Gruppe ist einer der europaweit führenden Anbieter für Mobile Advertising und unterliegt als solcher vielen branchen- und unternehmensspezifischen Chancen und Risiken. Die YOC AG verfügt über ein etabliertes, umfassendes und wirksames System, das dem Unternehmen ermöglicht, Chancen und Risiken über alle Funktionen und Geschäftsprozesse hinweg frühzeitig zu erkennen, zu beurteilen, zu berichten und zu handhaben. Ziel dieses Systems ist es, Risiken systematisch und zum frühestmöglichen Zeitpunkt zu erkennen, die Wahrscheinlichkeit ihres Eintritts sowie ihre möglichen qualitativen und quantitativen Auswirkungen einzuschätzen sowie wirksame Gegenmaßnahmen zu ergreifen. Das Risikomanagement wird regelmäßig auf der Ebene des Vorstands und des Aufsichtsrats erörtert und weiterentwickelt.

Weitere Informationen zum Risikomanagement der Gesellschaft, den speziellen Risiken, denen sie sich ausgesetzt sieht, sowie zum rechnungslegungsbezogenen internen Kontroll- und Risikomanagementsystem können dem Risikobericht, der Teil des Konzernlageberichts der Gesellschaft ist, entnommen werden.

Beschreibung der Arbeitsweise von Vorstand und Aufsichtsrat

Die YOC AG ist als deutsche Aktiengesellschaft dem deutschen Aktiengesetz unterworfen. Dadurch ist ein duales Führungssystem gesetzlich vorgegeben. Vorstand und Aufsichtsrat haben eigenständige Kompetenzen, arbeiten jedoch bei der Erfüllung ihrer gesetzlichen Aufgaben eng und vertrauensvoll zusammen.

Vorstand

Der Vorstand leitet die Gesellschaft unter eigener Verantwortung. Dabei ist er an das Unternehmensinteresse gebunden und der nachhaltigen Unternehmensentwicklung verpflichtet. Zu den Aufgaben des Vorstands gehört es, in Abstimmung mit dem Aufsichtsrat die strategische Ausrichtung des Unternehmens festzulegen und die Geschäftsführung für das Unternehmen wahrzunehmen. Der Vorstand führt die Geschäfte nach Maßgabe der relevanten Gesetze, der Satzung und seiner Geschäftsordnung. Die Mitglieder des Vorstands tragen gemeinsam die Verantwortung für die Geschäftsführung, arbeiten kollegial zusammen und unterrichten sich gegenseitig laufend über wichtige Maßnahmen und Vorgänge in ihren Geschäftsbereichen. Unbeschadet der Gesamtverantwortung aller Vorstandsmitglieder leitet jedes Vorstandsmitglied – abgesehen von Entscheidungen, die der Gesamtvorstand zu treffen hat – den ihm zugewiesenen Geschäftsbereich eigenverantwortlich. Näheres regelt die vom Vorstand mit Zustimmung des Aufsichtsrats erlassene Geschäftsordnung für den Vorstand. Die Mitglieder des Vorstands werden vom Aufsichtsrat bestellt.

Amtsperioden von Vorstandsmitgliedern dürfen maximal fünf Jahre betragen, wobei eine mehrmalige Bestellung möglich ist. Der Aufsichtsrat kann ein Vorstandsmitglied zum Vorstandsvorsitzenden ernennen. Herr Dirk Kraus ist mit Wirkung zum 10. September 2013 zum Vorstand der YOC AG bestellt worden. Herr Michael Kruse ist zum 1. Januar 2015 in den Vorstand der Gesellschaft berufen worden. Der Vorstand hat keinen Vorstandsvorsitzenden. Der Vorstand berichtet dem Aufsichtsrat regelmäßig, zeitnah und vollständig über wesentliche Sachverhalte in der Geschäftsentwicklung, der Strategie und Planung, der Risikolage des Konzerns sowie über Compliance und berät sich mit dem Aufsichtsrat vor allen wesentlichen strategischen Entscheidungen. Zur gemeinsamen Abstimmung finden gewöhnlich im zweiwöchigen Rhythmus Vorstandssitzungen statt. Darüber hinaus berät sich der Vorstand regelmäßig mit den Mitgliedern der zweiten Führungsebene der Gesellschaft. Der Vorstand hat keine Ausschüsse gebildet.

Aufsichtsrat

Dem Aufsichtsrat obliegt die Beratung und Überwachung des Vorstands. Er wird in Strategie und Planung sowie in alle Fragen von grundlegender Bedeutung für die Gesellschaft eingebunden. Wesentliche Entscheidungen des Vorstands bedürfen seiner Zustimmung. Dazu zählt auch die von der Gesellschaft einmal jährlich erstellte Unternehmensplanung für das Folgejahr (Budget), die vom Vorstand dem Aufsichtsrat präsentiert, mit diesem erörtert und bei Bedarf angepasst wird. Weiterhin erteilt der

Aufsichtsrat dem von der Hauptversammlung bestellten Abschlussprüfer den Prüfungsauftrag. Der Aufsichtsrat hält mindestens vier Sitzungen im Jahr ab.

Der Aufsichtsrat der YOC AG besteht aus drei Mitgliedern, von denen keines zuvor dem Vorstand der Gesellschaft angehörte. Der Aufsichtsrat wird von der Hauptversammlung gewählt. Der Aufsichtsrat hat keine Ausschüsse gebildet.

Die Arbeitsweise des Aufsichtsrats ist in einer Geschäftsordnung geregelt. Beschlüsse des Aufsichtsrats werden gewöhnlich in Präsenzsitzungen gefasst; darüber hinaus sind auch schriftliche, telefonische, fernschriftliche oder mithilfe sonstiger Telekommunikationsmittel durchgeführte Sitzungen und Beschlussfassungen möglich. Der Vorstand der Gesellschaft nimmt regelmäßig an den Sitzungen teil, bei Bedarf werden auch weitere Mitglieder des erweiterten Managements der Gesellschaft zu den Sitzungen geladen. In der ersten Präsenzsitzung eines jeden Jahres nach Erstellung und Prüfung der Jahresabschlüsse, in der sogenannten „Bilanzsitzung“, nehmen auch die Abschlussprüfer der Gesellschaft an dieser Sitzung teil und erstatten dem Aufsichtsrat ihren Bericht über die abgeschlossene Prüfung.

Tagesordnung und Beschlussanträge für die Aufsichtsratsitzungen werden mit ausreichendem zeitlichem Vorlauf vor den Sitzungen schriftlich an alle Teilnehmer kommuniziert. Bei der Notwendigkeit von kurzfristigen Beschlüssen werden solche gegebenenfalls im schriftlichen Umlaufverfahren getroffen. Alle Aufsichtsratsitzungen werden schriftlich protokolliert.

Der Aufsichtsratsvorsitzende erläutert jährlich die Tätigkeit des Aufsichtsrats in der Hauptversammlung und in seinem Bericht an die Aktionäre, welcher im Geschäftsbericht der Gesellschaft abgedruckt wird.

Festlegungen zur Förderung der gleichberechtigten Teilhabe von Frauen und Männern an Führungspositionen

Das „Gesetz für die gleichberechtigte Teilhabe von Frauen und Männern an Führungspositionen in der Privatwirtschaft und im öffentlichen Dienst“ verpflichtet Vorstand und Aufsichtsrat bestimmter Gesellschaften in Deutschland dazu, erstmals Zielgrößen für den Frauenanteil in Aufsichtsrat, Vorstand und den nachfolgenden zwei Führungsebenen festzulegen und zu bestimmen, bis wann der jeweilige Frauenanteil erreicht werden soll.

Die Gesellschaften mussten ihre Zielgrößen nebst Umset-

zungsfristen bis zum 30. September 2015 beschließen. Dabei durfte bei der erstmaligen Festlegung die Umsetzungsfrist für die Ziele nicht über den 30. Juni 2017 hinausgehen.

Frauenanteil im Aufsichtsrat

Dem Aufsichtsrat der YOC AG gehören gegenwärtig keine Frauen an. Da die Amtszeit der derzeitigen Aufsichtsratsmitglieder bis zum Jahr 2018 läuft und eine Erweiterung des Aufsichtsrats sowie Amtsniederlegungen nicht beabsichtigt sind, hat der Aufsichtsrat der YOC AG beschlossen, dass für den Frauenanteil im Aufsichtsrat bis zum Stichtag 30. Juni 2017 der Status Quo beibehalten und daher eine Zielgröße von 0 % angestrebt werden soll.

Frauenanteil im Vorstand

Derzeit gehört dem Vorstand der YOC AG keine Frau an. Da die beiden derzeitigen Vorstandsmitglieder bis in das Jahr 2017 bestellt sind und eine Erweiterung des Vorstands sowie Amtsniederlegungen nicht beabsichtigt sind, hat der Aufsichtsrat der YOC AG beschlossen, dass für den Frauenanteil im Vorstand bis zum Stichtag 30. Juni 2017 der Status Quo beibehalten und daher eine Zielgröße von 0 % angestrebt werden soll.

Frauenanteil in den beiden Führungsebenen unterhalb des Vorstands

Der Vorstand der YOC AG hat beschlossen, dass bis zum 30. Juni 2017 der Frauenanteil der ersten Führungsebene unterhalb des Vorstands mindestens 20 % betragen soll. Die erste Führungsebene unterhalb des Vorstandes umfasst die Direktorebene. Zum 31. Dezember 2015 war keine Direktorenposition mit einer Frau besetzt.

Mit der gleichen Umsetzungsfrist soll der Frauenanteil der zweiten Führungsebene unterhalb des Vorstands einen Anteil von 20 % nicht unterschreiten. Zur zweiten Führungsebene unterhalb des Vorstandes gehört die „Head of“-Ebene. Zum 31. Dezember 2015 waren 40 % dieser Positionen mit Frauen besetzt.

Berlin, im August 2015

YOC AG

Der Vorstand
Der Aufsichtsrat

Vergütungsbericht

Der Vergütungsbericht richtet sich nach den „Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex“. Er fasst die Grundsätze zusammen, die auf die Festlegung der Vergütung des Vorstands der YOC AG Anwendung finden, und erläutert Höhe und Struktur des Vorstandseinkommens. Außerdem werden Grundsätze und Höhe der Vergütung des Aufsichtsrats beschrieben.

Der Vergütungsbericht beinhaltet außerdem Angaben, die nach den Erfordernissen des deutschen Handelsrechts Bestandteile des Konzernanhangs nach § 314 HGB sowie des Konzernlageberichts nach § 315 HGB sind.

Vergütung des Vorstands

Für die Festlegung der Vorstandsvergütung ist der Aufsichtsrat zuständig. Dabei werden die Größe und die Tätigkeit des Unternehmens, seine wirtschaftliche und finanzielle Lage, die Aufgabe des jeweiligen Vorstandsmitglieds sowie die Höhe und Struktur der Vorstandsvergütungen im branchenspezifischen Vergleichsumfeld berücksichtigt. Die

Vergütung ist leistungsorientiert. Sie ist so bemessen, dass sie am Markt für hoch qualifizierte Führungskräfte wettbewerbsfähig ist und Anreiz für erfolgreiches Arbeiten gibt.

Grundsätzlich setzt sich diese aus einer fixen Grundvergütung und einem variablen Bestandteil zusammen.

- Die Grundvergütung ist eine fixe, auf das Gesamtjahr bezogene Barvergütung, die an dem Verantwortungsbereich des jeweiligen Vorstandsmitglieds ausgerichtet ist und in zwölf monatlichen Raten ausbezahlt wird.
- Den variablen Bestandteil bildet eine Barvergütung als Erfolgsbeteiligung, die sich am operativen Ergebnis nach IFRS (EBITDA) der YOC AG orientiert und in der Höhe nach oben begrenzt ist. Im aktuellen Jahr erfolgte keine variable Vergütung.
- Mit der Teilnahme an dem im Jahr 2014 aufgelegten Virtuellen Aktienoptionsprogramm erhalten vom Auf-

sichtsrat zu bestimmende Mitglieder des Vorstands der Gesellschaft virtuelle Aktienoptionen (Phantom Stocks). Mit dem Virtuellen Aktienoptionsprogramm wird ein auf die tatsächliche Beteiligung der Berechtigten am Eigenkapital der Gesellschaft gerichtetes Aktienoptionsprogramm nachgebildet. Anders als bei einem mit „echten“ Aktienoptionen unterlegten Aktienoptionsprogramm berechtigen die virtuellen Optionen bei ihrer Ausübung nicht zum Bezug von Aktien an der Gesellschaft, sondern räumen dem Berechtigten nach näherer Maßgabe der Optionsbedingungen einen Anspruch gegen die Gesellschaft auf Zahlung eines bestimmten Geldbetrags in bar ein. Durch die virtuellen Optionen wird keine gesellschaftsrechtliche Beteiligung an der Gesellschaft begründet, insbesondere besteht kein aktienrechtlicher Anspruch auf Informations- oder Teilhaberrechte, Stimmrechte oder Teilhabe am Jahresergebnis.

Vergütung des Vorstands für 2015 (in TEUR)

Name	kurzfristig fällige Leistungen		Virtuelle Aktienoptionen gewährt in 2014
	Feste Vergütung* (in TEUR)	Variable Vergütung (in TEUR)	
Dirk Kraus	210	0	40.000
Michael Kruse	160	0	0
Gesamt	370	0	40.000

*inklusive vertragliche Nebenleistungen

Im Geschäftsjahr 2015 waren 370 TEUR der laufenden Vorstandsvergütung zahlungswirksam.

Aus dem Virtuellen Aktienoptionsprogramm hält der Vorstand insgesamt 40.000 virtuelle Aktienoptionen

zum beizulegenden Zeitwert von je 1,45 EUR

Vergütung des Aufsichtsrats

Die Vergütung des Aufsichtsrats ist auf Vorschlag von Vorstand und Aufsichtsrat durch die Hauptversammlung der YOC AG festgesetzt worden.

Die Vergütung des Aufsichtsrats besteht aus einer festen Vergütung in Höhe von 12,5 TEUR für ein Geschäftsjahr. Der Aufsichtsratsvorsitzende erhält das Doppelte dieses Betrages, der Stellvertretende Aufsichtsratsvorsitzende das 1 ½-fache dieses Betrages. Pro Aufsichtsratssitzung, die eine Präsenzsitzung ist, erhält jedes Aufsichtsratsmitglied einen Betrag von 1,0 TEUR, der Aufsichtsratsvorsitzende das Doppelte und der Stellvertretende Aufsichtsratsvorsitzende das 1 ½-fache.

Vergütung des Aufsichtsrats für 2015 (in TEUR)

Name	Feste Vergütung	Sitzungsgeld	Gesamt
Dr. Nikolaus Breuel (Aufsichtsratsvorsitzender)	21	10	31
Konstantin Graf Lambsdorff	16	7	23
Sacha Berlik	11	5	16
Gesamt	48	22	70

Es wurden keine Vergütungen für persönlich erbrachte Leistungen außerhalb der Gremientätigkeit, insbesondere für etwaige Beratungs- und Vermittlungsleistungen, gewährt.

Die Vergütung für die Tätigkeit des Aufsichtsrats belief sich im Geschäftsjahr 2015 auf insgesamt 70 TEUR.

Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Nach dem Bilanzstichtag haben sich keine Ereignisse mit einer wesentlichen Auswirkung auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage ereignet.

Berlin, 17. April 2016
Der Vorstand



Dirk Kraus



Michael Kruse

