BERICHT ZUM ERSTEN HALBJAHR 2026

YOC AG

THE TECHNOLOGY PLATFORM FOR HIGH-IMPACT ADVERTISING

BERLIN DÜSSELDORF HAMBURG HELSINKI STOCKHOLM WARSCHAU WIEN ZÜRICH

KENNZAHLEN DER YOC-GRUPPE

UMSATZ UND ERGEBNIS	H1/2026	H1/2025	VERÄNDERUNG ABSOLUT	VERÄNDERUNG IN %
Gesamtumsatz (in TEUR)	17.688	17.077	611	4
davon national	9.081	9.113	-32	0
davon international	8.607	7.964	643	8
Gesamtleistung (in TEUR)	18.511	17.861	650	4
Rohertragsmarge (in %)	43,1	42,8	0,3	1
EBITDA (in TEUR)	702	539	163	30
EBITDA-Marge (in %)	3,8	3,2	0,6	19
Konzernperiodenergebnis (in TEUR)	-601	-692	91	13
Netto-Umsatzrendite (in %)	-3,4	-4,0	0,6	15
Ergebnis je Aktie verwässert (in Euro)	-0,17	-0,20	0,03	15

MITARBEITERANZAHL				
Durchschnittliche Anzahl Mitarbeiter	133	124	9	7
Mitarbeiterzahl zum 30. Juni	130	125	5	4
Umsatz je Mitarbeiter (in TEUR)	133	138	-5	-4
Gesamtleistung je Mitarbeiter (in TEUR)	139	144	-5	-4

BILANZ UND CASH-FLOW				
Bilanzsumme (in TEUR)	20.842	23.588[1]	-2.746	-12
Eigenkapitalquote (in %)	34,5	33,1[1]	1,4	4
Liquide Mittel (in TEUR)	919	4.110[1]	-3.191	-78
Operativer Cash-Flow (in TEUR)	-1.520	-1.588	68	4

1) Zum 31. Dezember 2025

STOP ADVERTISING.

START TELLING A STORY.

INHALTSVERZEICHNIS

01 AN UNSERE AKTIONÄRE 7

BRIEF AN DIE AKTIONÄRINNEN UND AKTIONÄRE DER YOC AG 8
DIE YOC AKTIE 9
VORSTAND 10
AUFSICHTSRAT 10
FINANZKALENDER 2026 12

02 BUSINESS MODEL, TECHNOLOGIE UND MARKTUMFELD 13

BUSINESS MODEL 14
VIS.X®-PLATTFORM 16
YOC AD PRODUCTS 21
YOC AI-POWERED SOLUTIONS 27
RESEARCH-STUDIEN ZUR WERBEWIRKUNG UND AUFMERKSAMKEIT 29
NEUE METASTUDIE ZUR MARKENWIRKUNG 31

03 ZUSAMMENGEFASSTER LAGEBERICHT 32

GESCHÄFTSENTWICKLUNG DES YOC-KONZERNS 33
ENTWICKLUNG DER ERTRAGSLAGE DES YOC-KONZERNS 35
ENTWICKLUNG DER FINANZ- UND VERMÖGENSLAGE DES YOC-KONZERNS 37
PROGNOSEBERICHT DES YOC-KONZERNS 40
CHANCEN- UND RISIKOBERICHT 43

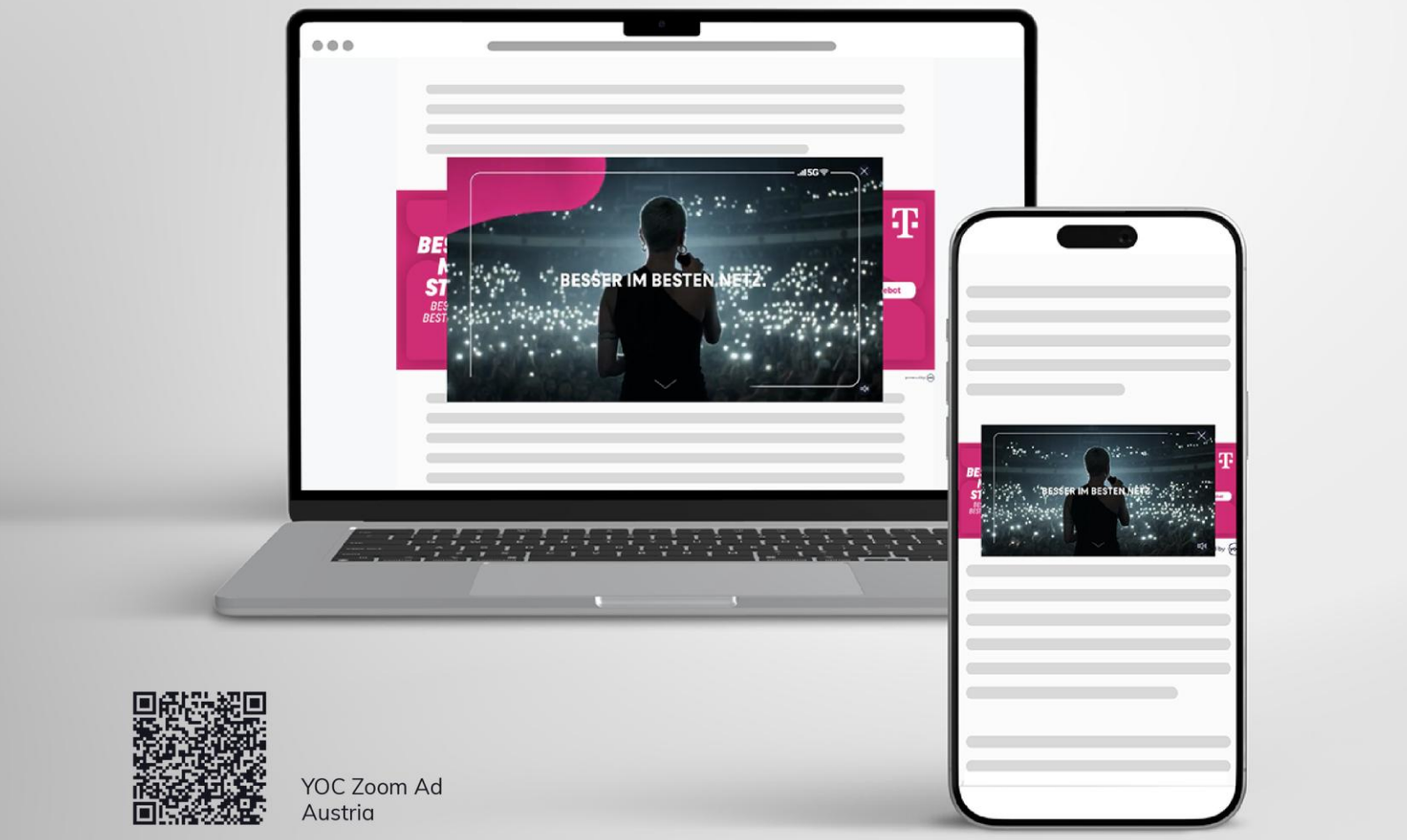
04 KONZERNABSCHLUSS 45

KONZERNGESAMTERGEBNISRECHNUNG 46
KONZERNBILANZ 47
KONZERNKAPITALFLUSSRECHNUNG 49
ENTWICKLUNG DES KONZERNEIGENKAPITALS 50
AUSGEWÄHLTE ERLÄUTERNDE ANGABEN ZUM KONZERNZWISCHENABSCHLUSS 51
VERSICHERUNG DER GESETZLICHEN VERTRETER 65

IMPRESSUM 66

01 AN UNSERE AKTIONÄRE

BRIEF AN DIE AKTIONÄRINNEN UND AKTIONÄRE DER YOC AG	8
DIE YOC AKTIE	9
VORSTAND	10
AUFSICHTSRAT	10
FINANZKALENDER 2026	12



YOC Zoom Ad
Austria

BRIEF AN DIE AKTIONÄRINNEN UND AKTIONÄRE DER YOC AG

Liebe Aktionärinnen und Aktionäre,

die Markt- und Kundenbedingungen innerhalb der Branche für digitale Werbetechnologie blieben weiterhin herausfordernd. In diesem Kontext stiegen unsere Umsatzerlöse im ersten Halbjahr 2026 auf 17,7 Mio. EUR (H1/2025: 17,1 Mio. EUR).

Erfreulich entwickelte sich dabei unser internationales Geschäft, welches einen Umsatzanstieg in Höhe von 8% im Vergleich zum Vorjahreszeitraum erzielte. Hingegen bedeutete die konjunkturelle Gesamtsituation in Deutschland eine Stagnation der Umsatzerlöse in unserem Heimatmarkt. Allerdings rechnen wir für das zweite Halbjahr 2026 in Deutschland wieder mit einem Umsatzanstieg, auch unter Berücksichtigung dieser makroökonomischen Rahmenparameter.

Parallel dazu ist unsere Rohertragsquote nach wie vor von den gegebenen Marktbedingungen betroffen. Dennoch konnte die Rohertragsquote im ersten Halbjahr 2026 leicht auf 43,1% verbessert werden. Die Rohertragsquote lag damit um rund 1,5 Prozentpunkten über den Werten der vorangegangenen Quartale. Wir gehen davon aus, dass wir die Rohertragsquote im zweiten Halbjahr 2026 sukzessive um weitere bis zu 2,0 Prozentpunkte auf Quartalsebene erhöhen können.

Ein besonderes Augenmerk richten wir auf die Entwicklung unserer Fixkostenstruktur, die wir auch über das Geschäftsjahr 2026 hinaus verbessern werden.

Infolgedessen erhöhte sich das operative Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) gegenüber dem Vorjahr um 30% auf 0,7 Mio. EUR (H1/2025: 0,5 Mio. EUR). Das Konzernperiodenergebnis lag mit –0,6 Mio. EUR (H1/2025: -0,7 Mio. EUR) noch auf dem Niveau des Vorjahres. Auch hier gehen wir von einer spürbaren Verbesserung im zweiten Halbjahr 2026 aus.

Liebe Aktionärinnen und Aktionäre, trotz der Markbedingungen gehen wir zuversichtlich in den weiteren Verlauf des Geschäftsjahres 2026. Die Weiterentwicklung von VIS.X® bleibt ein zentraler Schwerpunkt der Unternehmensstrategie. Investitionen in Automatisierung, künstliche Intelligenz und datengetriebene Optimierungsverfahren schaffen die Grundlage für weiteres Wachstum und stärken die Skalierbarkeit unserer Technologieplattform. Die Erweiterung neuer Funktionalitäten sowie die Integration des Werbekanals Connected TV stellen dabei wichtige Entwicklungsschritte dar.

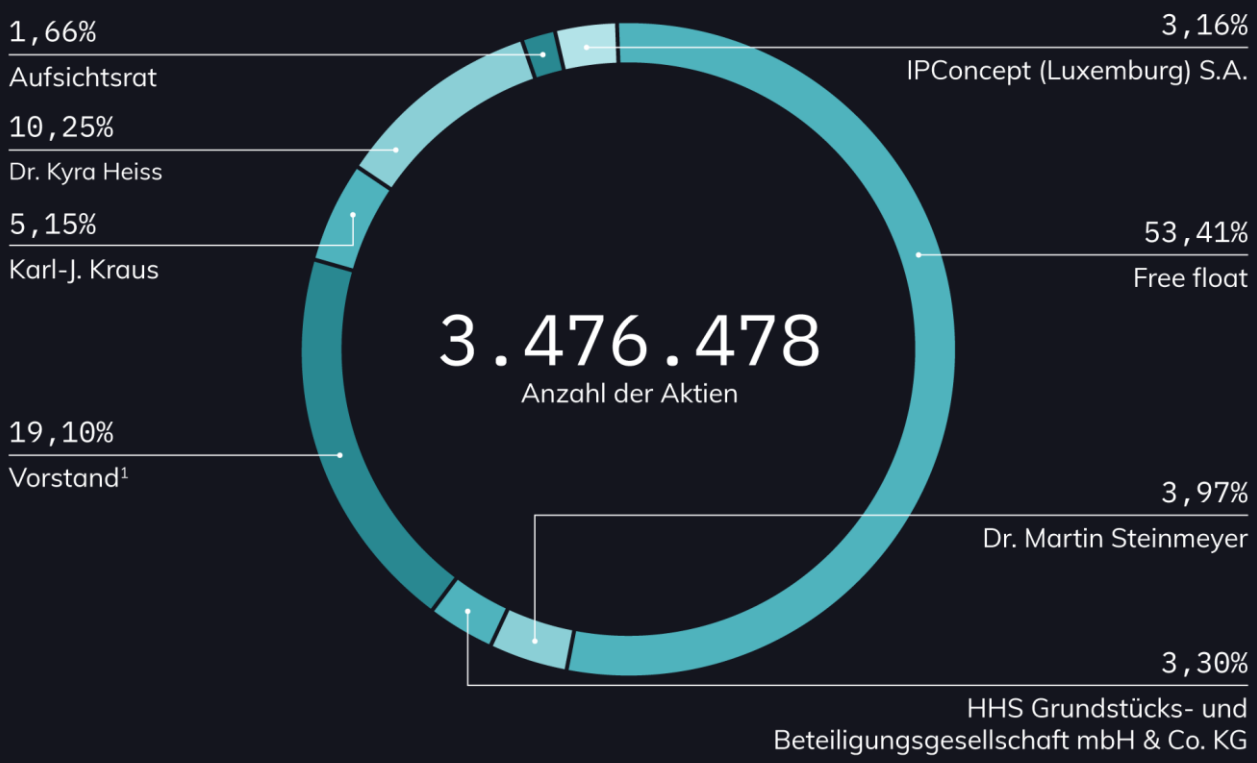
Unser Ziel bleibt unverändert, VIS.X® als führende europäische Technologieplattform für hochwertige digitale Markenwerbung weiterzuentwickeln und unsere Position als unabhängiger Anbieter innovativer Werbetechnologie nachhaltig auszubauen.

Herzliche Grüße,

Dirk-Hilmar Kraus
CEO, YOC AG

DIE YOC AKTIE

AKTIONÄRSSTRUKTUR DER YOC AG



ANGABEN ZUR NOTIERUNG

INLANDSAKTIE AKTIENTYP	593273 WERTPAPIERKENNNUMMER
XETRA HANDELSPLATZ	DE0005932735 ISIN
PRIME STANDARD BÖRSENSEGMENT	

[1]Die Beteiligung der dkam GmbH ist Dirk-Hilmar Kraus zuzurechnen.

VORSTAND

Der Vorstand der YOC AG bestand zum 30. Juni 2026 aus einem Mitglied:

DIRK-HILMAR KRAUS

BERLIN

Dirk-Hilmar Kraus ist seit dem 10. September 2013 als Vorstand der YOC AG bestellt.

Er war bereits von 2001 bis 2012 im Vorstand der YOC AG, davon ab 2005 als Vorstands-vorsitzender der Gesellschaft.

Er gründete die YOC AG gemeinsam mit einem Partner 2001 in Berlin, nachdem er für Roland Berger Strategy Consultants als Seniorberater tätig war und sich vornehmlich mit der Restrukturierung und strategischen Neuausrichtung von Unternehmen auseinandersetzte. Dirk-Hilmar Kraus hat keine weiteren Mandate inne.

AUFSICHTSRAT

Der Aufsichtsrat der YOC AG bestand zum 30. Juni 2026 aus drei Mitgliedern:

DR. NIKOLAUS BREUEL

BERLIN

Dr. Nikolaus Breuel ist der Vorsitzende des Aufsichtsrats der YOC AG.

Er besitzt langjährige Erfahrung als CEO in den Bereichen Dienstleistung und Service.

Seine Kernkompetenzen liegen in der Definition und Umsetzung von strategischen Unternehmensausrichtungen und Restruktu-rierungen.

Mandate:

- Geschäftsführender Gesellschafter Karl-J. Kraus GmbH
- YOC AG: Vorsitzender des Aufsichtsrats (seit 01/2014), Mitglied (seit 06/2013)

KONSTANTIN GRAF LAMBSDORFF

BERLIN

Konstantin Graf Lambsdorff ist der stellvertretende Vorsitzende des Aufsichtsrats der YOC AG sowie Rechtsanwalt und Fachanwalt für Steuerrecht.

Er betreut seit über 20 Jahren Unternehmen und Investoren bei Beteiligungen, Finanzierungen und Transaktionen. Konstantin Graf Lambsdorff ist einer der Gründungspartner von Lambsdorff Rechtsanwälte, einem auf Wachstumsunternehmen fokussierten Spin-off einer internationalen Großkanzlei.

Mandate:

- YOC AG: stellvertretender Vorsitzender des Aufsichtsrats (seit 2014)
- VENTIS Holding AG (früher PRIMUS Holding AG): Vorsitzender des Aufsichtsrats (seit 2009)
- VENTIS Immobilien AG: Vorsitzender des Aufsichtsrats (seit 2022)
- VENTIS Commercial AG: Vorsitzender des Aufsichtsrats (seit 2022)

SACHA BERLIK

KÖLN

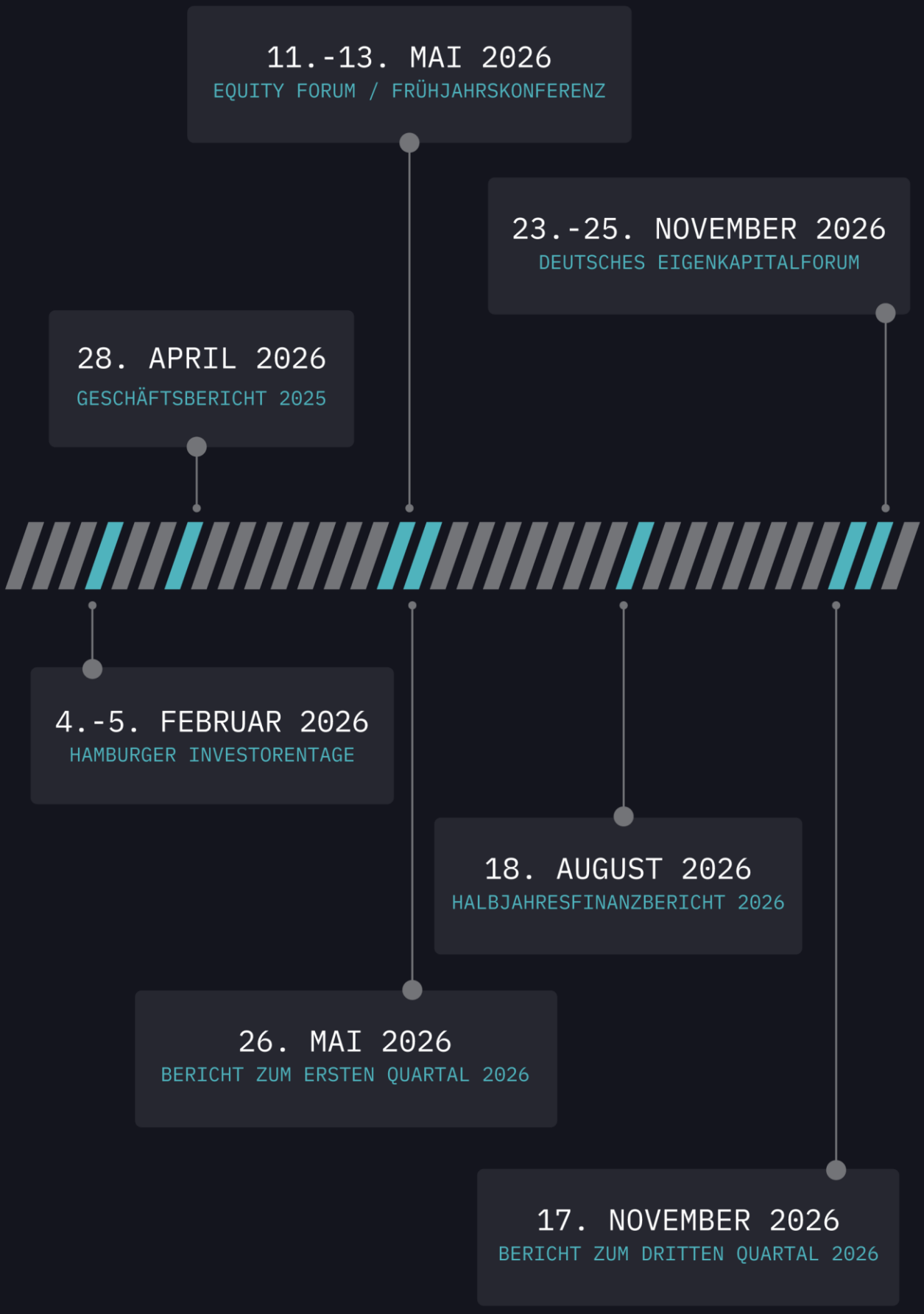
Sacha Berlik ist das dritte Mitglied des Aufsichtsrats der YOC AG. Der Unternehmer und Investor war Managing Director EMEA bei The Trade Desk. Zuvor gründete er die erste europäische programmatische Marketingagentur mexad, welche er an DataXu (jetzt ROKU) verkaufte.

Neben der Digitalagentur Oridian (jetzt Ybrant Digital) gründete er eines der ersten europäischen Adnetworks, Active Agent, und plante die Online-Präsenz für den großen deutschen Privat-TV Sender Sat.1.

Mandate:

- YOC AG: Mitglied des Aufsichtsrats (seit 2014)

FINANZKALENDER 2026



02 BUSINESS MODEL, TECHNOLOGIE UND MARKTUMFELD

BUSINESS MODEL	14
VIS.X®-PLATTFORM	16
YOC AD PRODUCTS	21
YOC AI-POWERED SOLUTIONS	27
RESEARCH-STUDIEN ZUR WERBEWIRKUNG UND AUFMERKSAMKEIT	29
NEUE METASTUDIE ZUR MARKENWIRKUNG	31

BUSINESS MODEL

A BETTER ADVERTISING EXPERIENCE FOR EVERYONE

Der digitale Werbemarkt ist in den letzten Jahren zum weltweit wichtigsten Kanal für Werbung herangewachsen. Gleichzeitig erlebte dieser einen starken Wandel: der automatisierte Handel von digitalen Werbeflächen findet breite Anwendung, sodass der Großteil digitaler Werbebudgets mittlerweile in Echtzeit programmatisch gehandelt wird. Darüber hinaus wurden in den letzten Jahren vermehrt klassische Medienformen wie Fernsehen (CTV) und Außenwerbung (DOOH) an den digitalen Werbemarkt angeschlossen.

Mit ihrer über 20-jährigen Expertise im digitalen Werbemarkt führte die YOC AG 2018 die leistungsstarke Plattform VIS.X® in den Markt ein. Durch die Bereitstellung dieser proprietären Handelsplattform ermöglicht YOC ein optimales Werbeerlebnis für Werbetreibende, Medienanbieter (Publisher) und Nutzer des Internets sowie mobiler Applikationen.

Das Unternehmen positioniert sich hierdurch als Entwickler hochleistungsfähiger Software im Markt für Werbetechnologie mit Schwerpunkt im Bereich Markenwerbung. YOC unterstützt Werbetreibende dabei, ihr Hauptziel im Brand Marketing zu erreichen: Aufmerksamkeit für Marken oder Produkte zu generieren und ihre Botschaften beim Endverbraucher nachhaltig zu verankern.

Dabei bedient YOC mit der VIS.X®-Plattform die Bedürfnisse der involvierten Parteien optimal:

- Werbekunden erhalten durch die Verwendung von VIS.X® und den aufmerksamkeitsstarken Werbeformaten von YOC die Möglichkeit, die Bekanntheit ihrer Marke oder ihrer Produkte in Verbindung mit hochwertigem Werbeinventar zu steigern,
- Nutzer des Internets erhalten dabei für sie relevante, interessante Werbebotschaften, ohne in ihrem Lesefluss gestört zu werden,
- Partner auf der Angebotsseite, renommierte Anbieter von Premium Medieninhalten (Premium Publisher), bieten eine globale Media-Reichweite in Form von Internetportalen sowie mobiler Applikationen an und profitieren von der hohen Monetarisierung der VIS.X®-Plattform.

Anders als alle bisherigen Plattformen im Markt ist die VIS.X®-Plattform speziell dafür konzipiert worden, innovative und besonders aufmerksamkeitsstarke High-Impact Werbung skalierbar auszuliefern. In Konsequenz hat sich das Unternehmen eine nachhaltige Wettbewerbsposition im Markt für Werbetechnologie geschaffen, die es YOC ermöglicht, von der sich global vollziehenden Verschiebung von klassischen zu digitalen Werbeausgaben zu profitieren und dabei durch die Entwicklung eigener Software kontinuierlich den Nutzen von Werbetreibenden, Publishern sowie den Nutzern des Internets im Blick zu haben - und zwar unabhängig der genutzten Endgeräte.

INVESTITIONEN IN INNOVATIONEN

Die VIS.X®-Plattform und die YOC-eigenen Werbeformate bilden den Differenzierungsfaktor des Angebotes von YOC im internationalen Markt für digitale Werbetechnologie. Infolgedessen investiert das Unternehmen konsequent in die Weiterentwicklung seiner Plattform und Produkte.

Das Ziel ist dabei die kontinuierliche Verbesserung der Software, sodass unseren Partnern ein umfangreicher, effizienter und innovativer Weg geboten wird, hochwirksame Werbemittel in Kombination mit den besten Werbeplätzen automatisiert zu handeln. dadurch baut die Gesellschaft ihre Wettbewerbsposition wirksam aus.

Im laufenden Geschäftsjahr 2026 liegt der Fokus für den kontinuierlichen Ausbau dieser Strategie vor allem auf der Weiterentwicklung der Plattform sowie dem Ausbau der Targeting Funktionalitäten innerhalb der VIS.X® Identity Intelligence. Ein zentraler Meilenstein ist zudem die Erweiterung des Angebotsportfolio um den Kanal Connected TV (CTV).

Diese Innovationen unterstreichen die Flexibilität und Skalierbarkeit der Plattform und ermöglichen weiteres, durch Technologie getriebenes Wachstum für das Unternehmen.

Die YOC-Gruppe wird ihre strategische Mission, mit der VIS.X®-Plattform ein besseres Werbeerlebnis für jeden zu bieten, konsequent weiterverfolgen und kontinuierlich in die Weiterentwicklung ihres Angebots sowie in weitere Innovationen investieren.

NUTZER

UNAUFDRINGLICHE
WERBEERLEBNISSE GENIEßEN.

ADVERTISER

ZIELGRUPPE ERREICHEN.
BRANDING KPIS STEIGERN.

PUBLISHER

MONETARISIERUNG MAXIMIEREN.
NUTZERBINDUNG SICHERN.

VIS.X®-PLATTFORM

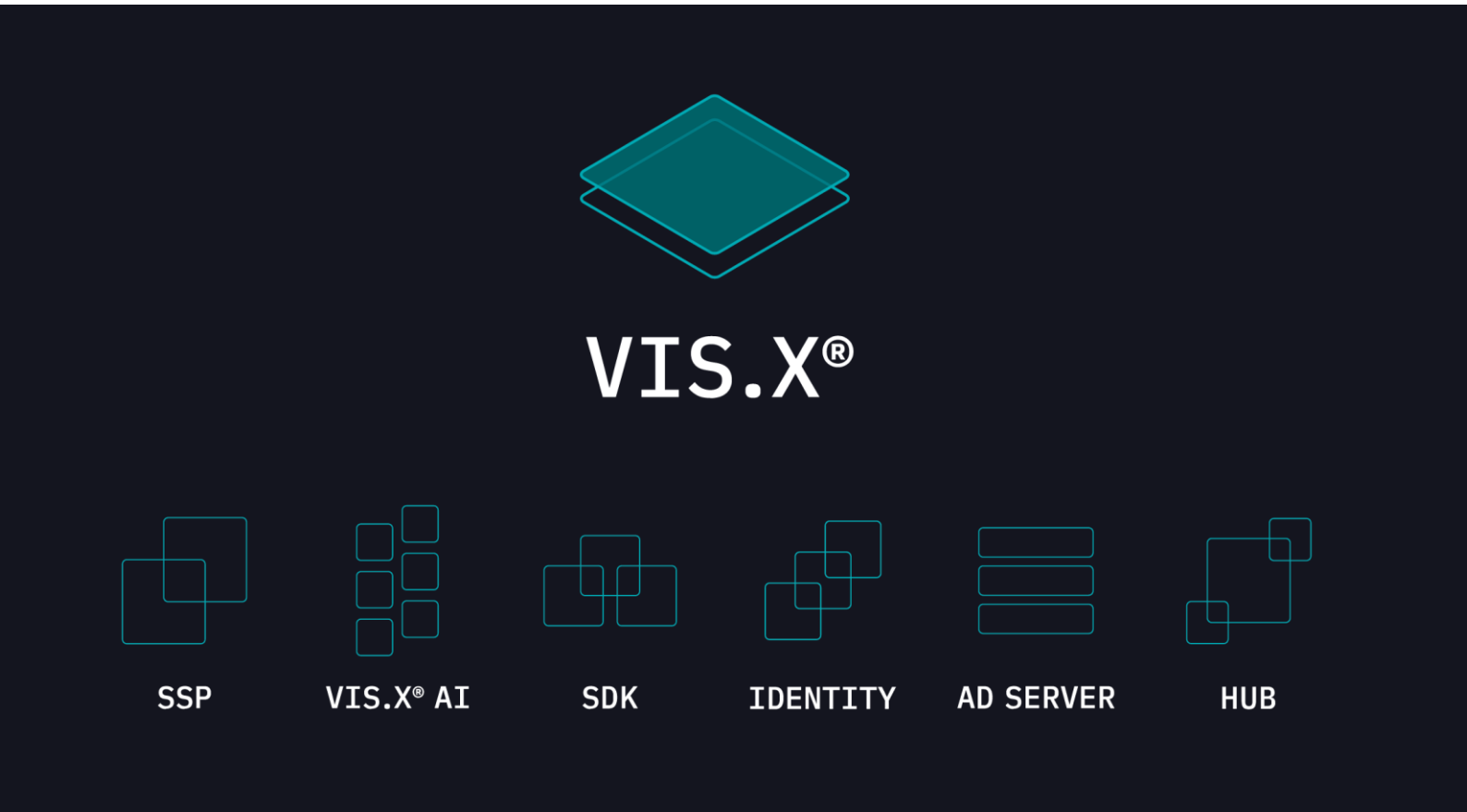
Mit der Markteinführung der Supply Side-Plattform (SSP) VIS.X® zum Jahresanfang 2018 etablierte sich YOC als Anbieter hochwertiger Werbetechnologie (Ad Technology) und Betreiber einer skalierbaren Handelsplattform. Während der Funktionsumfang im Jahr 2020 ein entscheidendes Niveau erreicht hat, konnten in den Folgejahren sowohl das verfügbare Inventar als auch das Handelsvolumen in der Plattform deutlich gesteigert werden. Im Geschäftsjahr 2025 lag der Fokus der Weiterentwicklung auf der innovativen Nutzung neuer Technologien für den Bereich digitaler Werbung, wie künstliche Intelligenz und die Erschließung neuer Strategien zur Zielgruppenerreichbarkeit. Darüber wurde der Ausbau der Plattformfunktionen auf der Buy-Side aufgenommen, die das Handelsvolumen langfristig signifikant stärken werden.

Die VIS.X®-Plattform beherrscht als Full-Stack-Plattform drei wichtige Varianten des Handels (Trading) von digitalem Werbeinventar: vollautomatisiertes Trading im Open Market, fortgeschrittenes Trading in Private Marketplaces sowie seit 2020 ein garantiertes Trading im direkten Handel über eine eigene AdServer-Technologie. In der Kombination mit beliebigen Werbeformaten und der Auktion im Rahmen der Nachfrage aller Marktteilnehmer, erzielt die Plattform immer das beste Ergebnis für die Angebots-, Nachfrage- sowie die Nutzerseite.

Das Alleinstellungsmerkmal der VIS.X®-Plattform ist dabei der Handel nicht standardisierter, hochwirksamer Werbeformate. Erst dadurch wird es möglich, die eigenentwickelten High-Impact Werbeformate von YOC im programmatischen Trading handelbar zu machen.

Darüber hinaus wird die Plattform kontinuierlich mit weiteren technischen Merkmalen ausgestattet, welche sie weiter differenzieren und zum Erfolg sowie der Skalierung beitragen.

Die folgende Übersicht zeigt die Kernkomponenten der VIS.X®-Plattform, deren Funktionalitäten und Besonderheiten nachstehend detaillierter erläutert werden.



VIS.X® SSP

Die VIS.X® Supply Side-Plattform vereint alle Vertriebskanäle und Möglichkeiten der Monetarisierung in einer Gesamtbetrachtung und ermittelt so in Echtzeit die bestmögliche Verkaufsstrategie für jeden Werbeplatz. Die wichtigsten Varianten des Handelns (Trading) von digitaler Werbung sind dabei:

HANDEL IM OPEN MARKETPLACE (OMP)

Der Open Marketplace repräsentiert einen freien, weltweiten Handelsplatz, an dem Werbeinventar in großen Mengen unter vielen Teilnehmern skalierbar gehandelt werden kann.

Hierbei verbindet die VIS.X®-Plattform die Angebots- und Nachfrageseite in einer Auktion und erteilt dem Höchstbietenden den Zuschlag. Das Angebot von VIS.X® differenziert sich einerseits durch eine sehr hohe Qualität an Werbeinventar sowie andererseits durch eine vollumfängliche Transparenz. Dadurch wird den Käufern eine sichere Handelsumgebung geschaffen und gleichzeitig wird es ihnen ermöglicht, eine gezielte Auswahl der Werbefläche vorzunehmen. Im letzten Geschäftsjahr wurden immer mehr führende Demand Side-Plattformen (DSP) mit einem großen Netzwerk von Werbetreibenden als Bieter in die VIS.X® Auktion integriert, so dass neue Nachfragequellen über den Open Market Zugang zum YOC-Inventar erhalten.

HANDEL IM PRIVATE MARKETPLACE (PMP)

Der Handel im Private Marketplace ermöglicht den Einkäufern von Werbeinventar, Zugriff auf die YOC High-Impact Werbeformate über die Plattform VIS.X® zu erhalten. Diverse zusätzliche Handelskriterien können definiert und für das Trading in Form von Deals eingestellt werden, sodass die einkaufenden Marktteilnehmer genau das Werbeinventar erwerben können, das zu den Zielen der Werbetreibenden passt. Anders als im Open Market erhalten Käufer im privaten Handel einen bevorzugten Zuschlag auf das angebotene Inventar sowie erweitere Möglichkeiten, die High-Impact Produkte von YOC zu handeln.

VIS.X® ADSERVER

Bereits im Jahr 2020 wurde die VIS.X®-Plattform durch die Möglichkeit des direkten Handels erweitert. Neben der Bereitstellung aller Funktionen, die in Private Marketplaces zur Verfügung stehen, ermöglicht der exklusive Handel den Erwerb einer Volumengarantie für eine bestimmte Kampagne für die Käufer. Dadurch können verschiedene Kampagnenziele, insbesondere für das Branding Advertising, noch effektiver gesteuert werden.

VIS.X® SDK

Die intelligente Technologie des VIS.X® SDK ermöglicht Werbetreibenden, ihre Zielgruppe im mobilen Umfeld neben Webseiten auch in App-Umfeldern zu erreichen. Publishing Partnern erzielen mit nur einer einzigen technischen Integration eine Maximierung der Werbeerlöse für ihre mobilen Applikationen.

VIS.X® ARTIFICAL INTELLIGENCE (AI)

VIS.X® AI ist ein zentrales, innovatives Modul der Technologieplattform VIS.X®, welches umfangreiche Algorithmen und Machine-Learning-Modelle zusammenfasst, die den Medien-handel in Echtzeit optimieren. Werbetreibende profitieren von VIS.X® AI durch signifikant gesteigerte Leistungskennzahlen, da die künstliche Intelligenz automatisch das richtige

YOC-Werbeprodukt und den richtigen Publisher sowie Audience-Signale in Bezug auf Kosteneffizienz abgleicht, ohne Cookies arbeitet und für das entsprechende Kampagnenziel optimiert.

Die Algorithmen basieren auf Machine-Learning Vorhersagen, historischen Daten sowie der Performance von vergangenen Werbekampagnen. Die VIS.X® AI kann sowohl für programmatische Deals als auch im Rahmen des individuellen Direkthandels eingesetzt werden.

Das KI-Modul innerhalb der VIS.X®-Plattform ist seit 2023 ein zentraler Treiber für Innovationen der Werbetechnologie von YOC. Nach der erfolgreichen Etablierung der KI-gestützten Lösungen für den Bereich des Video-Advertising wurde das Produktportfolio im Jahr 2024 um die YOC Universal Display Solution erweitert. Somit kann das gesamte Produktportfolio der YOC-Gruppe sowohl individuell als auch in Kombination und Auswahl durch künstliche Intelligenz von Werbetreibenden eingekauft werden. Im Geschäftsjahr 2025 wurde die Lösung um die Optimierungsparameter Engagement ergänzt.

VIS.X® IDENTITY INTELLIGENCE

Für den Bereich Branding Advertising ist die Ansprache der richtigen Zielgruppe ebenso entscheidend wie die Markenbotschaft selbst. Ein zuverlässiger Identifikator von Nutzern und damit eine wichtige Datengrundlage für das Targeting von Digitalkampagnen waren in den vergangenen Jahren die Drittanbieter-Cookies. Gleichzeitig ist die Vereinbarkeit von Datenschutz und effektiver Werbeaussteuerung ein dauerhaftes Diskussionsthema der Werbebranche, vor dessen Hintergrund Browser wie Safari und Firefox die Nutzung von Third-Party-Cookies zur Identifikation von Zielgruppen seit 2023 nicht mehr unterstützen.

Seitdem hat YOC in weitreichende Alternativlösungen investiert, die sich durch ihre Vielseitigkeit und insbesondere durch die Kombination zahlreicher Datenpartner innerhalb der VIS.X® Identity Intelligence auszeichnen. Starke Partnerschaften mit internationalen Anbietern wie ID5, Eyeota oder Mastercard, liefern GDPR-konforme Datengrundlagen und hochwertige Segmente, die die Reichweite innerhalb der Wunschzielgruppe von Werbetreibenden maximiert. Ergänzend dazu bietet kontextuelles Targeting eine weitere effektive Maßnahme zur interessensbasierten Ausspielung von Werbung.

Im Geschäftsjahr 2025 wurde die VIS.X® Identity Intelligence um proprietäre Zielgruppensegmente ergänzt, die auf Basis von Kampagnen- und Nutzer- und Kontextdaten der VIS.X®-Plattform erstellt und fortlaufend ergänzt werden. Diese Innovation legt einen wichtigen Grundstein für die effektive und wirkungsvolle Nutzung verfügbarer Kampagnendaten sowie die Reduzierung von Abhängigkeiten von Drittanbietern für den Bereich Targeting.

YOC HUB

MANAGEMENT UND REPORTING SYSTEM

Die Steuerung der VIS.X®-Plattform erfolgt zentral und bietet alle erforderlichen Möglichkeiten, den Handel granular zu handhaben und zu kontrollieren. Dies ermöglicht einen besonders effektiven Arbeits- und Prozessfluss für Nutzer und Administratoren. Die VIS.X®-Plattform verfügt über ein vielseitiges sowie performantes Reporting System, welches eine detaillierte Analyse der Handelsaktivitäten ermöglicht. Historische und tagesaktuelle Werte können über alle Kanäle aufgeschlüsselt und analysiert werden. Eine detaillierte Auswertung auf Ebene des Inventars, der Werbemittel, Käufer, Plattformen sowie entsprechende grafische Darstellungen der Aktivitäten verschaffen Übersichtlichkeit und Entscheidungshilfen für die Marktpartner der

VIS.X®-Plattform. Parallel dazu können Trends und Veränderungen durch die Anzeige vorausgegangener Handelszeiträume schnell und einfach verfügbar gemacht werden. Ein Reporting Application Programming Interface (API) ermöglicht es den YOC-Partnern, Daten aus der VIS.X®-Plattform in bestehende Business Intelligence Systeme und Datenpipelines zu importieren und eigene Analysen zu erstellen.

MANAGEMENT DES INVENTARS

Die Management-Oberfläche des YOC HUB bietet die komplette Verwaltung des gehandelten Inventars, der integrierten Publisher, deren stationären und mobile Webseiten beziehungsweise Apps sowie einzelner Werbeplätze. Die Steuerung in der Plattform bietet granulare Möglichkeiten, die verfügbaren Werbeformate zu konfigurieren, Preispunkte zu definieren sowie die Handelskanäle zu bestimmen. Diese Einstellvarianten erlauben es im Rahmen des Handels, die optimale Kombination aus Ertrag und User Experience zu realisieren.

Darüber hinaus bietet die Plattform anpassbare Inventareinstellungen, die je nach dem Aufenthaltsort des Nutzers unterschiedliche Floor-Preise ermöglichen sowie die Möglichkeit, entweder mit vordefinierten Publisher Kreativgrößen zu arbeiten oder aus der vorhandenen Nachfrage automatisch die am besten geeigneten Formate auszuwählen.

DEAL UND ORDER MANAGEMENT

Kern der VIS.X®-Plattform ist die Steuerung aller laufenden und neuen Deals im Rahmen von Private Marketplaces sowie direkter Werbekampagnen. Die Benutzeroberfläche ermöglicht die variable Konfiguration diverser Targeting-Möglichkeiten, die die gezielte Ansprache der gewünschten Zielgruppe definieren.

Je nach gewähltem Preismodell optimiert der integrierte Algorithmus der Plattform automatisiert die optimale Menge und den Zeitpunkt der auszuführenden Kampagnen nach den Bedürfnissen des Werbetreibenden. Durch die Einbindung zusätzlicher Partner und die Verfügbarkeit weiterer Targeting-Optionen können Werbetreibende ihre Wunschzielgruppe effektiv erreichen und ansprechen sowie dadurch ihre Kampagnen effizienter gestalten. Im Geschäftsjahr 2024 wurden die Targeting-Möglichkeiten durch die Integration relevanter, internationaler Partner um neue Segmente erweitert.

AUTOMATISIERTE ABRECHNUNG

Das System ist nahtlos mit dem ERP-System des Unternehmens integriert. Die Aufträge und Lieferdaten aus dem direkten Vertrieb sowie dem vollautomatisierten Handel werden automatisch erfasst und mit dem Buchhaltungssystem synchronisiert. Dies ermöglicht eine stark skalierbare Buchhaltung und unterstützt somit das Wachstum der VIS.X®-Plattform.

WEITERE INNOVATIVE FUNKTIONEN DER VIS.X®-PLATFORM

FRAUD PROTECTION

Alle Werbeformate, die auf der Plattform gehandelt werden, durchlaufen manuelle und automatisierte Qualitäts- und Sicherheitskontrollen. Insbesondere im automatisierten Handel werden dadurch Werbeanzeigen geblockt, die unangemessen oder illegal sind.

Zusätzlich ermittelt der Fraud Protection-Algorithmus Werbeanzeigen, die schadhafte Programme auf den Endgeräten der Nutzer ausführen könnten und entfernt diese, bevor es zur

Anzeige kommt. Somit wird die Sicherheit der Nutzer gewährleistet sowie eine konstant hohe Qualität an Werbeanzeigen für die Publisher erzielt.

MULTICHANNEL-ANSATZ

In einem ersten Schritt wurde die VIS.X®-Plattform zielgerichtet auf das Trading von Werbeflächen im mobilen Internet optimiert. Somit ist die Plattform in der Lage, den wichtigsten Kanal für Internet-Nutzer zu bedienen und Werbeflächen entweder in Kombination mit oder ohne YOC High-Impact Werbeformate effizient zu handeln.

Der Einsatz der YOC-eigenen Werbeformate hat in diesem Kanal auf Grund der Nutzungsart und Bildschirmgröße einen besonderen Mehrwert. Werbetreibende erreichen den potenziellen Kunden mit ihrer Botschaft und erzielen außergewöhnliche Aufmerksamkeitswerte, ohne die Nutzer in ihrem eigentlichen Lesefluss zu stören. Die positive Wahrnehmung der Nutzer der von YOC entwickelten Werbeformate führt dabei schließlich zu einer erhöhten Akzeptanz und Wirkung der Werbebotschaft im Vergleich zu normalen Werbeformen.

Im Jahr 2020 wurde zusätzlich das VIS.X® Software Development Kit (SDK) entwickelt und zum Ende des Jahres in den Markt eingeführt. Es ermöglicht den Entwicklern von mobilen Applikationen (Mobile Apps), von der Wertschöpfung durch die VIS.X®-Plattform zu profitieren und die Werbeauslastung sowie -erlöse ihrer mobilen Applikationen zu verbessern.

Im Geschäftsjahr 2021 erweiterte YOC die VIS.X®-Plattform für das Handeln von Desktop Advertising-Inventar. Der strategische Ansatz, mit High-Impact Werbeformaten eine nachweislich bessere Werbewirkung zu erzielen, lässt sich auch auf Werbeflächen von herkömmlichen Desktops oder Tablets umsetzen. Entsprechend der andauernden Nachfrage von multiscreen Kampagnen, wurden alle Werbeprodukte sowohl für mobile als auch desktopbasierte Geräte verfügbar gemacht.

Im Geschäftsjahr 2025 wurde intensiv an der Integration von connected TV als neuen Werbekanal innerhalb der VIS.X®-Plattform gearbeitet. Damit adressiert YOC den anhaltenden Trend des Wandel im Bereich TV-Werbung von Werbeplatzierungen im linearen Fernsehen hin zu flexibleren Platzierungen im Streaming Markt.

ERWEITERTE PREISMODELLE

Die VIS.X®-Plattform ermöglicht den Einkäufern von Medialeistungen maximale Flexibilität in der Wahl des Preismodells für die Auslieferung der jeweiligen Werbeformate. Neben des gängigen Tausenderkontaktpreises (CPM) sowie des Einkaufs über ein Cost-per-Click (CPC) - Modell können auf der Plattform auch erweiterte Preismodelle gewählt werden. Zur Verfügung stehen der Viewable CPM (vCPM), bei dem die Werbeauslieferung nur dann abgerechnet wird, wenn die Werbeeinblendung auch tatsächlich vom Nutzer gesehen wurde. Für Video-Werbung lässt sich der Einkauf zusätzlich im Rahmen eines Cost-Per-Completed-View-Modells (CPCV) auf vollständig gesehene Videos optimieren.

Seit dem Geschäftsjahr 2023 ist zudem das Abrechnungsmodell Cost per Engagement (CPE) über die VIS.X®-Plattform verfügbar. Bei dem Einkauf von High-Impact Produkten über dieses Preismodell zahlt der Werbetreibende nur für tatsächliche Interaktionen mit dem Werbemittel und steuert sein Werbebudget so maximal effizient aus. Dieses Preismodell sowie die daraus resultierende Optimierung stützt sich auf die weiterentwickelten KI-Funktionalitäten der VIS.X®-Plattform.

YOC AD PRODUCTS

Neben der vorgestellten VIS.X®-Plattform entwickelt YOC hochwirksame (High-Impact) Werbeformate und KI-basierte Lösungen und vertreibt diese in derzeit drei Produktlinien.

Der Einsatz von YOC Werbeformaten und Lösungen schafft, ein besseres Werbeerlebnis für alle involvierten Parteien. Nutzer von Inhalten des Internets sowie mobiler Applikationen sollen für sie relevante sowie interessante Werbebotschaften erhalten und wahrnehmen.

Parallel dazu sollen Werbetreibende durch den Einsatz der kreativen Werbeformate eine bessere Werbewirkung erzielen. Publisher sollen von der Wertschöpfung der YOC High-Impact Formate profitieren. Neben YOC High-Impact Werbemittel und KI-basierten Lösungen werden auf Kundenwunsch auch Standard-Werbemittel über die VIS.X®-Plattform gehandelt.

HIGH-IMPACT WERBEFORMATE

Die YOC High-Impact Werbeformate bieten eine hochwertige und aufmerksamkeitsstarke Präsentation von Marken und Produkten und garantieren gleichzeitig ein nicht störendes, positives Nutzererlebnis für Nutzer des Internets. Sie zeichnen sich im Vergleich zu Standard-Werbeformaten durch große Formate, innovative Funktionalitäten zur Nutzeraktivierung und hochwertige Integration in Publisher-Umfelder aus.

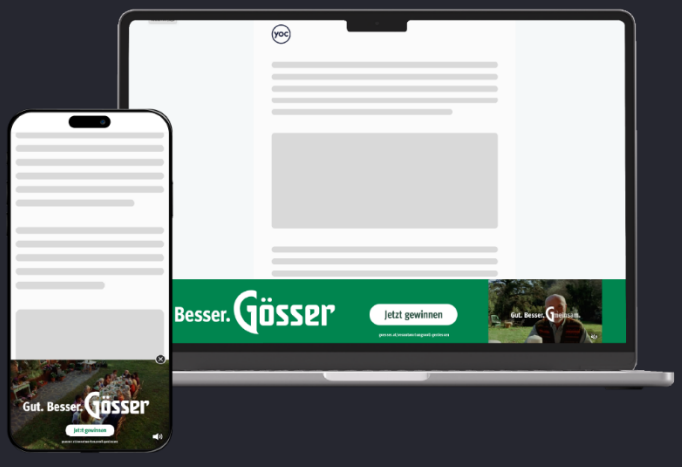
Jedes YOC-Produkt kann flexibel eingesetzt und um zusätzliche Konfigurationen (Features) erweitert werden, sodass das Nutzererlebnis entsprechend der Zielsetzung angereichert werden kann.

Aktuell besteht das Produktportfolio von YOC aus zehn High-Impact Produkten:

- YOC Mystery Ad®
- YOC Mystery Scroller®
- YOC Skin
- YOC Zoom Ad
- YOC Understitial Ad®
- YOC Branded Takeover
- YOC Prime Scroller
- YOC Sitebar
- YOC Inline Video Ad
- YOC Spotlight

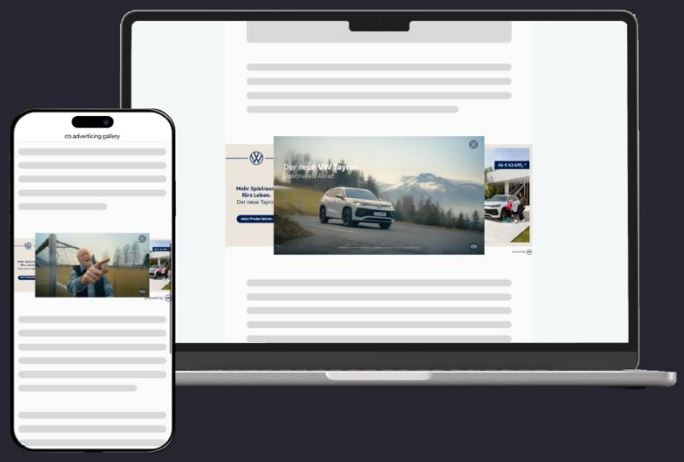
Eine Auswahl an Umsetzungen der YOC High-Impact Produkte ist in unserem Showroom unter www.showroom.yoc.com einzusehen.

YOC MYSTERY AD®

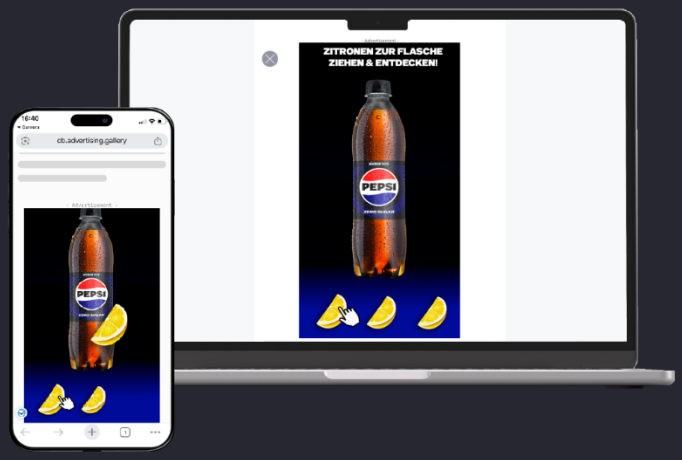


YOC MYSTERY SCROLLER®

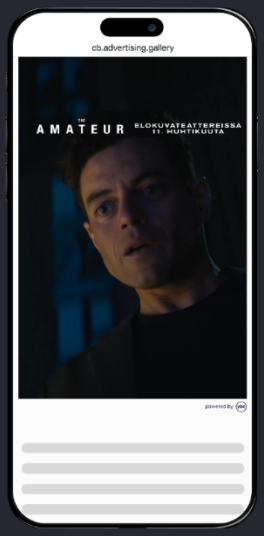
YOC SKIN



YOC ZOOM AD

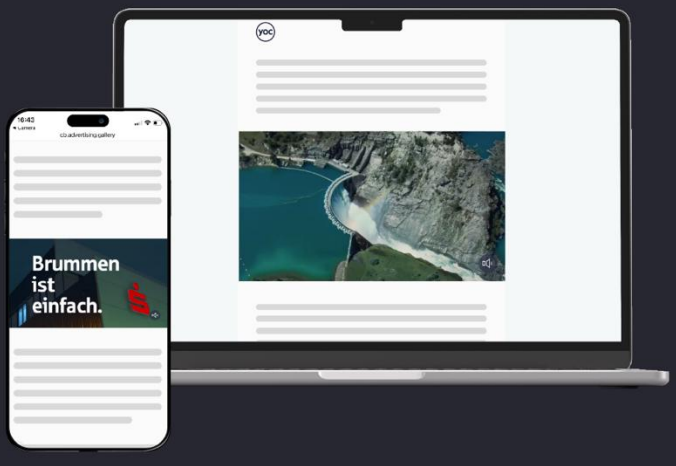


YOC UNDERSTITIAL AD®

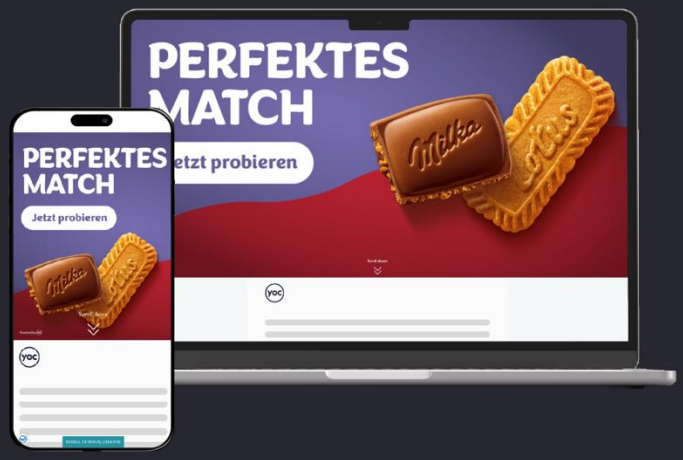


YOC BRANDED TAKEOVER

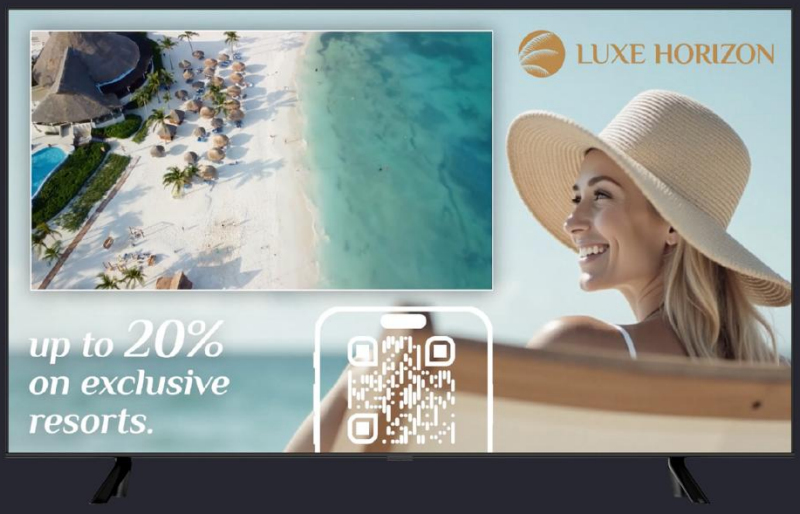
YOC SITEBAR



YOC INLINE VIDEO AD



YOC PRIME SCROLLER

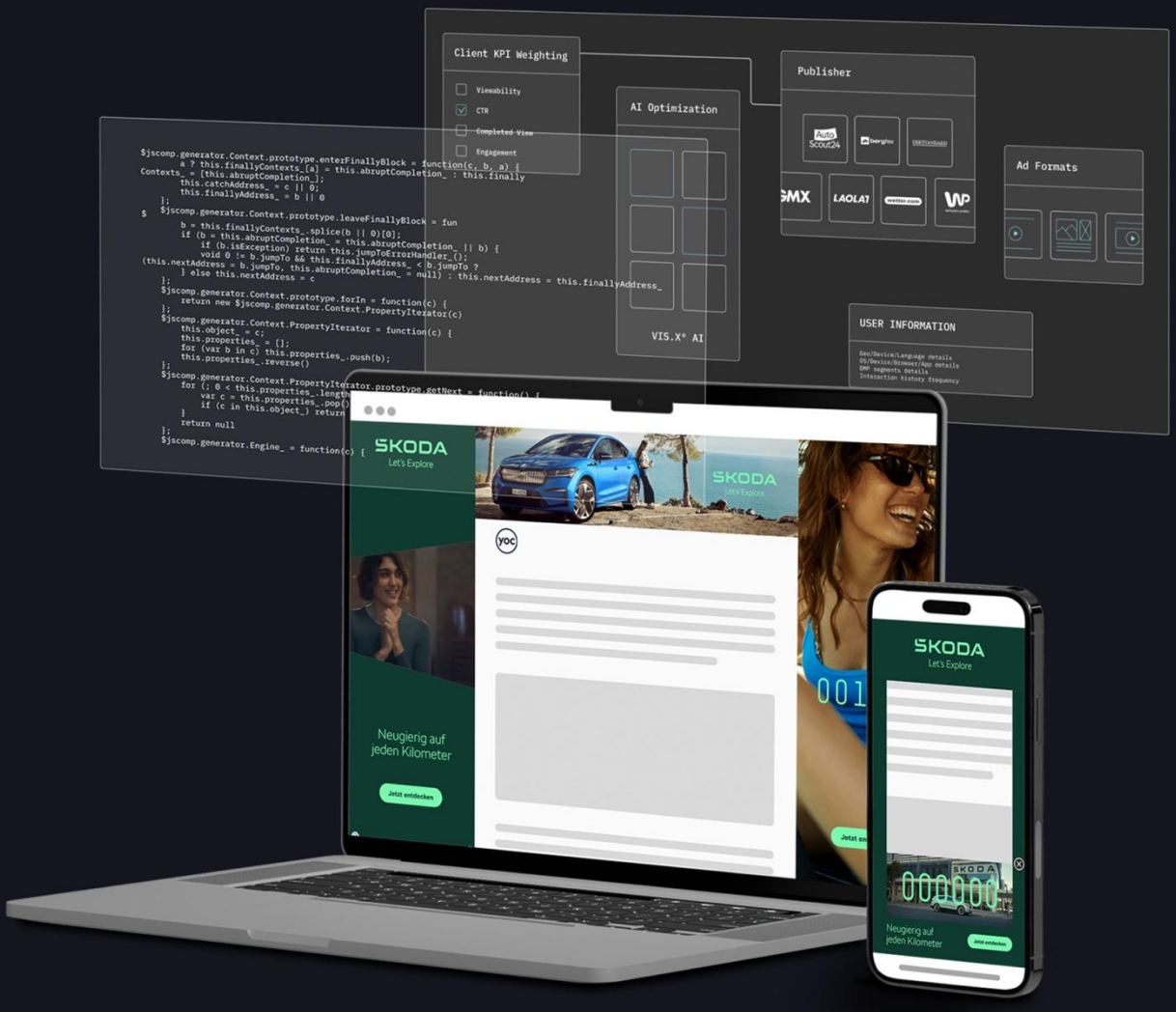


YOC SPOTLIGHT

YOC AI-POWERED SOLUTIONS

Die hochwirksamen Lösungen von YOC erweitern das Produktportfolio seit dem Jahr 2023 um eine weitere Dimension: Diverse High-Impact Werbeformate können flexibel innerhalb einer Buchung kombiniert werden. Die Auswahl von Werbeformat, Platzierung und Zielgruppe wird durch die VIS.X® AI entsprechend des gewählten Kampagnenziels definiert und in Echtzeit optimiert.

Nach der Einführung der YOC Universal Video Solution im Jahr 2023 erschließt seit dem Geschäftsjahr 2024 die YOC Universal Display Solution die KI-gesteuerte Buchung von hochwirksamen Display-Werbeformate über die VIS.X®-Plattform. Die Lösungen werden fortlaufend weiterentwickelt und an die Bedürfnisse des Marktes angepasst. So würde im vergangenen Geschäftsjahr 2025 die Option zur Optimierung auf die Kennzahl Engagement ergänzt.



High-Impact Werbeformate flexibel einsetzbar

Echtzeit VIS.X® AI Optimierung

Umfangreiche Reichweite

Individuelle Gestaltung & vielseitige Features

YOC UNIVERSAL VIDEO SOLUTION

YOC UNIVERSAL DISPLAY SOLUTION

RESEARCH-STUDIEN ZUR WERBEWIRKUNG UND AUFMERKSAMKEIT

Seit 2020 untersucht YOC im Rahmen internationaler Studien in Kooperation mit unabhängigen Analyse- und Marktforschungsunternehmen regelmäßig die Wirkung und Effektivität der YOC Werbeformate.

WERBEWIRKSAMKEIT

Im Oktober 2020 untersuchte YOC in Zusammenarbeit mit Nielsen erstmals die Wirkung der eigenen YOC High-Impact Werbeformate im Vergleich zu Standard-Werbeformaten.

Die Studienergebnisse zeigen, dass YOC High-Impact Werbeformate einprägsamer als Standard- Werbeformate sind und einen signifikanten Anstieg der Marken- und Werbeerinnerung erzielen.

Sie sind außerdem in der Lage, sich deutlich positiv von Standard-Werbeformaten zu unterscheiden, indem sie große Steigerungen bei wichtigen Werbecharakteristika wie Attraktivität, Auffälligkeit und Innovation aufweisen. Folglich wird das Publikum durch diese besonderen Werbemittel nicht irritiert, sondern erinnert sich an sie.

Im Geschäftsjahr 2025 setzte YOC in Kooperation mit dem Marktforschungsunternehmen Reppublika Research & Analytics zahlreiche Werbewirksamkeitsstudien für Werbekunden um.

Die weitgreifenden Erkenntnisse wurden in einer branchenübergreifenden Meta-Studie zusammengeführt, die die Wirksamkeit von YOC High-Impact Werbeformaten zur Steigerung von Markenerinnerung, Werbegefallen und gesteigerter Kaufabsicht.

Diese aktuelle Analyse verdeutlicht erneut, dass Werbetreibende durch den Einsatz von YOC High-Impact Formaten nachhaltig ihre Marke stärken sowie wirksame Ergebnisse entlang des kompletten Customer Journey liefern.

EFFIZIENZ

Die zweite mit Nielsen im November 2021 realisierte Studie analysierte den Einfluss der Kontakthäufigkeit mit einem Werbeformat auf die Markenwahrnehmung (Brand Awareness).

Methodisch wurden erneut Standard-Formate mit diversen YOC High-Impact Formaten in einem realen Testumfeld verglichen. Die Ergebnisse der Studie belegen, dass bei Standard-Formaten mindestens zwei Mal so viele Kontakte benötigt werden, um die gleiche Werbeerinnerung zu erzielen, wie dies bei den eigenentwickelten YOC High-Impact Formaten der Fall ist.

Außerdem ist die ungestützte Markenerinnerung bei High-Impact Formaten trotz halber Kontaktzahl um 273% höher als bei Standardwerbemitteln.

Dies verdeutlicht, dass Marken und ihre Werbung durch den starken Einfluss von High-Impact Formaten im Gedächtnis der Verbraucher bleiben. Somit können Werbetreibende diese Erkenntnisse nutzen und durch den Einsatz von YOC High-Impact Formaten ihre Zielgruppe in hoher Reichweite ansprechen sowie ihr Kampagnenbudget im Vergleich mit Standard-Werbemitteln nicht nur effektiv, sondern auch effizienter einsetzen.

ENGAGEMENT

2023 wurde in Zusammenarbeit mit Nielsen die Performance von High-Impact Werbemitteln hinsichtlich der Interaktion und Aktivierung (Engagement) von Nutzern betrachtet.

Es konnte bestätigt werden, dass High-Impact Werbemittel stärker zur Interaktion mit der Werbung anregen.

Durchschnittlich 42% aller Befragten wurden animiert, mit den YOC High-Impact Werbemitteln zu interagieren. Auch bei der Analyse einzelner Eigenschaften der Werbemittel zeigt sich deutlich, dass die Interaktion ein wichtiger und positiver Bestandteil der High-Impact Werbeformate ist. Auch die positive Nutzerakzeptanz sowie der nicht störende Charakter der YOC-Werbeformate konnten in dieser Studie erneut bestätigt werden.

ATTENTION

Die gezielte Messung der Aufmerksamkeit von Werbeformen ist ein Thema, das aktuell stark im Fokus des digitalen Werbemarktes steht. Gemeinsam mit dem Werbeanalysten LUMEN wurden in einer Eye-Tracking Studie im vergangenen Geschäftsjahr die Aufmerksamkeitswerte (Attention per Mille) von YOC High-Impact Werbeformaten getestet.

Die Ergebnisse belegen, dass die hochwertigen Werbeformate bei den Nutzern bis zu 5,8x höhere Aufmerksamkeitswerte erzielen konnte als vergleichbare Standard-Banner.

Darüber hinaus konnte belegt werden, dass die durchschnittliche aktive Zeit in der die Werbung betrachtet, wurde bei YOC High-Impact Werbeformaten bis zu 215% höher ausfällt als bei Standard-Werbeformaten.

NEUE METASTUDIE ZUR MARKENWIRKUNG

Sichtbarkeit steht im Fokus: Größe, Platzierung und visuelle Dominanz sorgen für schnelle Wahrnehmung und Wiedererkennung.

AWARENESS

Aufmerksamkeit wird zu positiver Wahrnehmung und damit zur Präferenz. Gestaltung, Storytelling sowie Features und Interaktion stärken die Position im Entscheidungsprozess.

CONSIDERATION

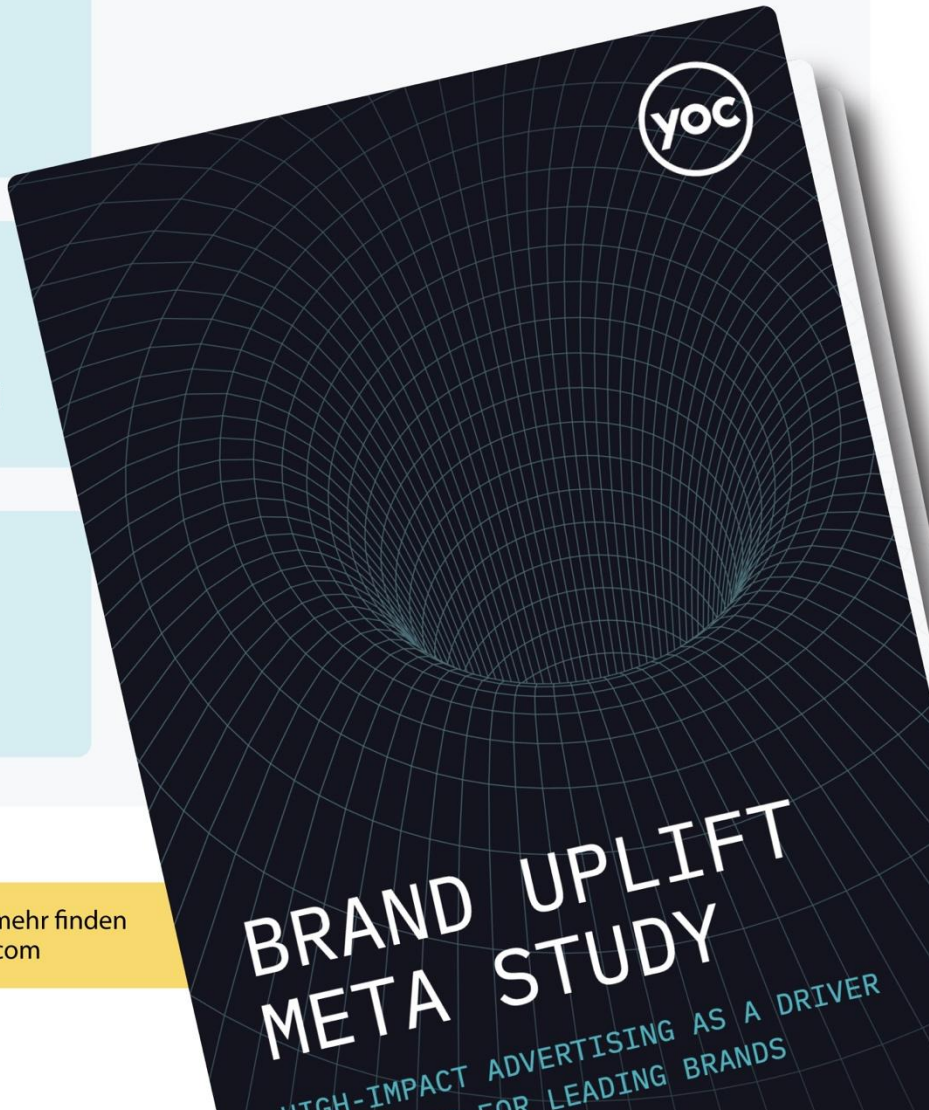
Handlung rückt in den Mittelpunkt. Klare Call-to-Actions, einfache Botschaften und visuelle Führung senken Hürden und aktivieren.

ACTION

+36%
Markenbekanntheit

69%
Positive Wahrnehmung

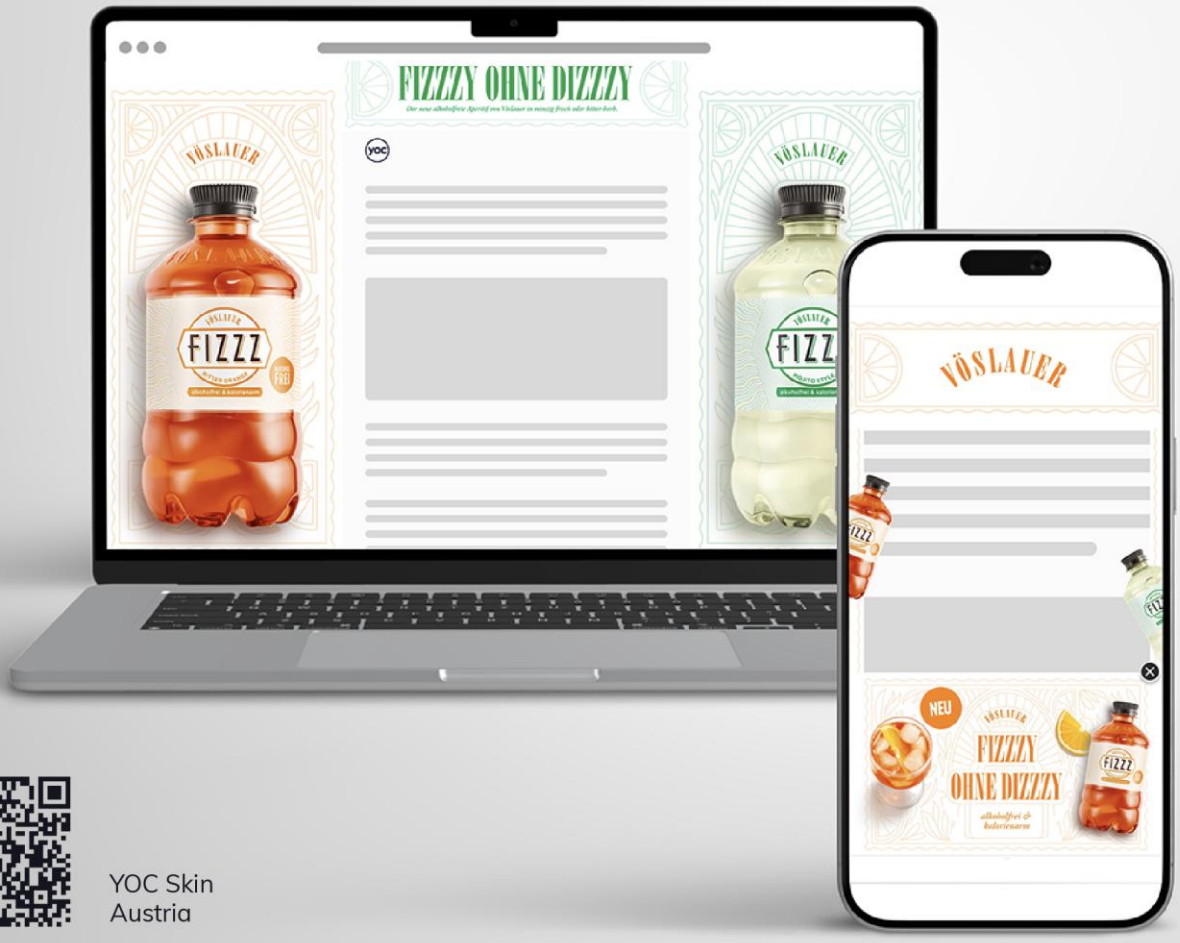
+14%
Kaufabsicht



Weitere Studien, Whitepaper und mehr finden Sie auf unserer Website: www.yoc.com

03 ZUSAMMENGEFASSTER LAGEBERICHT

GESCHÄFTSENTWICKLUNG DES YOC-KONZERNS	33
ENTWICKLUNG DER ERTRAGSLAGE DES YOC-KONZERNS	35
ENTWICKLUNG DER FINANZ- UND VERMÖGENSLAGE DES YOC-KONZERNS	37
PROGNOSEBERICHT DES YOC-KONZERNS	40
CHANCEN- UND RISIKOBERICHT	43



YOC Skin
Austria

GESCHÄFTSENTWICKLUNG DES YOC-KONZERNS

Die YOC AG entwickelt innovative Technologien und Softwarelösungen für den digitalen Werbemarkt. Mit der programmatischen Handelsplattform VIS.X® ermöglicht der Konzern ein qualitativ hochwertiges und effizientes Werbeerlebnis für Werbetreibende, Publisher sowie Nutzer von Internet- und mobilen Anwendungen. Als einer der Pioniere im Digital Advertising ist die YOC AG seit dem Jahr 2001 am Markt aktiv und seit 2009 im Prime Standard der Frankfurter Wertpapierbörse gelistet. Der Hauptsitz des Unternehmens befindet sich in Berlin. Weitere Niederlassungen unterhält der YOC-Konzern in Düsseldorf, Hamburg, Helsinki, Stockholm, Wien, Warschau und Zürich.

Im ersten Halbjahr des Geschäftsjahres 2026 steigerte die YOC AG ihre Konzernerlöse auf 17,7 Mio. EUR (H1/2025: 17,1 Mio. EUR). Die externen Umsätze auf dem nationalen Markt beliefen sich unverändert auf 9,1 Mio. EUR (H1/2025: 9,1 Mio. EUR). Die Umsatzerlöse aus internationalen Geschäftstätigkeiten erhöhten sich um 8% auf 8,6 Mio. EUR (H1/2025: 8,0 Mio. EUR).

Der Rohertrag lag im Vergleich zum Vorjahreszeitraum aufgrund weiterhin anspruchsvoller markt- und kundenseitiger Rahmenbedingungen noch unter dem angestrebten Niveau. Gleichzeitig zeigt sich jedoch eine operative Verbesserung: Im H1/2026 stieg die Rohertragsquote auf 43,1% und lag damit über den Werten der vorangegangenen Quartale (Q4/2025: 41,6%, Q3/2025: 42,4 %, Q2/2025: 41,3 %). Diese Entwicklung bestätigt den eingeschlagenen Kurs und bildet die Basis für nachhaltig steigende Rohertragsquoten in den kommenden Perioden.

Das operative Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) konnte gegenüber dem Vorjahr um 30% auf 0,7 Mio. EUR (H1/2025: 0,5 Mio. EUR) gesteigert werden.

Das Konzernperiodenergebnis lag mit -0,6 Mio. EUR (H1/2025: -0,7 Mio. EUR) leicht über dem Niveau des Vorjahres.

Die Handelsplattform VIS.X® ermöglicht den programmatischen, automatisierten Handel der Werbeprodukte des YOC-Konzerns und positioniert die Gesellschaft als hochwertigen Anbieter von Werbetechnologie (Ad Technology). Die Umsatzerlöse resultieren aus der Erbringung digitaler Werbedienstleistungen, die von Werbetreibenden über programmatische Einkaufsplattformen nachgefragt werden.

Die Auslieferung der Kampagnen erfolgt durch den YOC-Konzern mittels des Erwerbs verfügbarer Werbeplätze bei Publisher-Partnern über die Technologieplattform VIS.X® sowie ergänzende technologische Lösungen.

Zum Bilanzstichtag beliefen sich die liquiden Mittel des YOC-Konzerns auf 0,9 Mio. EUR und reduzierten sich saisonal bedingt gegenüber dem Jahresendbestand zum 31. Dezember 2025 in Höhe von 4,1 Mio. EUR. Darüber hinaus verfügt die YOC AG über freie Kreditlinien in Höhe von insgesamt 1,5 Mio. EUR.

Die Bilanzsumme des YOC-Konzerns sank ebenfalls saisonal bedingt und belief sich zum 30. Juni 2026 auf 20,8 Mio. EUR (31. Dezember 2025: 23,6 Mio. EUR).

Das Eigenkapital belief sich auf 7,2 Mio. EUR, was einer Eigenkapitalquote in Höhe von 35% entspricht (31.12.2025: 33%).EUR, was einer Eigenkapitalquote in Höhe von 35% entspricht (31. Dezember 2025: 33%).

WIRTSCHAFTLICHE RAHMENBEDINGUNGEN

Die wirtschaftliche Entwicklung in der Europäischen Union war im Jahr 2025 und zu Beginn des Jahres 2026 weiterhin von einem herausfordernden geopolitischen Umfeld geprägt.

Insbesondere die anhaltenden Auswirkungen des Krieges in der Ukraine, zunehmende Spannungen im Nahen Osten, Unsicherheiten im internationalen Handel sowie eine fortschreitende Fragmentierung globaler Liefer- und Wertschöpfungsketten belasteten die wirtschaftliche Dynamik. Gleichzeitig führten erhöhte Energiepreise und eine zurückhaltende Investitionsbereitschaft zu einer Abschwächung der Wachstumserwartungen.

Gemäß der Frühjahrsprognose der Europäischen Kommission wird für die Europäische Union im Jahr 2026 ein reales Wirtschaftswachstum in Höhe von 1,1% erwartet. Für den Euroraum wird ein Wachstum in Höhe von 0,9% prognostiziert. Gleichzeitig hat sich die Inflation gegenüber den im Vorjahr erwarteten Werten wieder erhöht. Die Europäische Kommission erwartet für den Euroraum im Jahr 2026 eine durchschnittliche Inflationsrate von 3,0% und für die Europäische Union in Höhe von 3,1%.[1]

Die deutsche Wirtschaft entwickelt sich weiterhin unterdurchschnittlich, zeigt jedoch erste Anzeichen einer moderaten Erholung. Für 2026 wird ein Wachstum des Bruttoinlandsprodukts von rund 0,6% erwartet. Die Inflationsrate wird auf 2,9% und die Arbeitslosenquote auf rund 4,0% geschätzt.[2]

Ungeachtet der gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen setzt der digitale Werbemarkt seinen strukturellen Wachstumskurs fort. Nach Angaben des Online-Vermarkterkreises (OVK) im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) erreichte der deutsche Online-Display- und Videowerbemarkt im Jahr 2025 ein Volumen von über 7,5 Mrd. EUR und wuchs damit um 9,6%gegenüber dem Vorjahr. Für das Jahr 2026 prognostiziert der OVK einen weiteren Anstieg auf rund 8,2 Mrd. EUR, was einem Wachstum in Höhe von 8,7% entspricht. Erstmals wird Online-Video-Werbung zum umsatzstärksten Segment des digitalen Werbemarktes. Insgesamt zeigen die Marktdaten, dass digitale Werbeformate weiterhin von Budgetverschiebungen zugunsten digitaler Medien, technologischen Innovationen sowie der fortschreitenden Automatisierung im Werbeeinkauf profitieren. Vor diesem Hintergrund wird auch mittelfristig von einer positiven Entwicklung des digitalen Werbemarktes ausgegangen.[3]

[1] Europäische Kommission: European Economic Forecast – Spring 2026, Institutional Paper 341, Brüssel, 21.05.2026. Abruf: 29.07.2026.

URL: https://economy-finance.ec.europa.eu/publications/european-economic-forecast-spring-2026_en

[2] Europäische Kommission: Economic Forecast for Germany, Brüssel, 21.05.2026. Abruf: 29.07.2026.

URL: https://economy-finance.ec.europa.eu/economic-surveillance-eu-member-states/country-pages-including-country-reports/germany/economic-forecast-germany_en

[3] Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V., Online-Vermarkterkreis (OVK): OVK-Prognose 1/2026 – Digitaler Werbemarkt wächst auf über acht Milliarden Euro, Düsseldorf, 26.02.2026. Abruf: 29.07.2026.

URL: https://www.bvdw.org/news-und-publikationen/ovk-prognose-digitaler-werbemarkt-waechst-auf-ueber-acht-milliarden-euro/

ENTWICKLUNG DER ERTRAGSLAGE DES YOC-KONZERNS

UMSATZENTWICKLUNG UND GESAMTLEISTUNG

In den ersten sechs Monaten des laufenden Geschäftsjahres 2026 verzeichnete der Konzern ein **Umsatzwachstum** in Höhe von rund 4% auf 17,7 Mio. EUR (H1/2025: 17,1 Mio. EUR).

Die **Gesamtleistung** des Konzerns liegt mit 18,5 Mio. EUR um 0,6 Mio. EUR über dem Vorjahresniveau (H1/2025: 17,9 Mio. EUR).

UMSATZ UND ERTRAGSLAGE DER BERICHTSPFLICHTIGEN SEGMENTE DES YOC-KONZERNS

In den ersten sechs Monaten des laufenden Geschäftsjahres 2026 stiegen die Umsatzerlöse in den beiden berichtspflichtigen Segmenten auf insgesamt 17,7 Mio. EUR (H1/2025: 17,1 Mio. EUR) an.

Die externen Umsätze im berichtspflichtigen Segment **nationaler Markt** betrugen 9,1 Mio. EUR (H1/2025: 9,1 Mio. EUR). Das operative Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) belief sich auf 2,5 Mio. EUR (H1/2025: 2,5 Mio. EUR).

Die Umsatzerlöse der **internationalen Geschäftstätigkeiten** stiegen auf 8,6 Mio. EUR (H1/2025: 8,0 Mio. EUR) an. Das Segment erzielte im Berichtszeitraum ein operatives Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) in Höhe von 0,7 Mio. EUR (H1/2025: 0,2 Mio. EUR).

MATERIALAUFWAND UND ROHERTRAG

Die **Materialaufwendungen** beliefen sich in der Berichtsperiode auf 10,1 Mio. EUR (H1/2025: 9,8 Mio. EUR) und stiegen somit unterproportional im Vergleich zum Umsatzwachstum an. Im Ergebnis betrug die Rohertragsquote im Berichtszeitraum 43,1% (H1/2025: 42,8%).

Die Markt- und Kundenbedingungen blieben weiterhin herausfordernd. Ursächlich hierfür waren unter anderem vertraglich vereinbarte höhere Beschaffungskosten sowie gestiegene Rückvergütungen an Mediaagenturen. Dennoch konnte die Rohertragsquote im ersten Halbjahr 2026 leicht auf 43,1 % verbessert werden. Die Rohertragsquote lag damit über den Werten der vorangegangenen Quartale (Q4/2025: 41,6 %, Q3/2025: 42,4 %, Q2/2025: 41,3%).

Für das laufende Geschäftsjahr 2026 rechnet das Unternehmen infolge eingeleiteter Effizienzmaßnahmen in der technischen Infrastruktur sowie durch gezielte Maßnahmen im Preis- und Kostenmanagement mit einer sukzessiven und nachhaltigen Verbesserung der Rohertragsmarge.

Die weitere Zunahme der Rohertragsquote stellt einen wichtigen Baustein zur Skalierung und damit zur positiven Unternehmensentwicklung dar.

PERSONALAUFWAND UND PERSONALENTWICKLUNG

Im laufenden Geschäftsjahr 2026 konnte der YOC-Konzern Leistungsträger an das Unternehmen binden sowie neue qualifizierte Mitarbeiter für Schlüsselpositionen gewinnen.

Zum 30. Juni 2026 beschäftigte der Konzern 130 **Mitarbeiter** (30. Juni 2025: 125 Mitarbeiter).

Die **durchschnittliche Mitarbeiteranzahl** belief sich im ersten Halbjahr 2026 auf 133 Mitarbeiter (H1/2025: 124 Mitarbeiter).

Mitarbeiter in Teilzeit werden auf Vollzeitäquivalente umgerechnet. Auszubildene, Praktikanten sowie Vorstandsmitglieder werden für die Ermittlung nicht berücksichtigt.

In der Berichtsperiode 2026 betrug der **Personalaufwand** insgesamt 5,6 Mio. EUR (H1/2025: 5,3 Mio. EUR). Ein weiterer Personalaufbau im Bereich der weiteren Plattform- und Produktentwicklung, des Vertriebs sowie im Rahmen der Internationalisierung bedingten den Anstieg der Mitarbeiteranzahl und damit des Personalaufwands des YOC-Konzerns.

SONSTIGE BETRIEBLICHE AUFWENDUNGEN

Im ersten Halbjahr 2026 sanken die **sonstigen betrieblichen Aufwendungen** um 0,2 Mio. EUR auf 2,1 Mio. EUR (H1/2025: 2,3 Mio. EUR).

EBITDA

Das **operative Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)** belief sich in der Berichtsperiode auf 0,7 Mio. EUR (H1/2025: 0,5 Mio. EUR).

ERGEBNIS NACH STEUERN UND KONZERNPERIODENERGEBNIS DES YOC-KONZERNS

In den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2026 verzeichnete der YOC-Konzern planmäßige Abschreibungen in Höhe von insgesamt 1,1 Mio. EUR (H1/2025: 1,0 Mio. EUR).

Der Anstieg ist im Wesentlichen auf die Zunahme planmäßiger Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte zurückzuführen.

Das Finanzergebnis betrug -0,1 Mio. EUR (H1/2025: -0,1 Mio. EUR).

Die Steuern vom Einkommen und Ertrag beliefen sich insgesamt auf 0,13 Mio. EUR (H1/2025: 0,14 Mio. EUR).

Das erste Halbjahr 2026 beendet der YOC-Konzern in Summe der dargestellten Effekte mit einem **Konzernperiodenergebnis** in Höhe von -0,6 Mio. EUR (H1/2025: -0,7 Mio. EUR).

ENTWICKLUNG DER FINANZ- UND VERMÖGENSLAGE DES YOC-KONZERNS

VERMÖGENSWERTE

Zum Bilanzstichtag betrugen die **Vermögenswerte** des YOC-Konzerns insgesamt 20,8 Mio. EUR (31. Dezember 2025: 23,6 Mio. EUR). Davon entfielen 11,7 Mio. EUR auf langfristige und weitere 9,1 Mio. EUR auf kurzfristige Vermögenswerte.

EIGENKAPITAL

Zum 30. Juni 2026 beträgt das **Eigenkapital** des YOC-Konzerns 7,2 Mio. EUR (31. Dezember 2025: 7,8 Mio. EUR). Die Veränderung gegenüber dem 31. Dezember 2025 basiert hauptsächlich auf dem **Konzernperiodenergebnis** des laufenden Geschäftsjahres. Die Eigenkapitalquote des YOC-Konzerns stieg zum Bilanzstichtag auf 35% (31. Dezember 2025: 33%) an.

Das **Grundkapital** der Gesellschaft beträgt 3,5 Mio. EUR. Die **Gesamtzahl der Stimmrechte** der YOC AG beliefen sich unverändert zum Vorjahr auf insgesamt 3.476.478 Aktien beziehungsweise Stimmrechte.

Die **Währungsumrechnungsdifferenzen** in Höhe von -0,1 Mio. EUR (H1/2025: -0,04 Mio. EUR) resultieren aus der Umrechnung der Jahresabschlüsse der Tochtergesellschaften in Polen, der Schweiz sowie in Schweden.

SCHULDEN

Zum Bilanzstichtag valutierten die **Schulden** der Gesellschaft in Höhe von insgesamt 13,6 Mio. EUR (31. Dezember 2025: 15,8 Mio. EUR). Davon entfielen 1,8 Mio. EUR auf langfristige und weitere 11,8 Mio. EUR auf kurzfristige Schulden.

HAFTUNGSVERHÄLTNISSE, GEWÄHRLEISTUNGEN, EVENTUALVERBINDLICHKEITEN ODER ÄHNLICHES

Eine Ausübung von 20.000 virtuellen Aktienoptionen sind an ein Übernahmeangebot für die Aktien der YOC AG nach §§ 29, 35 WpÜG mit unbestimmter Laufzeit gekoppelt. Der Basispreis zum Zuteilungstag am 01. Oktober 2014 betrug 1,92 Euro. Diese virtuellen Aktienoptionen würden bei der vorzeitigen Beendigung oder des Auslaufens des Vorstandsdienstvertrages verfallen. Zum Stichtag wurden, wie im Vorjahr, hieraus keine resultierenden Verbindlichkeiten bilanziert.

Zusätzlich enthält der Dienstvertrag des Vorstands Dirk-Hilmar Kraus mit einer Laufzeit bis zum 31. März 2029 eine einmalige, erfolgsabhängige Vergütung unter der Bedingung eines Kontrollwechsels infolge eines Übernahmeangebots. Die je nach Börsenkurs zum Transaktionszeitpunkt gestaffelte erfolgsabhängige Vergütung beträgt maximal 1,5% des Transaktionsvolumens. Eine überwiegende Eintrittswahrscheinlichkeit ist in absehbarer Zukunft nicht gegeben, weshalb hieraus keine resultierenden Verbindlichkeiten bilanziert wurden. Die Eintrittswahrscheinlichkeit wird zum Bilanzstichtag als gering eingeschätzt.

Darüber hinaus liegen keine weiteren Haftungsverhältnisse, Gewährleistungen, Eventualverbindlichkeiten oder Ähnliches vor.

CASH-FLOW

Zum Bilanzstichtag beliefen sich die **liquiden Mittel** des YOC-Konzerns auf 0,9 Mio. EUR und und sanken saisonal bedingt um 3,2 Mio. EUR im Vergleich zum Jahresendbestand 2025 (31. Dezember 2025: 4,1 Mio. EUR).

Darüber hinaus verfügt die YOC AG über freie Kreditlinien in Höhe von insgesamt 1,5 Mio. EUR.

Der YOC-Konzern verfügt damit auch weiterhin über die finanziellen Voraussetzungen, um organisches Wachstum und gezielte Akquisition zu finanzieren.

OPERATIVER CASH-FLOW

Die Ermittlung des **operativen Cash-Flows** erfolgt nach der indirekten Methode. Ausgangspunkt für die Ermittlung ist das Konzernperiodenergebnis des laufenden Geschäftsjahres 2026 in Höhe von -0,6 Mio. EUR (H1/2025: -0,7 Mio. EUR).

In der Berichtsperiode 2026 betrug der operative Cash-Flow des YOC-Konzerns -1,5 Mio. EUR (H1/2025: -1,6 Mio. EUR).

Dieser resultierte, neben dem Konzernperiodenergebnis, aus der geschäftsbedingten Veränderung des Working Capital, gezahlten Steuern sowie zahlungsunwirksamen Aufwendungen und Erträgen.

Der operative Cashflow wurde neben dem Konzernperiodenergebnis maßgeblich durch Veränderungen im Working Capital beeinflusst.

INVESTITIONSTÄTIGKEITEN

Der **Mittelabfluss aus Investitionstätigkeiten** in Höhe von 1,3 Mio. EUR (H1/2025: 1,3 Mio. EUR) umfasst primär die Entwicklungskosten im Zusammenhang mit der Weiterentwicklung der Technologieplattform VIS.X® sowie der Erweiterung der Produktpalette an innovativen High-Impact Werbeformaten (Sonderformaten) des Unternehmens.

CASH-FLOW AUS FINANZIERUNGSTÄTIGKEITEN

Der **Cashflow aus Finanzierungstätigkeiten** betrug im ersten Halbjahr 2026 -0,3 Mio. EUR (H1/2025: -0,4 Mio. EUR).

Der Mittelabfluss resultierte überwiegend aus der Tilgung von Darlehens- und Leasing-verbindlichkeiten. Die Auszahlungen für Leasingverbindlichkeiten betreffen dabei insbesondere die Anmietung von Büroräumlichkeiten an unseren europäischen Standorten und werden nach den geltenden IFRS-Regelungen als Leasingauszahlungen ausgewiesen.

ZUSAMMENFASSENDE AUSSAGE ÜBER DIE ERTRAGS-, FINANZ-UND VERMÖGENSLAGE DES YOC-KONZERNS

Die Konzentration unserer Aktivitäten auf unsere Handelsplattform VIS.X®, die Erweiterung unseres Dienstleistungsangebots sowie die Entwicklung der VIS.X® KI-basierten Module zur Kampagnen- und Deal-Optimierung führten zu einem steigenden Geschäftsvolumen des YOC-Konzerns.

Im abgelaufenen ersten Halbjahr 2026 verzeichnete der Konzern ein **Umsatzwachstum** in Höhe von rund 4% auf 17,7 Mio. EUR (H1/2025: 17,1 Mio. EUR).

Das **operative Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)** belief sich auf Konzernebene auf 0,7 Mio. EUR (H1/2025: 0,5 Mio. EUR).

In der Berichtsperiode erhöhte sich darüber hinaus die **Anzahl der Mitarbeiter** sowie parallel zur Umsatzentwicklung das Volumen des durchschnittlichen **Auftragsbestandes**.

Die Markt- und Kundenbedingungen blieben weiterhin herausfordernd. Ursächlich hierfür waren unter anderem vertraglich vereinbarte höhere Beschaffungskosten sowie gestiegene Rückvergütungen an Mediaagenturen. Dennoch konnte die Rohertragsquote im ersten Halbjahr 2026 leicht auf 43,1 % verbessert werden. Die Rohertragsquote lag damit über den Werten der vorangegangenen Quartale (Q4/2025: 41,6 %, Q3/2025: 42,4 %, Q2/2025: 41,3 %).

Im Ergebnis resultiert ein **Konzernperiodenergebnis** in Höhe von -0,6 Mio. EUR (H1/2025: -0,7 Mio. EUR). In Konsequenz dieser Unternehmensentwicklung valutierte das **Konzerneigenkapital** zum 30. Juni 2026 bei 7,2 Mio. EUR (31. Dezember 2025: 7,8 Mio. EUR).

Zum Bilanzstichtag beliefen sich die **liquiden Mittel** des YOC-Konzerns auf 0,9 Mio. EUR und und sanken saisonal bedingt im Vergleich zum Jahresendbestand 2025 (31. Dezember 2025: 4,1 Mio. EUR). Darüber hinaus verfügt die YOC AG über freie Kreditlinien in Höhe von insgesamt 1,5 Mio. EUR.

Die Gesellschaft verfügt damit auch weiterhin über die finanziellen Voraussetzungen, um organisches Wachstum und gezielte Akquisition zu finanzieren.

Die **Bilanzsumme** sank saisonal bedingt auf 20,8 Mio. EUR (31. Dezember 2025: 23,6 Mio. EUR).

Aus Sicht des Vorstands der YOC AG war das laufende Geschäftsjahr 2026 bislang von herausfordernden Rahmenbedingungen geprägt. Positiv hervorzuheben ist, dass die strategische Weiterentwicklung der unternehmenseigenen Technologien konsequent vorangetrieben werden konnte.

Aus Sicht des Vorstands haben die anhaltende Marktvolatilität sowie die gestiegenen Kostenbelastungen dazu geführt, dass wesentliche finanzielle Zielgrößen, insbesondere **Umsatz, EBITDA, EBITDA-Marge, Periodenergebnis und Ergebnis je Aktie**, im ersten Halbjahr 2026 noch nicht vollständig erreicht werden konnten.

Der Vorstand sieht jedoch in den erzielten technologischen Fortschritten eine wichtige Grundlage für die zukünftige Geschäftsentwicklung.

PROGNOSEBERICHT DES YOC-KONZERNS

Die Internetnutzung ist im Alltag der Menschen vollumfänglich etabliert. Die vielfältigen Möglichkeiten sowie die Masse an online bereitgestellten Inhalten wirken sich auf den kontinuierlich steigenden täglichen Internetkonsum der Verbraucher aus. Um für diese Zielgruppe relevant zu bleiben, müssen sowohl Medienanbieter (Publisher) als auch Werbetreibende (Advertiser) attraktive Informations- und Unterhaltungsangebote bereitstellen.

Für Publisher bedeutet dies, ihre Nutzer mit Werbung nicht zu überfordern und ihnen idealerweise mit kreativen Formaten sogar einen Mehrwehrt zu bieten.

Für Advertiser bedeutet dies hingegen, ihre Zielgruppe genau zu kennen und sie kreativ anzusprechen. Vor diesem Hintergrund bekommt die Forderung nach kreativen und hochwirksamen Formaten eine kontinuierlich ansteigende Relevanz.

Rich Media-Formate, also solche, die die Einbindung vielfältiger Medien wie Video, Audio oder HTML5 erlauben, erzeugen höhere Interaktionsraten als Standard-Banner und führen deswegen zu einer höheren und positiveren Markenwahrnehmung.[4]

Seit einigen Jahren positioniert sich der YOC-Konzern mit seinen Dienstleistungen und Werbeformaten sowie deren vielfältigen Features in diesem Geschäftsfeld und erwartet durch die Bereitstellung interaktiver und wirksamkeitsstarker Werbeformate im programmatischen Umfeld, am Marktwachstum zu partizipieren.

Nach Einschätzung des YOC-Konzerns bietet der europäische Markt derzeit kaum beziehungsweise nur wenige angebotsseitige Plattformen, die die Nachfrage nach Digital Programmatic Advertising in Verbindung mit hochwirksamen Werbeprodukten bedienen können. Vorbehalte entstanden durch die Sorge vieler Werbetreibenden, ihre Werbeanzeigen könnten in negativ behafteten Umfeldern erscheinen.

Dies zeigt umso mehr die Relevanz sicherer Premium-Umfelder der Medienanbieter und vor allem ihrer Transparenz. Seit dem Launch der Technologieplattform VIS.X® im Jahr 2018 bietet YOC nicht nur sogenannte hochwirksame Werbeformate (High-Impact) an, sondern kann diese auch plattformbasiert über programmatische Vertriebswege anbieten, handeln und als Gesamtleistung ausliefern.

Durch die Anbindung von zahlreichen Publishern und deren Online-Werbeflächen on Demand, wodurch der Erwerb von Ausspielungsrechten durch YOC in Echtzeit möglich ist, deckt der YOC-Konzern zudem die Forderung nach Markensicherheit (Brand Safety), also nach sicheren Werbeumfeldern, ab und wird dadurch zukünftig am weiteren Ausbau des programmatischen Handels von Werbedienstleistungen in Europa partizipieren.

Das Augenmerk des Vorstands liegt auf der kontinuierlichen Steigerung des programmatischen Plattformgeschäfts und damit auf der Umsetzung der definierten Unternehmensstrategie.

[4] Gemäß Studie Nielsen/YOC: The effectiveness of high-impact ad formats, [Online] https://insights.yoc.com/nielsen-brandawareness (*Lageberichtsfremde Angabe, ungeprüft*)

Mit der Technologieplattform VIS.X® erlangt die Gesellschaft durch den programmatischen Handel der eigenentwickelten Werbedienstleistungen und -formate einen nachhaltigen Wettbewerbsvorteil sowie Unabhängigkeit von Drittanbietern.

Nach einem Umsatzwachstum von jeweils nahe oder über 15% in den zurückliegenden Geschäftsjahren 2021 bis 2024 sowie einem Umsatzzuwachs in Höhe von 6% im Geschäftsjahr 2025 wird für das Geschäftsjahr 2026 wieder eine deutlich erhöhte Wachstumsdynamik erwartet.

Im Vergleich zum Vorjahr sollte sowohl der Umsatz als auch das operative Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) deutlich gesteigert werden können.

Für das Jahr 2026 wird in der Europäischen Union aktuell von einem moderaten Realwachstum des Bruttoinlandsprodukts (BIP) in Höhe von rund 1,1% ausgegangen.[5]

Für Deutschland rechnen die maßgeblichen deutschen Forschungsinstitute sowie die Bundesregierung vor dem Hintergrund anhaltender geopolitischer und konjunktureller Unsicherheiten lediglich mit einer verhaltenen Entwicklung der Wirtschaftsleistung und prognostizieren für 2026 ein Wachstum von rund 0,5%.[6]

Da der YOC-Konzern etwas mehr als die Hälfte seiner Umsatzerlöse in Deutschland generiert, bleibt das makroökonomische Umfeld somit teilweise schwierig. Trotzdem ist weiterhin von einer anhaltenden Verschiebung zu digitalen Werbeausgaben auszugehen.

In diesem Kontext steigerte sich die Nachfrage nach High-Impact Werbeformaten in den Vorjahren – dieser Trend sollte sich nach Einschätzung des Vorstands des YOC-Konzerns auch im laufenden Geschäftsjahr 2026 fortsetzen. Es wird erwartet, dass sich das Geschäftsmodell resilient gegenüber der allgemeinen gesamtwirtschaftlichen Entwicklung zeigt.

Insgesamt rechnet der YOC-Konzern mit steigenden **Umsatzerlösen** auf 39,0 Mio. EUR bis 41,0 Mio. EUR bei unterproportional ansteigenden Aufwendungen.

Parallel dazu sollte der **durchschnittliche Auftragsbestand** – definiert als das über das Geschäftsjahr gemittelte Volumen bereits vertraglich zugesagter, jedoch noch nicht realisierter Kundenaufträge – im Geschäftsjahr 2026 ebenfalls zunehmen. Die Ermittlung erfolgt auf Basis des unternehmensweiten CRM-Systems, das als zentrales Steuerungstool dient und in dem sämtliche bestätigten Kundenaufträge sowie deren geplante Auslieferungszeitpunkte fortlaufend erfasst und aktualisiert werden.

Der YOC-Konzern geht im Zuge des Weiteren Umsatz- und Unternehmenswachstums von einer leicht steigenden **Mitarbeiteranzahl** im Jahresverlauf des Geschäftsjahres 2026 aus.

Die **Rohertragsquote** des YOC-Konzerns wird voraussichtlich aufgrund weiterer Investitionen in die selbst erstellte Software und Plattformen auf ein Niveau in Höhe von 43% bis 46% ansteigen.

Die weitere Zunahme der Rohertragsquote stellt einen wichtigen Baustein zur Skalierung und damit zur positiven Unternehmensentwicklung dar.

[5] Internationaler Währungsfonds (IWF): Regional Economic Outlook for Europe, April 2026.
[6] Bundesregierung: Frühjahrsprojektion 2026, vorgestellt am 22. April 2026.

Auf Basis dieser Umsatz- und Rohertragsprognose rechnet der Vorstand für das Geschäftsjahr 2026 mit einer Steigerung des **operativen Ergebnisses vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)** auf 3,0 Mio. EUR bis 4,5 Mio. EUR.

In Konsequenz dessen sollte das **Konzernperiodenergebnis** für das Geschäftsjahr 2026 ein Niveau in Höhe von 0,0 Mio. EUR bis 1,5 Mio. EUR erreichen.

Auf Basis der aktuellen Planung geht der Vorstand davon aus, dass die **Eigenkapitalquote** im Wesentlichen auf dem Niveau des Berichtsjahres 2025 verbleiben wird.

Der YOC-Konzern verfügt über freie Kreditlinien in Höhe von insgesamt 1,5 Mio. EUR. Der YOC-Konzern verfügt damit weiterhin über die finanziellen Voraussetzungen, um organisches Wachstum und gezielte Akquisition zu finanzieren.

Prognosen sind naturgemäß mit Risiken und Unsicherheiten verbunden. Sollten sich eine oder mehrere der zugrunde liegenden Annahmen als nicht zutreffend erweisen, können die tatsächlichen Entwicklungen von den prognostizierten Ergebnissen abweichen.

Die Geschäftstätigkeit des YOC Konzerns wird – trotz des primären Fokus auf den europäischen Markt – weiterhin durch globale wirtschaftliche und geopolitische Rahmenbedingungen beeinflusst. Anhaltende geopolitische Spannungen, darunter bewaffnete Konflikte, wirtschaftspolitische Rivalitäten zwischen führenden Volkswirtschaften sowie politische Unsicherheiten in verschiedenen Regionen, führen zu erhöhten Volatilitäten und erschweren belastbare Einschätzungen zur künftigen Markt- und Wachstumsentwicklung.

Vor dem Hintergrund der jüngsten Eskalation der geopolitischen Lage im Nahen Osten hat der Konzern derzeit mögliche Auswirkungen auf die eigene Geschäftstätigkeit analysiert.

Nach aktuellem Kenntnisstand ist davon auszugehen, dass die direkten Effekte aufgrund der geografischen Ausrichtung auf den europäischen Markt begrenzt bleiben. Indirekte Auswirkungen – etwa auf das gesamtwirtschaftliche Umfeld oder auf Marktteilnehmer entlang der Wertschöpfungskette – sind jedoch nicht auszuschließen.

Der YOC Konzern verfolgt die weiteren Entwicklungen fortlaufend und bewertet potenzielle Risiken sowie erforderliche Maßnahmen kontinuierlich.

CHANCEN- UND RISIKOBERICHT

GRUNDSÄTZE DES CHANCEN- UND RISIKOMANAGEMENTS

Zur Erreichung seiner Ziele nutzt der YOC-Konzern ein ganzheitliches und systematisches Chancen- und Risikomanagement, welches für alle berichtspflichtigen Segmente gleichermaßen gültig ist. 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.

Der YOC-Konzern verwendet verschiedene finanzielle Kennzahlen zur Unternehmenssteuerung.

Zentrale Kriterien zur Beurteilung der Wertentwicklung des operativen Geschäfts sind unter anderem die Steigerung der Umsatzerlöse, die Rohertragsquote sowie das operative Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA).

Neben diesen zentralen finanziellen Kennzahlen misst der Vorstand auch zentrale nichtfinanzielle Einflussgrößen zur Steuerung des YOC-Konzerns.

Im Vordergrund stehen unter anderem die Entwicklung des Auftragseingangs beziehungsweise Auftragsbestands sowie die Entwicklung der Mitarbeiteranzahl. Dadurch sollen Risiken und Chancen frühzeitig erkannt und bewertet werden.

Der Vorstand überwacht die Umsetzung von Maßnahmen zum Risikocontrolling 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.

Für die Einschätzung von Chancen und Risiken gilt grundsätzlich ein kurzer bis mittelfristiger Zeitraum von bis zu 18 Monaten.

CHANCENMANAGEMENT

Auf Grundlage unseres leistungsfähigen Produktportfolios, unseres technologischen Know-hows sowie unserer kontinuierlichen Innovationskraft ist der YOC-Konzern in der Lage, die sich aus dem operativen Geschäft ergebenden Chancen zu nutzen und den im Folgenden dargestellten Risiken angemessen zu begegnen.

Der Vorstand geht davon aus, dass die bestehenden strategischen und technologischen Initiativen eine nachhaltige Stärkung der Wettbewerbsposition ermöglichen.

Der YOC-Konzern verfügt über ein breites Spektrum an Chancen, die sich aus der aktuellen Markt- und Branchenentwicklung ergeben.

In den etablierten Kernmärkten bestehen weiterhin substanzielle Wachstumspotenziale, die sowohl durch eine anhaltend positive Nachfrageentwicklung als auch durch die Erschließung zusätzlicher Kundensegmente unterstützt werden.

Darüber hinaus ergeben sich in ausgewählten internationalen Märkten weitere Expansionsmöglichkeiten, die durch zunehmende Marktdurchdringung und eine positive wirtschaftliche Dynamik begünstigt werden.

Zusätzliche Chancen resultieren aus der Zusammenarbeit mit externen Technologiepartnern.

Strategische Kooperationen können die Weiterentwicklung unserer Produkte und Lösungen beschleunigen und damit einen Beitrag zur Stärkung der technologischen Leistungsfähigkeit des Konzerns leisten.

Interne Chancen ergeben sich insbesondere aus der fortlaufenden Optimierung der Organisations- und Prozessstrukturen. Effizienzsteigerungen durch Digitalisierung, Automatisierung und agile Arbeitsmethoden können die Kostenbasis nachhaltig verbessern.

Gleichzeitig trägt die gezielte Weiterentwicklung und Bindung qualifizierter Mitarbeitender wesentlich zur Innovationskraft und zur Fähigkeit des Konzerns bei, flexibel auf Marktveränderungen zu reagieren.

Weitere wesentliche Chancen ergeben sich aus der kontinuierlichen Weiterentwicklung der proprietären Technologien des YOC-Konzerns. Diese ermöglicht sowohl eine Verbesserung der Rohertragsquote als auch die Erschließung zusätzlicher Absatzkanäle.

Beide Faktoren können langfristig zu einer weiteren Steigerung der Profitabilität in allen berichtspflichtigen Segmenten beitragen.

RISIKOBEWERTUNG UND -MANAGEMENT

Alle weiteren Angaben zu den unternehmens- sowie branchenspezifischen und finanzwirtschaftlichen Risiken des YOC-Konzerns sowie deren Management erfolgen ausführlich im Risikobericht des Konzernlageberichts zum Geschäftsjahr 2025, welcher Bestandteil der Prüfung durch den Jahres- und Konzernabschlussprüfer ist.

Die Risikoeinschätzung des YOC-Konzerns hat sich seit dem Geschäftsbericht zum Geschäftsjahr 2025 nicht wesentlich verändert.

04 KONZERNABSCHLUSS

KONZERNGESAMTERGEBNISRECHNUNG	46
KONZERNBILANZ	478
KONZERNKAPITALFLUSSRECHNUNG	49
ENTWICKLUNG DES KONZERNEIGENKAPITALS	50
AUSGEWÄHLTE ERLÄUTERNDE ANGABEN ZUM KONZERNZWISCHENABSCHLUSS	51
VERSICHERUNG DER GESETZLICHEN VERTRETER	65

YOC Universal Display Solution
Austria

KONZERNGESAMTERGEBNISRECHNUNG

Alle Angaben in EUR.

KONZERNGEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG	Q2/2026	Q2/2025
Umsatzerlöse	9.682.024	9.777.956
Aktivierte Eigenleistungen	298.042	278.874
Sonstige betriebliche Erträge	32.689	142.322
Gesamtleistung	**10.012.755**	**10.199.152**
Materialaufwand	5.520.971	5.742.026
Personalaufwand	2.866.053	2.718.452
Sonstige betriebliche Aufwendungen davon 2.800 aus Wertberichtigung von Forderungen (Q2/2025: 2.500)	1.097.529	1.320.041
Operatives Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)	**528.202**	**418.633**
Abschreibungen	558.742	548.145
Operatives Ergebnis	**-30.540**	**-129.512**
Finanzerträge	30	40
Finanzaufwendungen	38.662	38.260
Finanzergebnis	**-38.632**	**-38.220**
Ergebnis vor Steuern	**-69.172**	**-167.732**
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	89.216	87.772
Latenter Steueraufwand/ Steuertrag	4.976	4.976
Ergebnis nach Steuern	**-153.412**	**-249.528**
KONZERNPERIODENERGEBNIS	**-153.412**	**-249.528**

ERGEBNIS JE AKTIE	Q2/2026	Q2/2025
Ergebnis je Aktie unverwässert	**-0,04**	**-0,07**
Ergebnis je Aktie verwässert	**-0,04**	**-0,07**

KONZERNGESAMTERGEBNISRECHNUNG	Q2/2026	Q2/2025
Ergebnis nach Steuern	**-153.412**	**-249.528**
Effekte, die künftig in die Gewinn- und Verlustrechnung reklassifiziert werden können:		
Versicherungsmathematische Gewinne / Verluste aus Pensionen	-3.977	0
Unrealisierte Ergebnisse aus der Währungsumrechnung	24.069	3.717
Sonstiges Ergebnis	**20.092**	**3.717**
KONZERNGESAMTERGEBNIS	**-133.320**	**-245.811**

KONZERNGESAMTERGEBNISRECHNUNG

Alle Angaben in EUR.

KONZERNGEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG	H1/2026	H1/2025
Umsatzerlöse	17.687.501	17.077.334
Aktivierte Eigenleistungen	600.038	541.639
Sonstige betriebliche Erträge	223.602	242.340
Gesamtleistung	**18.511.141**	**17.861.313**
Materialaufwand	10.065.940	9.767.122
Personalaufwand	5.613.443	5.295.161
Sonstige betriebliche Aufwendungen davon 2.800 aus Wertberichtigung von Forderungen (H1/2025: 2.660)	2.129.388	2.260.522
Operatives Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)	**702.370**	**538.508**
Abschreibungen	1.102.078	1.006.729
Operatives Ergebnis	**-399.708**	**-468.221**
Finanzerträge	69	2
Finanzaufwendungen	71.511	85.850
Finanzergebnis	**-71.442**	**-85.848**
Ergebnis vor Steuern	**-471.150**	**-554.069**
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	140.257	147.992
Latenter Steueraufwand/ Steuertrag	9.952	9.952
Ergebnis nach Steuern	**-601.455**	**-692.109**
KONZERNPERIODENERGEBNIS	**-601.455**	**-692.109**

ERGEBNIS JE AKTIE	H1/2026	H1/2025
Ergebnis je Aktie unverwässert	**-0,17**	**-0,20**
Ergebnis je Aktie verwässert	**-0,17**	**-0,20**

KONZERNGESAMTERGEBNISRECHNUNG	H1/2026	H1/2025
Ergebnis nach Steuern	**-601.455**	**-692.109**
Effekte, die künftig in die Gewinn- und Verlustrechnung reklassifiziert werden können:		
Versicherungsmathematische Gewinne / Verluste aus Pensionen	-7.953	0
Unrealisierte Ergebnisse aus der Währungsumrechnung	-12.205	-10.037
Sonstiges Ergebnis	**-20.158**	**-10.037**
KONZERNGESAMTERGEBNIS	**-621.613**	**-702.146**

KONZERNBILANZ

Alle Angaben in EUR.

AKTIVA	30.06.2026	31.12.2025
Langfristige Vermögenswerte	**11.716.898**	**11.361.126**
Sachanlagen	350.060	377.826
Geschäfts- oder Firmenwert	1.623.898	1.623.898
Immaterielle Vermögenswerte	6.213.773	5.680.708
Nutzungsrechte aus Leasing	1.804.600	1.961.125
Aktive latente Steuern	1.724.567	1.717.569
Kurzfristige Vermögenswerte	**9.125.357**	**12.226.755**
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	7.772.608	7.719.229
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	433.543	397.051
Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten	919.206	4.110.475
SUMME VERMÖGENSWERTE	**20.842.255**	**23.587.881**

PASSIVA	30.06.2026	31.12.2025
Eigenkapital	**7.197.431**	**7.819.044**
Gezeichnetes Kapital	3.476.478	3.476.478
Kapitalrücklage	22.053.357	22.053.357
Kumulierte Verluste	-18.255.369	-17.645.961
Unterschiedsbetrag aus Währungsumrechnungen	-77.035	-64.830
Langfristige Schulden	**1.762.645**	**1.930.934**
Rückstellungen	92.081	92.298
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	15.631	34.875
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	94.949	94.949
Verbindlichkeiten aus Leasing	1.522.462	1.679.242
Pensionsrückstellungen	37.522	29.570
Kurzfristige Schulden	**11.882.179**	**13.837.903**
Vertragsverbindlichkeiten	28.336	231.107
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	4.131.968	4.695.146
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	37.316	37.316
Sonstige Verbindlichkeiten	1.114.572	1.351.178
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	3.269.104	6.752.591
Verbindlichkeiten aus Leasing	443.936	433.575
Verbindlichkeiten aus laufenden Steuern	496.822	336.990
Rückstellungen	2.360.125	0
SUMME EIGENKAPITAL UND SCHULDEN	**20.842.255**	**23.587.881**

KONZERNKAPITALFLUSSRECHNUNG

Alle Angaben in EUR.

KONZERNKAPITALFLUSSRECHNUNG	H1/2026	H1/2025
Konzernperiodenergebnis	**-601.455**	**-692.109**
Abschreibungen	1.102.078	1.006.729
Erfolgswirksam erfasste Steuern	140.257	147.991
Latenter Steueraufwand/ Steuertrag	-9.952	-9.952
Erfolgswirksam erfasste Zinsen	71.442	85.848
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge[7]	-16.847	-364.333
Veränderungen Forderungen und sonstiger Aktiva[8]	-89.872	988.884
Veränderungen Verbindlichkeiten und sonstiger Passiva[9]	-4.306.320	-4.720.790
Veränderungen Rückstellungen[10]	2.367.860	2.056.508
Erhaltene Zinsen	69	2
Gezahlte Zinsen	-19.653	-25.368
Gezahlte Zinsen aus Leasing	-51.858	-60.483
Gezahlte Steuern	-105.567	-437
Operativer Cash-Flow	**-1.519.818**	**-1.587.510**
Investitionen in Sachanlagen	-41.145	-96.726
Investitionen in immaterielle Vermögenswerte	-136.002	-67.737
Auszahlungen für Entwicklungskosten	-1.168.560	-1.103.393
Veräußerungen von Sachanlagen	487	647
Cash-Flow aus Investitionstätigkeiten	**-1.345.220**	**-1.267.209**
Tilgung von Leasingverbindlichkeiten	-306.987	-172.864
Darlehensrückzahlungen	-19.244	-118.983
Inanspruchnahme Betriebsmittellinie	1.400.764	1.226.570
Rückführung Betriebsmittellinie	-1.400.764	-1.343.750
Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeiten	**-326.231**	**-409.027**
Nettozunahme/-abnahme	-3.187.649	-3.273.516
Wechselkurseffekte auf Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-3.620	9.770
Gesamtveränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	**-3.191.269**	**-3.263.746**
FINANZMITTELFONDS ZU BEGINN DER BERICHTSPERIODE	**4.110.475**	**3.973.839**
FINANZMITTELFONDS ZUM ENDE DER BERICHTSPERIODE	**919.206**	**710.094**

[7] Aufwendungen, (+) Erträge (-)

[8] Erhöhung (-), Verminderung (+)

[9] Erhöhung (+), Verminderung (-)

[10] Erhöhung (+), Verminderung (-)

ENTWICKLUNG DES KONZERNEIGENKAPITALS

Alle Angaben in EUR.

ENTWICKLUNG DES KONZERN-EIGENKAPITALS	GEZEICH-NETES KAPITAL	KAPITAL-RÜCKLAGE	KUMLIERTE VERLUSTE	UNTER-SCHIEDS-BETRAG AUS WÄRUNGS-UMRECH-NUNGEN	GESAMT
Per 01.01.2025	**3.476.478**	**22.053.357**	**-17.205.866**	**-26.620**	**8.297.350**
Ergebnis nach Steuern	0	0	-692.109	0	-692.109
Unterschiedsbetrag aus Währungsumrechnungen	0	0	0	-10.037	-10.037
Gesamtergebnis	**0**	**0**	**-692.109**	**-10.037**	**-702.146**
PER 30.06.2025	**3.476.478**	**22.053.357**	**-17.897.975**	**-36.657**	**7.595.204**

ENTWICKLUNG DES KONZERN-EIGENKAPITALS	GEZEICH-NETES KAPITAL	KAPITAL-RÜCKLAGE	KUMLIERTE VERLUSTE	UNTER-SCHIEDS-BETRAG AUS WÄHRUNGS-UMRECH-NUNGEN	GESAMT
Per 01.01.2026	**3.476.478**	**22.053.357**	**-17.645.961**	**-64.830**	**7.819.044**
Ergebnis nach Steuern	0	0	-601.455	0	-601.455
Versicherungsmathematische Gewinne/ Verluste aus Pensionen	0	0	-7.953	0	-7.953
Unterschiedsbetrag aus Währungsumrechnungen	0	0	0	-12.205	-12.205
Gesamtergebnis	**0**	**0**	**-609.408**	**-12.205**	**-621.613**
PER 30.06.2026	**3.476.478**	**22.053.357**	**-18.255.369**	**-77.035**	**7.197.431**

Es bestehen keine Anteile nicht beherrschender Gesellschafter.

AUSGEWÄHLTE ERLÄUTERNDE ANGABEN ZUM KONZERNZWISCHENABSCHLUSS

1. ALLGEMEINE INFORMATIONEN ZUM UNTERNEHMEN UND GRUNDLAGEN DER ABSCHLUSSERSTELLUNG

1.1 INFORMATIONEN ZUM UNTERNEHMEN

Die YOC AG ist ein in Berlin, Greifswalder Str. 212, Deutschland, ansässiges Unternehmen, das als Anbieter für Technologien und Software für den digitalen Werbemarkt international tätig ist.

Mit Hilfe der programmatischen Handelsplattform VIS.X® wird ein optimiertes Werbeerlebnis für Werbetreibende, Publisher und Nutzer des Internets sowie mobiler Applikationen ermöglicht.

Der Hauptsitz des Unternehmens befindet sich in Berlin. Weitere Niederlassungen betreibt das Unternehmen in Düsseldorf, Hamburg, Helsinki, Stockholm, Wien, Warschau und Zürich.

Die YOC AG ist unter der Kennnummer WKN: 593273 / ISIN: DE 0005932735 im Prime Standard der Frankfurter Wertpapierbörse gelistet. Die Gesellschaft ist im Handelsregister beim Amtsgericht Charlottenburg (HRB 77285) eingetragen.

Der Konzernzwischenabschluss vermittelt ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage.

Die im Geschäftsbericht 2025 hinsichtlich Geschäftstätigkeit und Strategie des YOC-Konzern getroffenen Aussagen sind zum Zeitpunkt der Aufstellung dieses Zwischenberichts im Wesentlichen nach wie vor zutreffend.

1.2 GRUNDLAGEN DER ABSCHLUSSERSTELLUNG

Der Finanzbericht der YOC AG zum 30. Juni 2026 erfüllt die Anforderungen des Wertpapierhandelsgesetzes.

Die Aufstellung des Konzernzwischenabschlusses erfolgte in Übereinstimmung mit den Vorschriften des IAS 34 in verkürzter Form und in Anwendung von § 315a HGB gemäß den Vorschriften der am Abschlussstichtag gültigen und von der Europäischen Union (EU) anerkannten International Financial Reporting Standards (IFRS) des International Accounting Standards Board (IASB) sowie den vom IASB gebilligten Interpretationen des IFRS Interpretations Committee (IFRIC).

Der verkürzte und ungeprüfte Konzernzwischenabschluss der YOC AG enthält nicht alle erforderlichen Angaben und Informationen, wie sie im Rahmen eines vollständigen Konzernabschlusses zum Geschäftsjahr präsentiert werden.

Es empfiehlt sich daher, den Zwischenbericht zusammen mit dem Konzernabschluss zum Geschäftsjahr 2025 zu lesen.

Der YOC-Konzern hat alle zum Bilanzstichtag verpflichtend anzuwendenden Rechnungslegungsnormen umgesetzt. Bezüglich der Anwendung neuer beziehungsweise geänderter Standards und Interpretationen wird auf den Abschnitt „Neue Rechnungslegungsvorschriften“ verwiesen.

Den Abschlüssen der in den Konzern einbezogenen Unternehmen liegen einheitliche Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden nach IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, zugrunde.

Die Aufstellung des Konzernabschlusses erfolgt auf Basis des Anschaffungskostenprinzips, mit Ausnahme der erfolgswirksamen oder erfolgsneutralen Bewertung zum beizulegenden Zeitwert von finanziellen Vermögenswerten und finanziellen Verbindlichkeiten (inklusive derivativer Finanzinstrumente).

Beim Bilanzausweis wird zwischen kurz- und langfristigen Vermögenswerten und Schulden unterschieden. Die Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung ist nach dem Gesamtkostenverfahren gegliedert.

Die im laufenden Geschäftsjahr 2026 angewandten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden entsprechen grundsätzlich den im Vorjahr angewandten Methoden.

Der Konzernabschluss wird in Euro aufgestellt, welcher die Berichtswährung ist. Die Zahlenangaben erfolgen, soweit nicht anders vermerkt, grundsätzlich in Tausend Euro (TEUR).

Die dargestellten Tabellen und Angaben können rundungsbedingte Differenzen enthalten.

1.3 NEUE RECHNUNGSLEGUNGSVORSCHRIFTEN

Standards, Interpretationen und Änderungen, die im laufenden Geschäftsjahr 2026 erstmals verbindlich anzuwenden waren

Zuzüglich der bisherigen Standards wurden alle von der EU übernommenen und ab dem 01. Januar 2026 für den YOC-Konzern verpflichtend anzuwendenden Rechnungslegungsnormen umgesetzt.

Diese hatten keine wesentliche Auswirkung auf den Konzernabschluss der YOC AG.

STANDARD	ÄNDERUNGEN / INTERPRETATIONEN[11]	ZEITPUNKT DES INKRAFT-TRETENS	ERWARTETE AUSWIRKUNGEN
IFRS 7 **IFRS 9**	Änderungen an IFRS 9 und IFRS 7, Klassifizierung und Bewertung von Finanzinstrumenten	01. Januar 2026	unwesentlich
IFRS 9 **IFRS 7**	Änderungen an IFRS 9 und IFRS 7, Verträge über naturabhängige Stromversorgung	01. Januar 2026	keine
IFRS 1 **IFRS 7** **IFRS 9** **IFRS 10** **IAS 7**	Jährliche Verbesserungen der IFRS (Band 11)	01. Januar 2026	unwesentlich

[11] EFRAG EU Endorsement Status Report (Stand: 19. Juni 2026)

Standards, Interpretationen und Änderungen, die in zukünftigen Berichtsperioden verbindlich anzuwenden sind (veröffentlichte, noch nicht verpflichtend anzuwendende Standards)

Der IASB hat nachfolgend aufgelistete Änderungen von Standards und Interpretationen veröffentlicht, die erst in späteren Berichtsperioden in Kraft treten. Der Vorstand der YOC AG geht davon aus, dass die aufgeführten Standards und Interpretationen bei Vorliegen entsprechender Anwendungsfälle in dem Konzernabschluss des Geschäftsjahres angewendet werden, in dem sie verpflichtend anzuwenden sind.

STANDARD	ÄNDERUNGEN / INTERPRETATIONEN[12]	ZEITPUNKT DES INKRAFT-TRETENS	ERWARTETE AUSWIRKUNGEN
IFRS 18	Darstellung und Angaben im Abschluss	01. Januar 2027	in Prüfung

IFRS 18 ersetzt den bisherigen Standard IAS 1 Darstellung des Abschlusses. Der YOC-Konzern ermittelt derzeit noch die genauen Auswirkungen, welche die Änderungen auf die primären Abschlussbestandteile und den Anhang haben werden. Daher lässt sich derzeit noch keine quantitative Aussage hinsichtlich möglicher Effekte auf den Konzernabschluss des YOC-Konzerns treffen.

Bezüglich der weiteren neuen oder geänderten Standards werden keine wesentlichen Auswirkungen auf die Darstellung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage aufgrund der Anwendung dieser Standards erwartet.

Neue Rechnungslegungsvorschriften, bei denen die Anerkennung durch die EU noch aussteht (Endorsement-Verfahren)

Der IASB und das IFRIC haben im Geschäftsjahr 2026 sowie in den Vorjahren weitere Standards, Änderungen zu Standards und Interpretationen veröffentlicht, die für das Geschäftsjahr 2026 noch nicht verpflichtend anzuwenden sind. Die Anwendung dieser IFRS setzt die noch ausstehende Anerkennung durch die EU voraus.

STANDARD	ÄNDERUNGEN / INTERPRETATIONEN[26]	ZEITPUNKT DES INKRAFT-TRETENS	ERWARTETE AUSWIRKUNGEN
IFRS 19	Tochterunternehmen ohne öffentliche Rechenschaftspflicht	01. Januar 2027	in Prüfung
IFRS 19	Änderungen an IFRS 19, Tochterunternehmen ohne öffentliche Rechenschaftspflicht: Angaben	01. Januar 2027	in Prüfung
IAS 21	Änderungen an IAS 21, Auswirkungen von Wechselkursänderungen: Umstellung auf eine Währung für die Darstellung in Hyperinflationsländern	01. Januar 2027	in Prüfung
IFRS 20	Regulatorische Vermögenswerte und regulatorische Verbindlichkeiten	01. Januar 2029	in Prüfung

[12] EFRAG EU Endorsement Status Report (Stand: 19. Juni 2026)

1.4 GRUNDSÄTZE DER KONSOLIDIERUNG

Die YOC AG fungiert als Konzernobergesellschaft, die unmittelbar zu 100% an sämtlichen Tochterunternehmen des YOC-Konzerns beteiligt ist.

Tochterunternehmen werden ab dem Zeitpunkt des Kontrollübergangs nach der Erwerbsmethode vollkonsolidiert und ab dem Zeitpunkt des Kontrollverlusts entkonsolidiert.

Die Kapitalkonsolidierung erfolgt durch Verrechnung der Beteiligungsbuchwerte mit dem anteiligen Eigenkapital der Tochterunternehmen.

Die Erstkonsolidierung erfolgt gemäß IFRS 3 nach der Erwerbsmethode durch Verrechnung der Anschaffungskosten mit den beizulegenden Zeitwerten der erworbenen identifizierbaren Vermögenswerte sowie der übernommenen Schulden und Eventualschulden zum Erwerbszeitpunkt.

Soweit die Anschaffungskosten der Beteiligung das anteilig erworbene neu bewertete Eigenkapital übersteigen, entsteht ein Geschäfts- oder Firmenwert.

Konzerninterne Transaktionen werden eliminiert. Forderungen und Verbindlichkeiten zwischen den konsolidierten Gesellschaften werden gegeneinander aufgerechnet. Konzerninterne Erträge mit den korrespondierenden Aufwendungen verrechnet.

1.5 KONSOLIDIERUNGSKREIS

Der Konsolidierungskreis des YOC-Konzerns umfasst unverändert im Vergleich zum Vorjahr insgesamt acht Gesellschaften:

VOLLKONSOLIDIERTE GESELLSCHAFTEN	ANTEIL IN %	GEHALTEN ÜBER NUMMER
1. YOC AG Berlin, Deutschland	-	-
2. YOC Germany GmbH Berlin, Deutschland	100%	1
3. YOC Central Eastern Europe GmbH Wien, Österreich	100%	1
4. YOC Poland Sp. Z o.o. Warschau, Polen	100%	1
5. YOC Switzerland AG Zürich, Schweiz	100%	1
6. YOC Finland Oy Helsinki, Finnland	100%	1
7. Vau Family Oy Helsinki, Finnland	100%	6
8. YOC Sweden AB Stockholm, Schweden	100%	1

2. ERLÄUTERUNGEN ZU WESENTLCHEN ENTWICKLUNGEN DER KONZERNGESAMTERGEBNISRECHNUNG

2.1 EBITDA

Das **operative Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)** belief sich in der Berichtsperiode auf 702 TEUR (H1/2025: 539 TEUR).

2.2 ERGEBNIS NACH STEUERN

Der YOC-Konzern verzeichnete planmäßige Abschreibungen in Höhe von insgesamt 1.102 TEUR (H1/2025: 1.007 TEUR). Der Anstieg ist im Wesentlichen auf die Zunahme planmäßiger Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte zurückzuführen. Das Finanzergebnis betrug -71 TEUR (H1/2025: -86 TEUR). Die Steuern vom Einkommen und Ertrag summierten sich auf 130 TEUR (H1/2025: 138 TEUR).

Das **Ergebnis nach Steuern** beträgt somit -601 TEUR (H1/2025: -692 TEUR).

2.3 KONZERNPERIODENERGEBNIS DES YOC-KONZERNS

Das Halbjahr 2026 beendet der YOC-Konzern in Summe der dargestellten Effekte mit einem **Konzernperiodenergebnis** in Höhe von -601 TEUR (H1/2025: -692 TEUR).

2.4 ERGEBNIS JE AKTIE

Das **Grundkapital** des YOC-Konzerns sowie die Gesamtzahl der **Stimmrechte** der YOC AG betrugen zum Stichtag unverändert 3.476.478 Aktien beziehungsweise Stimmrechte.

Bei der Berechnung des **Ergebnisses je Aktie** wird das den Inhabern von Stammaktien der YOC AG zuzurechnende Ergebnis durch die gewichtete durchschnittliche Anzahl der ausgegebenen Aktien im Geschäftsjahr 2026 geteilt.

Die unverwässerte durchschnittliche Anzahl der ausgegebenen Aktien betrug 3.476.478 (verwässert: 3.476.478).

2.5 SEGMENTBERICHTERSTATTUNG

Die Segmentberichterstattung erfolgt auf Grundlage der Managementstruktur auf Einzelgesellschaftsebene beziehungsweise Länderebene sowie des entsprechenden internen Management Reportings.

Der Vorstand bewertet die Ertragskraft der einzelnen Geschäftssegmente auf Basis der Kennzahl des operativen Ergebnisses vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA).

Entsprechend des Management Reportings gliedert sich der YOC-Konzern neben den **Corporate Functions** in die einzelnen regionalen operativen Segmente, welche in die folgenden berichtspflichtigen Geschäftssegmente zusammengefasst werden:

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

Nach IFRS 8.11 in Verbindung mit IFRS 8.13(a) handelt es sich bei dem operativen Segment Österreich und Polen um ein grundsätzlich eigenständiges, berichtspflichtiges Segment.

Unter Anwendung von IFRS 8.12 wird das Segment Österreich mit anderen operativen Segmenten zum berichtspflichtigen Segment „International“ zusammengefasst.

Zur Bildung der vorstehenden berichtspflichtigen Geschäftssegmente werden die Regionen (operativen Segmente) Österreich, Polen, Schweiz, Finnland sowie Schweden nach IFRS 8.12 im berichtspflichtigen Segment International zusammengefasst, da sie hinsichtlich ihrer Art der Produkte beziehungsweise Dienstleistungen, ihrer Art der Kunden, ihrer Art der Wertschöpfung beziehungsweise der Erstellung ihrer Dienstleistungen („Produktionsprozesse“), ihrer Strukturen und ihrer Vertriebsmethoden sowie hinsichtlich ihrer Erbringung von Dienstleistungen vergleichbar sind. Besondere regulatorische Rahmenbedingungen liegen in keinem der zusammengefassten operativen Segmente vor.

Die Regionen wurden zudem in einem berichtspflichtigen Segment zusammengefasst, da ihre wirtschaftlichen Merkmale vergleichbar sind, sie also eine ähnliche langfristige Ertragsentwicklung aufweisen, ähnliche langfristige durchschnittliche Bruttomargen erzielen und ähnliche langfristig erwartete Wachstumsraten aufweisen.

Umsatzerlöse werden auf Basis der von den Landesgesellschaften in den jeweiligen Ländern erbrachten Umsätze ermittelt.

Die Handelsplattform VIS.X® ermöglicht den programmatischen (automatisierten) Handel der Werbeprodukte des YOC-Konzerns und positioniert die Gesellschaft als hochwertigen Anbieter von Werbetechnologie (Ad Technology) in beiden operativen Segmenten gleichermaßen.

Die Umsatzerlöse der Segmente National und International resultieren aus der Erbringung von digitalen Werbedienstleistungen, die durch Werbetreibende (Kunden) über programmatische Einkaufsplattformen bezogen werden und mithilfe des Erwerbs von verfügbaren Werbeplätzen (Ausspielungsrechten) bei Publisher-Partnern über die Technologieplattform VIS.X® sowie weitere Technologieplattformen ausgeliefert beziehungsweise erbracht werden.

Innenumsätze zwischen den Segmenten sind überwiegend Verauslagungen. Innenumsätze innerhalb der jeweiligen Segmente werden entsprechend eliminiert.

Verrechnungspreise zwischen den Geschäftssegmenten werden anhand unter fremden Dritten marktüblicher Konditionen ermittelt.

Der Bereich Corporate Functions beinhaltet Erträge und Aufwendungen, die in der Muttergesellschaft anfallen und keinem Geschäftssegment direkt zuordenbar sind.

Der YOC-Konzern steigerte im laufenden Geschäftsjahr 2026 seine Umsatzerlöse auf Konzernebene auf 17.688 TEUR (H1/2025: 17.077 TEUR). Dabei entwickelte sich insbesondere das internationale Segment des YOC-Konzerns mit einem deutlichen Umsatzanstieg im Vergleich zum Vorjahreszeitraum anhaltend positiv.

Das operative Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) belief sich in der Berichtsperiode auf 702 TEUR (H1/2025: 539 TEUR).

Der Rohertrag beziehungsweise die Rohertragsquote entwickelte sich trotz anhaltend herausfordernder markt- und kundenseitiger Rahmenbedingungen positiv und lag leicht über dem Niveau des Vorjahreszeitraums.

Die Bezeichnung „Kunde“ folgt im Rahmen der Segmentberichterstattung dem internen Management Reporting, da die programmatischen Einkaufsplattformen („DSPs“), sofern einbezogen, den YOC-Konzern für seine erbrachten Dienstleistungen bezahlen.

Kunde im Sinne des IFRS 15 sind jedoch die Werbetreibenden beziehungsweise Werbeagenturen, die die entsprechenden programmatischen Einkaufsplattformen als Zahlungsaggregatoren nutzen.

Diese Kunden des YOC-Konzerns sind dem Segment National sowie dem Segment International zuzuordnen. Der YOC-Konzern hat im laufenden Geschäftsjahr 2026 mit keinem Kunden einen Umsatz erwirtschaftet, der mehr als 10% der gesamten Umsatzerlöse im YOC-Konzern ausmachen würde (H1/2025: zwei Kunden).

Im **nationalen Segment** summierte sich der externe **Umsatz** im abgelaufenen ersten Halbjahr 2026 auf 9.080 TEUR (H1/2025: 9.113 TEUR). In Konsequenz dessen resultiert ein **operatives Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)** in Höhe von 2.498 TEUR (H1/2025: 2.494 TEUR).

Die externen **Umsatzerlöse** der **internationalen Geschäftstätigkeiten** stiegen in der Berichtsperiode um 8% auf 8.607 TEUR (H1/2025: 7.964 TEUR) an. Das Segment erzielte im Berichtszeitraum ein **operatives Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)** in Höhe von 742 TEUR (H1/2025: 225 TEUR).

Zur Verdeutlichung der Umsatzerlösströme sind die Umsatzerlöse des YOC-Konzerns in der Segmentberichterstattung in Umsätze mit Direktkunden und programmatische Umsatzerlöse aufgeteilt.

Die programmatischen Umsatzerlöse resultieren aus dem programmatischen Handel zur Monetarisierung des internationalen Werbeinventars der Publisher-Partner über das Supply Side Plattform-Modul der Technologieplattform VIS.X® sowie im geringfügigen Umfang weiterer Technologieplattformen.

Die selbsterstellten immateriellen Vermögenswerte des YOC-Konzerns sind dem Segment **Corporate Functions** zuzuordnen.

Die folgende Tabelle zeigt die Ergebnisse der einzelnen Segmente. Als Ergebnisgröße wird dabei gemäß der internen Berichtsstruktur das operative Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) herangezogen:

SEGMENTBERICHT-ERSTATTUNG 01.01.2025 - 30.06.2025 (IN TEUR)	NATIONAL	INTER-NATIONAL	CORPORATE FUNCTIONS	KONSOLI-DIERUNG	GESAMT
Umsatz Direktkunden	4.631	6.256	0	0	**10.887**
Programmatischer Umsatz	4.482	1.708	0	0	**6.190**
Innenumsätze	357	37	0	-394	**0**
Gesamtumsatz	**9.470**	**8.001**	**0**	**-394**	**17.077**
Aktivierte Eigenleistungen	0	0	542	0	**542**
Sonstiger betrieblicher Ertrag	21	24	197	0	**242**
Gesamtleistung	**9.491**	**8.025**	**739**	**-394**	**17.861**
Materialaufwand	5.701	4.457	0	-391	**9.767**
Personalkosten	1.073	2.329	1.893	0	**5.295**
Sonstiger betrieblicher Aufwand	193	887	1.181	0	**2.261**
EBITDA	**2.524**	**352**	**-2.335**	**3**	**538**
Investitionstätigkeiten[13]	6	1	1.260	0	**1.267**
Forschungs- und Entwicklungskosten	0	0	748	0	**748**

SEGMENTBERICHT-ERSTATTUNG 01.01.2026 - 30.06.2026 (IN TEUR)	NATIONAL	INTER-NATIONAL	CORPORATE FUNCTIONS	KONSOLI-DIERUNG	GESAMT
Umsatz Direktkunden	5.857	6.999	0	0	**12.856**
Programmatischer Umsatz	3.223	1.608	0	0	**4.831**
Innenumsätze	508	28	0	-536	**0**
Gesamtumsatz	**9.588**	**8.635**	**0**	**-536**	**17.687**
Aktivierte Eigenleistungen	0	0	600	0	**600**
Sonstiger betrieblicher Ertrag	54	68	102	0	**224**
Gesamtleistung	**9.642**	**8.703**	**702**	**-536**	**18.511**
Materialaufwand	5.811	4.801	0	-546	**10.066**
Personalkosten	1.195	2.477	1.941	0	**5.613**
Sonstiger betrieblicher Aufwand	138	683	1.309	0	**2.130**
EBITDA	**2.498**	**742**	**-2.548**	**10**	**702**
Investitionstätigkeiten[15]	0	35	1.310	0	**1.345**
Forschungs- und Entwicklungskosten	0	0	1.248	0	**1.248**

[13] Die Angabe umfasst die Investitionstätigkeiten in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen.

Zum 30. Juni 2026 betrugen die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen im **nationalen Segment** 2.416 TEUR (31. Dezember 2025: 2.712 TEUR), 3.347 TEUR (31. Dezember 2025: 2.686 TEUR) im **internationalen Segment** sowie 2.010 TEUR (31. Dezember 2025: 2.321 TEUR) in den **Corporate Functions**, welche den programmatischen Umsatzerlösen zuzuordnen sind.

Daneben beliefen sich die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen per 30. Juni 2026 im **nationalen Segment** auf 2.575 TEUR (31. Dezember 2025: 2.365 TEUR), auf 1.412 TEUR (31. Dezember 2025: 1.785 TEUR) im **internationalen Segment** sowie auf 145 TEUR (31. Dezember 2025: 545 TEUR) im Bereich **Corporate Functions**.

Das **operative Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)** lässt sich wie folgt auf das Konzernperiodenergebnis vor Steuern überleiten:

ÜBERLEITUNGSRECHNUNG (IN TEUR)	H1/2026	H1/2025
Operatives Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)	**702**	**539**
Abschreibungen und Wertminderungen	-1.102	-1.007
Finanzergebnis	-71	-86
ERGEBNIS VOR STEUERN	**-471**	**-554**

3. ERLÄUTERUNGEN ZU WESENTLICHEN ENTWICKLUNGEN DER KONZERNBILANZ

3.1 EIGENKAPITAL

Zum 30. Juni 2026 valutiert das **Eigenkapital** des YOC-Konzerns bei 7.197 TEUR (31. Dezember 2025: 7.819 TEUR).

Der Rückgang des Eigenkapitals gegenüber dem Vorjahr basiert hauptsächlich auf dem **Konzernperiodenergebnis** in Höhe von -601 TEUR (H1/2025: -692 TEUR).

Die das Eigenkapital beeinflussenden **Währungsumrechnungsdifferenzen** in Höhe von -13 TEUR (31. Dezember 2025: -14 TEUR) resultieren aus der Umrechnung der Jahresabschlüsse der Tochtergesellschaften in Polen, der Schweiz sowie in Schweden.

Im Rahmen der Bilanzierung der **Pensionsrückstellungen** gemäß IAS 19 ergaben sich versicherungsmathematische Gewinne und Verluste in Höhe von -8 TEUR (H1/2025: 0 TEUR), die entsprechend erfolgsneutral im Eigenkapital erfasst wurden.

Infolgedessen ergibt sich für die Berichtsperiode ein **Konzerngesamtergebnis** in Höhe von -622 TEUR (H1/2025: -702 TEUR).

Zum 30. Juni 2026 umfasste die **Kapitalrücklage** unverändert einen Betrag in Höhe von 22.053 TEUR (31. Dezember 2025: 22.053 TEUR).

Zum Bilanzstichtag beträgt das **Grundkapital** des YOC-Konzerns sowie die **Gesamtzahl der Stimmrechte** der YOC AG unverändert 3.476.478 nennwertlose Aktien beziehungsweise Stimmrechte.

Entsprechend der durch die Aktionäre der YOC AG erfolgten gesetzlichen Stimmrechtsanzeigen wird der **Aktienbesitz** zum 30. Juni 2026 wie folgt gehalten:

AKTIENBESITZ	ANTEIL
Vorstand[14]	19,10%
Aufsichtsrat	1,66%
Dr. Kyra Heiss	10,25%
Karl-J. Kraus	5,15%
Dr. Martin Steinmeyer	3,97%
HHS Grundstücks- und Beteiligungsgesellschaft mbH & Co. KG	3,30%
IPConcept (Luxemburg) S.A.	3,16%
Free float	53,41%
GESAMTBESTAND	**100,00%**

Die **kumulierten Verluste** des laufenden Geschäftsjahres wiesen zum 30. Juni 2026 einen Betrag in Höhe von -18.255 TEUR (H1/2025: -17.898 TEUR) aus.

3.2 SONSTIGE ANGABEN ZU DEN FINANZINSTRUMENTEN

Die Buchwerte von Zahlungsmitteln, Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, kurzfristigen sonstigen Vermögenswerten und sonstigen kurzfristigen finanziellen Verbindlichkeiten entsprechen aufgrund der kurzen Laufzeiten dieser Instrumente nahezu ihren beizulegenden Zeitwerten. Aus Wesentlichkeitsgründen wird der Zeitwert für diese kurzfristigen Bilanzposten dem Bilanzwert gleichgesetzt. Die folgende Tabelle zeigt die Überleitung zwischen den Bilanzpositionen und den Kategorien nach IFRS 9, aufgegliedert pro Kategorie und beizulegenden Zeitwerten pro Klasse per 30. Juni 2026.

BILANZPOSITIONEN UND KATEGORIEN NACH IFRS 9 (IN TEUR)	BEWERTUNGSKATEGORIE NACH IFRS 9	BUCHWERT ZUM 30.06.2026	FORTGEFÜHRTE ANSCHAFFUNGSKOSTEN	ERFOLGSNEUTRAL ZUM BEIZULEGENDEN ZEITWERT	ERFOLGSWIRKSAM ZUM BEIZULEGENDEN ZEITWERT	BEIZULEGENDER ZEITWERT ZUM 30.06.2026	LEVEL INNERHALB DER FAIR-VALUE-HIERACHIE
Vermögenswerte							
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	FAAC	7.773	7.773	0	0	n/a	-
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	FAAC	919	919	0	0	n/a	-
Finanzielle Vermögenswerte		**434**	**434**	**0**	**0**	**434**	
davon kurzfristig	FAAC	434	434	0	0	434	3
davon langfristig	FAAC	0	0	0	0	0	-
Verbindlichkeiten							
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	FLAC	4.132	4.132	0	0	n/a	-

[14] Die Beteiligung der dkam GmbH ist Herrn Dirk-Hilmar Kraus zuzurechnen.

Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten		**3.364**	**3.269**	**0**	**95**	**3.364**	
davon kurzfristig	FLAC	3.269	3.269	0	0	3.269	2
davon langfristig	FV	95	0	0	95	95	3
Leasing-Verbindlichkeiten		**1.966**	**1.966**	**0**	**0**		
davon kurzfristig	n/a	444	444	0	0	n/a	-
davon langfristig	n/a	1.522	1.522	0	0	n/a	-
Verbindlichkeiten Kreditinstitute		**53**	**53**	**0**	**0**	**53**	
davon kurzfristig	FLAC	37	37	0	0	37	2
davon langfristig	FLAC	16	16	0	0	16	2

BILANZPOSITIONEN UND KATEGORIEN NACH IFRS 9 (IN TEUR)	BEWERTUNGS-KATEGORIE NACH IFRS 9	BUCHWERT ZUM 30.06.2026
Davon aggregiert nach IFRS-9-Kategorien:		
Finanzielle Vermögenswerte zu fortgeführten Anschaffungskosten / Financial Assets Measured at Amortized Cost	FAAC	9.126
Finanzielle Verbindlichkeiten zum beizulegenden Zeitwert Measured at Fair Value through Profit and Loss	FV	95
Finanzielle Verbindlichkeiten zu fortgeführten Anschaffungskosten / Financial Liabilities Measured at Amortized Cost	FLAC	7.454

Flüssige Mittel, Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie die sonstigen kurzfristigen finanziellen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten haben im Wesentlichen eine kurze Restlaufzeit. Daher entsprechen deren Buchwerte zum Abschlussstichtag näherungsweise dem beizulegenden Zeitwert.

Des Weiteren beinhalten die sonstigen kurzfristigen finanziellen Vermögenswerte zum Bilanzstichtag geleistete Anzahlungen, Mietkautionen und debitorische Kreditoren.

Da einige Inputfaktoren nicht direkt oder indirekt beobachtbar sind, werden die Instrumente dem Level 3 zugeordnet.

Die zum 30. Juni 2026 bilanzierten sonstigen kurzfristigen finanziellen Verbindlichkeiten enthalten im Wesentlichen umsatzerlösschmälernd erfasste Rückvergütungsverbindlichkeiten in Höhe von 718 TEUR (31. Dezember 2025: 4.397 TEUR) sowie Verbindlichkeiten aus nicht erhaltenen Eingangsrechnungen (Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen).

Weiterhin bestehen langfristige finanzielle Verbindlichkeiten aus bedingten Kaufpreisverbindlichkeiten aus der Unternehmensakquisition der YOC Finland Oy. Diese Verbindlichkeiten werden dem Fair-Value-Level 3 zugeordnet.

4. ERLÄUTERUNGEN ZUR CASH-FLOW RECHNUNG

4.1 CASH-FLOW DER EINZELNEN TÄTIGKEITEN

OPERATIVER CASH-FLOW

Die Ermittlung des **operativen Cash-Flows** erfolgt nach der indirekten Methode. Ausgangspunkt für die Ermittlung ist das Konzernperiodenergebnis des abgelaufenen ersten Halbjahres 2026 in Höhe von -601 TEUR (H1/2025: -692 TEUR).

Der operative Cash-Flow betrug im Berichtszeitraum -1.520 TEUR (H1/2025: -1.588 TEUR).

Dieser resultierte, neben dem Konzernperiodenergebnis, aus der geschäftsbedingten Veränderung des Working Capital, gezahlten Steuern sowie zahlungsunwirksamen Aufwendungen und Erträgen.

Der operative Cashflow wurde neben dem Konzernperiodenergebnis maßgeblich durch Veränderungen im Working Capital beeinflusst.

CASH-FLOW AUS INVESTITIONSTÄTIGKEITEN

Der **Mittelabfluss aus Investitionstätigkeiten** in Höhe von -1.345 TEUR (H1/2025: -1.267 TEUR) umfasst primär die Entwicklungskosten im Zusammenhang mit der Weiterentwicklung der Technologieplattform VIS.X® sowie der Erweiterung der Produktpalette an innovativen High-Impact Werbeformaten (Sonderformaten) des Unternehmens.

CASH-FLOW AUS FINANZIERUNGSTÄTIGKEITEN

Der Cash-Flow aus **Finanzierungstätigkeiten** in Höhe von -326 TEUR (H1/2025: -409 TEUR) resultiert aus der Aufnahme und Tilgung von Leasing- sowie Darlehensverbindlichkeiten.

Der Mittelabfluss resultierte überwiegend aus der Tilgung von Darlehens- und Leasing-verbindlichkeiten. Die Auszahlungen für Leasingverbindlichkeiten betreffen dabei insbesondere die Anmietung von Büroräumlichkeiten an den europäischen Standorten und werden nach den geltenden IFRS-Regelungen als Leasingauszahlungen ausgewiesen.

4.2 FINANZMITTELFONDS

Der **Finanzmittelfonds** umfasst sämtliche Bank- und Kassenbestände des YOC-Konzerns und betrug 919 TEUR zum 30. Juni 2026 (31. Dezember 2025: 4.110 TEUR).

5. ERLÄUTERUNGEN ZU DEN KAPITALVERÄNDERUNGEN

Neben dem in den kumulierten Verlusten erfassten Konzernperiodenergebnis in Höhe von -601 TEUR (H1/2025: -692 TEUR) wirkten sich Währungsumrechnungseffekte in Höhe von -13 TEUR (H1/2025: -10 TEUR) sowie die erfolgsneutrale Erfassung der Nettoschuld der Pensionsverpflichtungen in Höhe von -8 TEUR (H1/2025: 0 TEUR) auf das Konzerneigenkapital zum 30. Juni 2026 aus.

6. SONSTIGE ERLÄUTERUNGEN

6.1 HAFTUNGSVERHÄLTNISSE, GEWÄHRLEISTUNGEN, EVENTUALVERBINDLICHKEITEN ODER ÄHNLICHES

Eine Ausübung von 20.000 virtuellen Aktienoptionen sind an ein Übernahmeangebot für die Aktien der YOC AG nach §§ 29, 35 WpÜG mit unbestimmter Laufzeit gekoppelt.

Der Basispreis zum Zuteilungstag am 01. Oktober 2014 betrug 1,92 Euro. Diese virtuellen Aktienoptionen würden bei der vorzeitigen Beendigung oder des Auslaufens des Vorstandsdienstvertrages verfallen. Zum Stichtag wurden hieraus keine resultierenden Verbindlichkeiten bilanziert.

Zusätzlich enthält der Dienstvertrag des Vorstands Dirk-Hilmar Kraus mit einer Laufzeit bis zum 31. März 2029 eine einmalige, erfolgsabhängige Vergütung unter der Bedingung eines Kontrollwechsels infolge eines Übernahmeangebots. Die je nach Börsenkurs zum Transaktionszeitpunkt gestaffelte erfolgsabhängige Vergütung beträgt maximal 1,5% des Transaktionsvolumens.

Eine überwiegende Eintrittswahrscheinlichkeit ist in absehbarer Zukunft nicht gegeben, weshalb hieraus keine resultierenden Verbindlichkeiten bilanziert wurden. Die Eintrittswahrscheinlichkeit wird zum Bilanzstichtag als gering eingeschätzt.

Für ein bestehendes Leasingverhältnis besteht zugunsten des Vermieters ein Mietaval der Hausbank über 110 TEUR. Eine Rückstellung wurde nicht gebildet, da zum Bilanzstichtag keine gegenwärtige Verpflichtung besteht und eine Inanspruchnahme als nicht wahrscheinlich eingeschätzt wird.

Darüber hinaus liegen keine weiteren Haftungsverhältnisse, Gewährleistungen, Eventualverbindlichkeiten oder Ähnliches vor.

6.2 EREIGNISSE NACH DEM BILANZSTICHTAG

Die Geschäftstätigkeit des YOC-Konzerns wird – trotz des primären Fokus auf den europäischen Markt – weiterhin von globalen wirtschaftlichen und geopolitischen Entwicklungen beeinflusst.

Anhaltende geopolitische Instabilität, darunter bewaffnete Konflikte, Spannungen zwischen führenden Volkswirtschaften sowie politische Unsicherheiten in verschiedenen Regionen, führen zu wirtschaftlichen Schwankungen und erschweren die Prognose von Wachstum und Marktstabilität.

Vor dem Hintergrund der jüngsten Eskalation der geopolitischen Spannungen im Nahen Osten analysiert das Unternehmen derzeit mögliche Auswirkungen auf seine Geschäftstätigkeit. Nach aktuellem Stand wird erwartet, dass die direkten Effekte aufgrund der geografischen Ausrichtung auf den europäischen Markt begrenzt bleiben. Gleichwohl sind indirekte Auswirkungen marktweit spürbar und betreffen sämtliche Marktteilnehmer.

Der YOC-Konzern beobachtet diese Entwicklungen kontinuierlich.

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

6.3 FINANZRISIKOMANAGEMENT

Der YOC-Konzern ist im Rahmen seiner gewöhnlichen Geschäftstätigkeit Ausfallrisiken, Liquiditäts- und Marktrisiken ausgesetzt.

Der Vorstand wird durch regelmäßiges Reporting von Kennzahlen wie beispielsweise Umsatzentwicklung, Deckungsbeitrag oder EBITDA über die Entwicklung des Eigenkapitals der YOC-Gruppe informiert.

Zudem findet ein regelmäßiges Monitoring von Liquiditätsrisiken statt, um Zahlungsstromschwankungen zu analysieren und Liquiditätsengpässe rechtzeitig zu erkennen und Gegenmaßnahmen zu ergreifen.

Das Finanzrisikomanagement wird von einer zentralen Treasury-Abteilung unter der Aufsicht des Vorstands betrieben.

Das Liquiditätsmanagement unterstützt den Vorstand durch die Kontrolle der Geschäftsentwicklung und Zahlungsstromschwankungen bei der Überwachung von Maßnahmen zur Liquiditätssicherung.

Alle weiteren Angaben zu den finanzwirtschaftlichen Risiken des YOC-Konzerns sowie deren Management sind ausführlich im Konzernanhang zum Geschäftsjahr 2025, welcher Bestandteil der Prüfung durch den Jahres- und Konzernabschlussprüfer ist, dargestellt.

Die Risikoeinschätzung des YOC-Konzerns hat sich seit dem Geschäftsbericht zum Geschäftsjahr 2025 nicht wesentlich verändert

6.4 ANGABEN ZU BEZIEHUNGEN ZU NAHESTEHENDEN UNTERNEHMEN UND PERSONEN

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

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

Zur Vergütung der Mitglieder des Vorstandes und des Aufsichtsrates der YOC AG wird an dieser Stelle auf den Vergütungsbericht zum Geschäftsjahr 2025 verwiesen.

6.5 ERKLÄRUNG ZUM DEUTSCHEN CORPORATE GOVERNANCE KODEX

Die Entsprechenserklärung 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.

VERSICHERUNG DER GESETZLICHEN VERTRETER

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

Berlin, 18. August 2026

Der Vorstand

Dirk-Hilmar Kraus

IMPRESSUM

HERAUSGEBER

YOC AG
Greifswalder Straße 212
10405 Berlin
Deutschland

T + 49 (0) 30 726 162 – 0
info@yoc.com

Registereintragung: Amtsgericht Berlin HRB 77 285

GESTALTUNG UND REDAKTION

YOC AG

Investor Relations
ir@yoc.com
www.yoc.com

STOP ADVERTISING.

START TELLING A STORY.