



# BERICHT ZUM ERSTEN HALBJAHR 2019

Berlin, 21. August 2019

# INHALTSVERZEICHNIS

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

# BRIEF AN DIE AKTIONÄRE

Sehr verehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

die YOC-Gruppe gehört seit 2001 zu den führenden unabhängigen Anbietern für Mobile Advertising in Europa. Wir haben uns zum Ziel gesetzt, ein optimales digitales Werbeerlebnis für Werbetreibende, Publisher und Nutzer des mobilen Internets zu schaffen.

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

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

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

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

Die technologischen Möglichkeiten von **VIS.X®** sind zukunftsweisend für uns. Auch wenn wir das Potential unserer Plattform bei weitem noch nicht ausgeschöpft haben, befinden wir uns strategisch auf dem richtigen Weg und positionieren YOC als technologiebasierten Anbieter für High-Impact Programmatic Advertising an der Spitze des Werbemarktes.

Wir werden **VIS.X®** noch um viele Funktionalitäten erweitern und unseren Marktplatz durch die kontinuierliche Anbindung renommierter Premium-Publisher vergrößern.

Wir freuen uns, Ihnen für die ersten sechs Monate des laufenden Geschäftsjahres 2019 über einen Umsatzanstieg der YOC-Gruppe in Höhe von rund 18 % auf einen Gesamtumsatz von 6,8 Mio. EUR im Vergleich zum Vorjahreszeitraum (H1/2018: 5,7 Mio. EUR) zu berichten.

Dabei verhilft uns der verstärkte Handel über unsere Technologie-Plattform **VIS.X®** zur Steigerung der Profitabilität der Gesellschaft: Das operative Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) verbesserte sich im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 98% beziehungsweise 0,4 Mio. EUR auf -9 TEUR (H1/2018: -442 TEUR).

Somit setzte sich auch im ersten Halbjahr 2019 die stetige Ergebnisverbesserung der Vorjahre weiter fort.

Darüber hinaus erweiterte die Gesellschaft im zweiten Quartal mit den YOC Ads Plus die bestehenden Produktlinien und folgt damit ihrer Mission, ein besseres Werbeerlebnis für jedermann bieten zu können. Jedes YOC Ads Plus Format verspricht bessere Awareness, einzigartige Nutzererfahrung und höchste Qualität.

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

Im zweiten Halbjahr wird sich das Wachstum der Gesellschaft fortsetzen, sodass wir für das gesamte Geschäftsjahr 2019 steigende Umsatzerlöse in Höhe von 15,5 Mio. EUR bis 16,5 Mio. EUR bei einer nur unterproportional ansteigenden Kostenstruktur erwarten.

Verehrte Aktionärinnen und Aktionäre, mit unserer einzigartigen Technologieplattform **VIS.X®** in Kombination mit unseren eigenentwickelten Werbeformaten sowie unserem langjährigen Know-how entwickelt sich YOC zu einem führenden europäischen Werbetechnologieanbieter weiter.

Wir fügen **VIS.X®** viele neue Funktionen zu. Wir bauen unsere Reichweite und das verfügbare Mediainventar durch die kontinuierliche Integration neuer Publisher stark aus und binden viele neue Einkaufsplattformen an **VIS.X®** an und ermöglichen somit vielen Mediaeinkäufern den Zugang zu unserer Plattform. Alle diese Schritte erhöhen unser Handelsvolumen und differenzieren uns vom Wettbewerb.

Unser Team treibt diese Entwicklungen mit hohem Engagement voran.

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

Beste Grüße,



Dirk-Hilmar Kraus  
CEO

# YOC IM ÜBERBLICK

UMSATZ UND ERGEBNIS (IN TEUR)	HI/2019	HI/2018	VERÄNDERUNG ABSOLUT	VERÄNDERUNG IN %
Gesamtumsatz	6.779	5.732	1.047	18
National	3.777	2.632	1.145	43
International	3.002	3.100	-99	-3
Rohertragsmarge (in %)	37,3	37,3	0,0	k.A.
Gesamtleistung	7.039	6.189	850	14
EBITDA	-9	-440	431	98
EBITDA-Marge (in %)	-0,1	-7,1	7,0	k.A.
Ergebnis nach Steuern	-432	-668	236	35
Ergebnis je Aktie verwässert in Euro	-0,13	-0,20	0,07	35
Ergebnis je Aktie unverwässert in Euro	-0,13	-0,20	0,07	35

## MITARBEITER

Durchschnittliche Anzahl Mitarbeiter <sup>1)</sup>	48	55	-7	-13
Mitarbeiterzahl zum 30. Juni	48	56	-8	-14
Umsatz je Mitarbeiter (in TEUR)	141	104	37	36
Gesamtleistung je Mitarbeiter (in TEUR)	147	113	34	30

## BILANZ UND KAPITALFLUSSRECHNUNG (IN TEUR)

Bilanzsumme	5.237	6.224 <sup>2)</sup>	987	16
Operativer Cash-Flow	99	-514	613	119

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

1) Auf Basis der festgestellten Mitarbeiter in Vollzeit

2) Zum 31.12.2018

# LAGEBERICHT ZUM KONZERN- ZWISCHEN- ABSCHLUSS

## GESCHÄFTSENTWICKLUNG DER YOC-GRUPPE IM ERSTEN HALB- JAHR 2019

### KENNZAHLENÜBERSICHT

In den ersten sechs Monaten des laufenden Geschäftsjahres 2019 verzeichnete die YOC-Gruppe einen **Gesamtumsatz** in Höhe von 6,8 Mio. EUR (H1/2018: 5,7 Mio. EUR). Dies entspricht einem Anstieg in Höhe von rund 18 % im Vergleich zum Vorjahreszeitraum.

Die Umsätze stiegen auf dem **nationalen Markt** im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 43 % an. Die Umsatzerlöse der **internationalen Geschäftstätigkeiten** waren in den sechs Monaten 2019 mit 3 % leicht rückläufig.

Ursächlich hierfür war, dass die Umsatzziele im **britischen** sowie im **spanischen Markt** nicht erreicht werden konnten. Entsprechende Anpassungen der Kostenstruktur wurden vorgenommen. Auf Gesamtebene wird jedoch eine Stabilisierung erwartet. Dem gegenüber konnten die Umsatzerlöse in **Österreich** und **Polen** um jeweils rund 30 % im Vergleich zum Vorjahreszeitraum gesteigert werden.

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

Parallel zu dieser Entwicklung nahm der Umsatzanteil der eigenentwickelten Ad Tech-Produkte weiter zu, sodass die **Rohertragsmarge** der Gesellschaft im ersten Halbjahr 2019 eine Quote in Höhe von 37 % erreicht hat (H1/2018: 37 %).

Das **operative Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)** verbesserte sich im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 0,4 Mio. EUR (+98 %) auf -0,009 Mio. EUR (H1/2018: -0,442 Mio. EUR). Somit setzte sich auch im ersten Halbjahr 2019 die Verbesserung der Profitabilität der Vorjahre fort.

Der **operative Cash-Flow** belief sich in der Berichtsperiode auf 0,1 Mio. EUR (H1/2018: -0,5 Mio. EUR). Dieser resultierte, neben dem Ergebnis nach Steuern, aus der saisonalen Veränderung des Working Capital.

### LEISTUNGSSPEKTRUM

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

Die proprietären Produkte von YOC schaffen positive Markenwahrnehmung und tragen nachhaltig dazu bei, den Werbemarkt zu verändern.

Auf diese Weise erreichen Werbekunden ihre Ziele – gleichzeitig verbessern die eigenentwickelten, unaufdringlichen Formate das Nutzererlebnis. Durch langjährige Erfahrung, transparente Prozesse, unsere Software und exzellenten Service schafft YOC Vertrauen und überzeugt Kunden und Partner gleichermaßen.

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

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

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

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

Die Gesellschaft hat dazu wesentliche Bestandteile der Wertschöpfungskette im Mobile Advertising internalisiert und auch das Thema Desktop aufgegriffen. Dazu gehört die Entwicklung von eigenen, performanten Werbeprodukten, die einerseits eine hohe Werbewirkung für Advertiser entfalten und andererseits die Nutzer des Internets nicht in ihrem Konsum der Medieninhalte stören.

Zudem baute das Unternehmen in den vergangenen Jahren eine umfangreiche Systemlandschaft auf, bestehend aus eigenentwickelter, innovativer Software und bekannten Lösungen dritter namhafter Anbieter wie Google, SAP oder Salesforce. Auf dieser Basis kann YOC alle relevanten Vertriebskanäle skalierbar bedienen.

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

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

Neben den etablierten Produktlinien hat YOC seine neue Plattform für den hochautomatisierten Mediahandel entwickelt und diese Anfang 2018 in den Markt eingeführt. Damit verfolgt das Unternehmen das Ziel, die Lösung für eines der vorherrschenden Marktprobleme des Digital Advertising zu liefern: Die Bedienung der Nachfrage für den programmatischen Einkauf von hochwirksamen Werbeformaten.

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

Mit VIS.X® etabliert YOC einen neuen programmatischen Handelsplatz für internationales, markensicheres (brand safe) Werbeinventar von Premium-Publishern – und positioniert sich im Markt als Anbieter von hochwertiger Werbetechnologie.

Die Plattform bündelt das Werbeinventar der Publisher mit den YOC-eigenen Produkten über private Marktplätze in einer ganzheitlichen Auktion und bietet somit den Werbetreibenden alle relevanten Produkte in einer Transaktion an.

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

Der Einkaufsprozess für Werbetreibende, Mediaagenturen sowie deren Einkaufsorganisationen (Trading Desks) erfordert keine weiteren technologischen Anpassungen an der bestehenden Infrastruktur.

Bereits vorhandene Werbemittel werden durch VIS.X® in Echtzeit in YOC-eigene, werbewirksame Produkte transformiert und ausgeliefert. Die von YOC entwickelte Technologie erschließt auf diese Weise das volle Potenzial programmatischer Werbung, sodass VIS.X® zur idealen Plattform für wirkungsvolles Digital Advertising wird.

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

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

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

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

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

### PRODUKTLINIEN

Das Unternehmen vermarktet erfolgreich seine Produktlinien **YOC Understitial Ad®**, **YOC Inline Video Ad**, **YOC Mystery Ad®** sowie den **YOC Mystery Scroller®**.

Ziel dieser Produkte ist es, die Werbebotschaften von Werbetreibenden nachhaltig und zielgerichtet bei den Endverbrauchern zu lancieren.

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

Insbesondere die Produktvarianten mit Video-komponenten bieten Werbetreibenden die Möglichkeit einer umfangreichen und in hohem Maße steuerbaren, audiovisuellen Bewerbung ihrer Marken und Produkte auf mobilen Endgeräten.

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

Werbetreibende erreichen den Smartphone- oder Desktop-User mit einem großflächigen Werbemittel, ohne ihn in seinen Nutzungsgewohnheiten einzuschränken.

YOC vereint in diesem Werbemittel seine technische Erfahrung mit seiner Kompetenz in der Ansprache von Nutzern in digitalen Umfeldern. Im Geschäftsjahr 2018 erfuhr das **YOC Understitial Ad®** weitere Verbesserungen. Vor allem die Video-Variante wurde mit den neuesten Software-Protokollen erweitert und erhielt neue Komponenten. Ausgehend vom Erfolg des mobilen **YOC Understitial Ad®** führte das Unternehmen auch eine Variante für den Desktop Advertising-Markt ein:

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

Gleichzeitig verbessert YOC mit dieser Produkt-erweiterung die Monetarisierung für Publisher, da Werbekampagnen, die auf dem **YOC Understitial Ad®** basieren, sowohl mobil als auch online eingekauft werden können.

Darüber hinaus stärkt die Entwicklung des **YOC Understitial Desktop Ad** den ganzheitlichen Kommunikationsansatz der Werbetreibenden.

Das **YOC Inline Video Ad** ist ein innovatives digitales Werbeformat, das Werbetreibenden ermöglicht, Video-Anzeigen auf klassischen Webseiten ohne eigenen Video-Content zu schalten. Es ist kompatibel mit branchenüblichen Standards (VAST und VPAID) und spielt die Videoanzeige in hoher Qualität aus. Die Besonderheit dieses Produkts ist es, dass es überall einsetzbar ist und keine feste Platzierung innerhalb der Website der Publisher benötigt. Durch die integrierte Start-Stopp-Automatik läuft das Video nur, wenn der Nutzer es auf seinem Smartphone-Display beziehungsweise Monitor gerade ansieht und unterbricht, sobald es durch Scrollen außerhalb des sichtbaren Bereichs gelangt. Dies verbessert die Sichtbarkeit (Viewability) und in Konsequenz die Werbewirkung des Advertisers deutlich.

Das **YOC Mystery Ad®** ist ein mehrfach ausgezeichnetes, vollflächiges mobiles Werbeformat. Die Besonderheit des Produktes liegt in der Möglichkeit, den Nutzer mit beliebigen, kreativen Elementen zur Interaktion mit der Markenbotschaft zu animieren.

Das **YOC Mystery Ad®** bietet somit umfangreiche gestalterische Möglichkeiten, um eine hohe Aufmerksamkeit der Nutzer zu garantieren.

Mitte des Jahres 2018 führte YOC ein viertes Werbeformat in den Markt ein: den **YOC Mystery Scroller®**. Der Vorzug des **YOC Mystery Scroller®** liegt in der Reactive Scrolling-Technologie: Animationen, Effekte und Videos können auf das Scroll-Verhalten des Benutzers abgestimmt werden.

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

Neben den vorgenannten, unternehmenseigenen Produkten bietet YOC auch alle klassischen Werbeformaten nach den international gültigen IAB- und MMA-Standards an.

Darüber hinaus ist das Expertenteam von YOC je nach Kundenwunsch in der Lage, zusätzliche Funktionen wie beispielsweise Responsive-Formate, erweiterte Tracking-Möglichkeiten oder den Einsatz besonderer Werbemittel innerhalb von Standard-Formaten zu entwickeln.

Für die Steuerung, Optimierung und Auswertung einer Kampagne sind die Messungen der Sichtbarkeit zu einem entscheidenden Faktor avanciert. Bereits im vergangenen Geschäftsjahr 2018 baute YOC daher seine technische Infrastruktur zur Messung und Auswertung der Sichtbarkeit von mobilen Werbeformaten weiter aus.

Die YOC-Produkte orientieren sich an marktüblichen Messstandards (nach IAB und MRC) und bieten Advertisern damit international vergleichbare Erfolgskennzahlen für ihren Werbeerfolg im Digital Advertising. Infolgedessen eröffnet YOC seinen Werbekunden alternative Abrechnungsmodelle auf Basis der erhobenen Viewability-Daten. Hierbei erfolgt die Abrechnung einer Kampagne erst, sobald beispielsweise ein Video komplett im Sichtfeld des Nutzers abgespielt wurde.

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

## ZUSÄTZLICHE MOBILE ADVERTISING LEISTUNGEN

YOC bietet seinen Werbekunden effektive Mobile und Online Advertising-Lösungen für erfolgreiche Werbekampagnen an:

## KREATIVLEISTUNG

Bereits seit mehr als einem Jahrzehnt berät YOC Werbetreibende bei der Wahl des richtigen mobilen Werbeformates und übernimmt gegebenenfalls auch die Produktion des Werbemittels.

Neben diesen Leistungen stellen die Experten des Unternehmens auch ihr Know-how zur Verfügung, wenn es um die Aussteuerung der Kampagnen auf digitalen Endgeräten geht.

## YOC HUB

Die Business Intelligence-Plattform **YOC Hub** dient einerseits zur internen Prozesssteuerung von YOC und andererseits als Werkzeug für Publisher zur Kontrolle und Optimierung von Vermarktungsaktivitäten. Zudem wird die unternehmenseigene Plattform **VIS.X®** durch das **YOC Hub** angesteuert.

Die erweiterte Unterstützung des programmatischen Geschäftsbereichs durch dediziertes Reporting erleichtert das tägliche operative Geschäft. Durch die umfassende und frei konfigurierbare Software-Oberfläche des YOC Hub erhalten die Nutzer einen aktuellen Überblick über den Vermarktungserfolg der YOC-Produkte.

# ENTWICKLUNG DER ERTRAGSLAGE

Seit dem 01. Januar 2019 ist der neue Rechnungslegungsstandard IFRS 16 anzuwenden. Dieser regelt den Ansatz, die Bewertung, den Ausweis sowie die Angabepflichten bezüglich Leasingverhältnissen. Für eine detailliertere Darstellung der Neubewertungs- und Reklassifizierungseffekte wird auf den Abschnitt „Grundlagen der Aufstellung des Abschlusses sowie Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden“ im Konzernanhang verwiesen.

## UMSATZENTWICKLUNG UND GESAMTLEISTUNG

Im ersten Halbjahr 2019 steigerte die YOC-Gruppe den **Gesamtumsatz** um rund 18 % im Vergleich zum Vorjahreszeitraum auf insgesamt 6,8 Mio. EUR (H1/2018: 5,7 Mio. EUR).

Die **Gesamtleistung** des Konzerns lag mit 7,0 Mio. EUR um 0,8 Mio. EUR über dem Niveau des Vorjahres (H1/2018: 6,2 Mio. EUR).

## ROHERTRAG

Die **Rohertragsquote** blieb in der Berichtsperiode in Höhe von 37 % konstant im Vergleich zum Vorjahr (H1/2018: 37 %).

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

## PERSONALAUFWAND UND -ENTWICKLUNG

Gegenüber dem Vorjahr sank der **durchschnittliche Personalbestand** (ohne Vorstand) der YOC-Gruppe auf 48 Mitarbeiter (H1/2018: 55 Mitarbeiter). Zum 30. Juni 2019 beschäftigte die YOC-Gruppe 48 festangestellte Mitarbeiter. Im Vergleich zum Vorjahr bedeutete dies einen Rückgang in Höhe von 14 % (H1/2018: 56 festangestellte Mitarbeiter).

Der **Personalaufwand** in Höhe von 1,9 Mio. EUR liegt mit rund 10 % unterhalb des Aufwandsniveaus des Vorjahreszeitraums (H1/2018: 2,1 Mio. EUR).

## SONSTIGE BETRIEBLICHE AUFWENDUNGEN

In den ersten sechs Monaten des laufenden Geschäftsjahres 2019 lagen die **sonstigen betrieblichen Aufwendungen** in Höhe von 0,8 Mio. EUR leicht unter dem Niveau des Vorjahres (H1/2018: 0,9 Mio. EUR). Insgesamt zeigten die in den vergangenen Jahren umgesetzten Maßnahmen zur Einsparung von Kosten in diversen Bereichen weiterhin ihre Wirkung.

## EBITDA

Das **operative Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)** verbesserte sich im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 0,4 Mio. EUR (+98 %) auf -0,009 Mio. EUR (H1/2018: -0,442 Mio. EUR). Somit setzte sich auch im ersten Halbjahr 2019 die Verbesserung der Profitabilität der Vorjahre fort.

## ERGEBNIS NACH STEUERN

Die YOC-Gruppe verzeichnete **planmäßige Abschreibungen** in Höhe von 0,3 Mio. EUR (H1/2018: 0,2 Mio. EUR), ein negatives **Finanzergebnis** in Höhe von 0,1 Mio. EUR (H1/2018: -0,05 Mio. EUR) sowie **Steuern vom Einkommen und Ertrag** in Höhe von 0,06 Mio. EUR (H1/2018: 0,03 Mio. EUR).

Somit beträgt das **Ergebnis nach Steuern** im Berichtszeitraum (inklusive Corporate Functions) -0,4 Mio. EUR (H1/2018: -0,7 Mio. EUR).



## ENTWICKLUNG DER FINANZ- UND VERMÖGENSLAGE

Zum 30. Juni 2019 beliefen sich die **liquiden Mittel** der YOC-Gruppe auf 0,3 Mio. EUR.

### OPERATIVER CASH-FLOW

Die Ermittlung des **operativen Cash-Flows** erfolgt nach der indirekten Methode. Ausgangspunkt für die Ermittlung ist das Ergebnis nach Steuern im Berichtszeitraum in Höhe von -0,4 Mio. EUR (H1/2018: -0,7 Mio. EUR). Im operativen Cash-Flow sind alle zahlungswirksamen Transaktionen des Geschäftsjahres enthalten, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind.

Der **operative Cash-Flow** der YOC-Gruppe betrug 0,1 Mio. EUR im Berichtszeitraum (H1/2018: -0,5 Mio. EUR).

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

### CASH-FLOW AUS INVESTITIONSTÄTIGKEITEN

Der Mittelabfluss aus **Investitionstätigkeiten** in Höhe von insgesamt 0,3 Mio. EUR (H1/2018: 0,3 Mio. EUR) umfasst primär die aktivierungsfähigen Entwicklungskosten im Zusammenhang mit der Weiterentwicklung der technologischen Plattformen beziehungsweise innovativer Produkte des Unternehmens sowie externe Entwicklungskosten.

Im Sachanlagevermögen verhalten sich Zu- und Abgänge ausgewogen.

### CASH-FLOW AUS FINANZIERUNGSTÄTIGKEITEN

Der **Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeiten** in Höhe von -0,2 Mio. EUR (H1/2018: 0 Mio. EUR) resultiert aus der Tilgung von Darlehens- und Leasingverbindlichkeiten.

## CHANCEN, RISIKEN UND AUSBLICK

### CHANCEN UND RISIKEN

Als international ausgerichtetes Dienstleistungsunternehmen ist die YOC-Gruppe in einem dynamisch entwickelnden Markt tätig, was naturgemäß unternehmens- und branchenspezifische sowie finanzwirtschaftliche Risiken in sich birgt.

Schwerpunkte sind hierbei Markt- und Wettbewerbsrisiken, technologische Risiken, Haftungsrisiken, personelle Risiken, Planungsrisiken, organisatorische Risiken sowie Finanz- und Treasury-Risiken.

Diese Risiken können sowohl aus eigenem unternehmerischem Handeln als auch aus externen Faktoren resultieren.

Die YOC-Gruppe hat Maßnahmen getroffen, um solche möglichen Risiken rechtzeitig zu erkennen und zu reduzieren. Zu diesem Zweck wurde ein entsprechendes Risikomanagementsystem eingerichtet, in dessen Rahmen die Risiken durch eine unternehmensweite Risikoinventur in regelmäßigen Abständen erfasst, bewertet und laufend überwacht werden.

Die vom Vorstand festgelegte Risikopolitik der YOC-Gruppe ist unverändert fester Bestandteil der Unternehmenspolitik im Rahmen des Bestrebens nach einem nachhaltigen Wachstum, der Steigerung des Unternehmenswertes sowie der langfristigen Sicherung des Fortbestandes des Unternehmens. Dazu werden unter Abwägung des Rendite-Risiko-Verhältnisses bewusst notwendige Risiken eingegangen, um die gebotenen Marktchancen nutzen und die hierinliegenden Erfolgspotenziale ausschöpfen zu können.

Durch das vorausschauende Risikocontrolling als Teilbereich des internen Kontrollsystems können Risiken und Chancen frühzeitig erkannt und bewertet werden, um somit im angemessenen Umfang zeitnah darauf zu reagieren und eine effiziente Steuerung für den Unternehmenserfolg zu gewährleisten.

Die im Rahmen der Risikosteuerung zu treffenden Maßnahmen werden in den operativen Einheiten vollzogen.

### AUSBLICK

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

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

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

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

Vor diesem Hintergrund bekommt die Forderung nach kreativen und hochwirksamen Werbeformaten eine noch größere Relevanz.

Studien zeigen, dass Rich Media- Formate, also solche, die die Einbindung vielfältiger Medien wie Video, Audio oder HTML5 erlauben, fünfmal so hohe Interaktionsraten erzeugen, wie dies Standard Banner erreichen und deswegen zu einer höheren und positiveren Markenwahrnehmung führen.<sup>2</sup>

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

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

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

Vor diesem Hintergrund ergaben sich für die Gesellschaft entsprechende Chancen und Handlungsbedarf: Mit dem Launch der neuen proprietären Supply Side-Plattform **VIS.X®** im Jahr 2018 bietet YOC nicht nur hochwirksame Werbeformate an, die den Vorgaben der Coalition For Better Ads<sup>3</sup> entsprechen, sondern kann diese nun auch plattformbasiert über programmatische Vertriebswege handeln und ausliefern.

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

Im Geschäftsjahr 2019 liegt das Augenmerk des Vorstands insbesondere auf der Verstetigung des dynamischen Wachstums des programmatischen Plattformgeschäfts und damit der Umsetzung der definierten Unternehmensstrategie. Hierzu ist es notwendig, dass alle YOC-Standorte die neue Marktpositionierung adaptieren und alle hinreichenden Aufgaben umsetzen.

Parallel dazu soll die Internationalisierung der YOC-Gruppe weiter vorangetrieben werden. Mit der Markteinführung der eigenen Technologieplattform **VIS.X®** wird die Gesellschaft durch den programmatischen Handel von hocheffektiven Werbeprodukten einen nachhaltigen Wettbewerbsvorteil sowie Unabhängigkeit von Drittanbietern erlangen. Darüber hinaus sollen neben dem Bestandsgeschäft sukzessive weitere Umsätze im programmatischen Echtzeit-handel generiert werden.

Die Erwartungen für das laufende Geschäftsjahr 2019 sind positiv. Insgesamt rechnet die YOC-Gruppe für das Geschäftsjahr 2019 mit **Umsatzerlösen** in Höhe von **15,5 Mio. EUR bis 16,5 Mio. EUR** bei einer nur unterproportional ansteigenden Kostenstruktur.

Auf Basis dieser Umsatzprognose rechnet die Gesellschaft für das Geschäftsjahr 2019 im Vergleich zu Vorjahreszeitraum mit einer weiteren Verbesserung des **operativen Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)** in Höhe von **0,2 Mio. EUR bis zu 0,5 Mio. EUR**.

---

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

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

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

# KONZERNZWISCHENABSCHLUSS

## KONZERNGESAMTERFOLGSRECHNUNG Q2/2019 (UNGEPRÜFT)

Alle Angaben in EUR

	Q2/2019	Q2/2018
Umsatzerlöse	3.901.313	3.013.698
Aktiviertete Eigenleistungen	78.653	81.806
Sonstige betriebliche Erträge	44.846	81.395
<b>Gesamtleistung</b>	<b>4.024.812</b>	<b>3.176.899</b>
Materialaufwand	2.471.165	1.905.880
Personalaufwand	973.267	1.073.604
Sonstige betriebliche Aufwendungen	449.713	495.388
<b>Operatives Ergebnis vor Abschreibungen</b>	<b>130.667</b>	<b>-297.973</b>
Abschreibungen	118.181	79.018
<b>Operatives Ergebnis</b>	<b>12.486</b>	<b>-376.991</b>
Finanzaufwendungen	66.696	23.355
Finanzergebnis	-66.696	-23.355
<b>Ergebnis vor Steuern</b>	<b>-54.210</b>	<b>-400.346</b>
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	4.183	-11.003
<b>Ergebnis nach Steuern</b>	<b>-58.393</b>	<b>-389.343</b>
<b>Periodenergebnis</b>	<b>-58.393</b>	<b>-389.343</b>

### ERGEBNIS JE AKTIE

Ergebnis je Aktie unverwässert	-0,02	-0,12
Ergebnis je Aktie verwässert	-0,02	-0,12

### KONZERN-GESAMTERGEBNISRECHNUNG

Ergebnis nach Steuern	-58.393	-389.343
Effekte, die künftig in die Gewinn- und Verlustrechnung reklassifiziert werden können:		
Unrealisierte Ergebnisse aus der Währungsumrechnung	5.245	9.264
<b>Sonstiges Ergebnis</b>	<b>5.245</b>	<b>9.264</b>
<b>Gesamtergebnis</b>	<b>-53.148</b>	<b>-380.079</b>

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

# KONZERNZWISCHENABSCHLUSS

## KONZERNGESAMTERFOLGSRECHNUNG HI/2019 (UNGEPRÜFT)

Alle Angaben in EUR

	HI/2019	HI/2018
Umsatzerlöse	6.779.392	5.732.245
Aktivierete Eigenleistungen	149.142	166.947
Sonstige betriebliche Erträge	110.794	290.030
<b>Gesamtleistung</b>	<b>7.039.328</b>	<b>6.189.222</b>
Materialaufwand	4.253.397	3.592.092
Personalaufwand	1.947.488	2.117.121
Sonstige betriebliche Aufwendungen	847.810	919.753
<b>Operatives Ergebnis vor Abschreibungen</b>	<b>-9.367</b>	<b>-439.744</b>
Abschreibungen	252.180	153.861
<b>Operatives Ergebnis</b>	<b>-261.547</b>	<b>-593.605</b>
Finanzaufwendungen	106.872	47.215
Finanzergebnis	-106.872	-47.215
<b>Ergebnis vor Steuern</b>	<b>-368.419</b>	<b>-640.820</b>
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	63.255	26.741
<b>Ergebnis nach Steuern</b>	<b>-431.674</b>	<b>-667.561</b>
<b>Periodenergebnis</b>	<b>-431.674</b>	<b>-667.561</b>

### ERGEBNIS JE AKTIE

Ergebnis je Aktie unverwässert	-0,13	-0,20
Ergebnis je Aktie verwässert	-0,13	-0,20

### KONZERN-GESAMTERGEBNISRECHNUNG

Ergebnis nach Steuern	-431.674	-667.561
Effekte, die künftig in die Gewinn- und Verlustrechnung reklassifiziert werden können:		
Unrealisierte Ergebnisse aus der Währungsumrechnung	10.862	14.881
Sonstiges Ergebnis	10.862	14.881
<b>Gesamtergebnis</b>	<b>-420.812</b>	<b>-652.680</b>

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

# KONZERNZWISCHENABSCHLUSS

## KONZERNBILANZ PER 30.06.2019 (UNGEPRÜFT)

Alle Angaben in EUR

	30.06.2019	31.12.2018
<b>AKTIVA</b>		
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>	<b>1.642.464</b>	<b>844.641</b>
Sachanlagen	86.117	96.189
Immaterielle Vermögenswerte	867.297	747.287
Latente Steuern	1.172	1.165
Nutzungsrechte aus Leasing	687.878	0
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>	<b>3.594.956</b>	<b>5.379.230</b>
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	3.002.466	4.532.281
Sonstige Vermögenswerte	300.523	182.720
Steuerforderungen	0	0
Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten	291.967	664.228
<b>Summe Vermögenswerte</b>	<b>5.237.420</b>	<b>6.223.871</b>
<b>PASSIVA</b>		
<b>Eigenkapital</b>	<b>-4.315.419</b>	<b>-3.894.606</b>
Gezeichnetes Kapital	3.292.978	3.292.978
Kapitalrücklage	20.961.224	20.961.224
Gewinnrücklagen	-28.495.054	-28.063.379
Unterschiedsbetrag aus Währungsumrechnungen	-24.249	-35.111
Eigene Aktien	-50.319	-50.319
<b>Langfristige Schulden</b>	<b>2.945.292</b>	<b>2.430.181</b>
Rückstellungen	79.734	79.714
Verbindlichkeiten aus Leasing	541.832	0
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	2.323.726	2.350.467
<b>Kurzfristige Schulden</b>	<b>6.607.547</b>	<b>7.688.296</b>
Erhaltene Anzahlungen	6.282	12.485
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2.991.625	3.426.506
Sonstige Verbindlichkeiten	302.261	575.906
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	2.048.111	3.610.140
Verbindlichkeiten aus Leasing	147.492	0
Steuerschulden	57.635	46.760
Rückstellungen	1.054.141	16.500
<b>Summe Eigenkapital und Schulden</b>	<b>5.237.420</b>	<b>6.223.871</b>

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

# KONZERNZWISCHENABSCHLUSS

## KONZERNKAPITALFLUSSRECHNUNG HI/2019 (UNGEPRÜFT)

Alle Angaben in EUR

	HI/2019	HI/2018
<b>Ergebnis nach Steuern</b>	<b>-431.675</b>	<b>-667.561</b>
Abschreibungen	252.180	153.861
Erfolgswirksam erfasste Steuern	63.255	26.741
Erfolgswirksam erfasste Zinsen	106.872	47.215
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge	19.753	33.055
<b>Cash-Earnings</b>	<b>10.387</b>	<b>-406.689</b>
Veränderungen Forderungen, Anzahlungen und sonstige Vermögenswerte	1.412.013	736.944
Veränderungen Verbindlichkeiten, Anzahlungen und sonstige Schulden	-2.260.786	-1.466.222
Veränderungen Rückstellungen	1.037.661	727.519
Veränderung der übrigen Aktiva und Passiva	1.445	0
Gezahlte Zinsen	-68.965	-63.728
Gezahlte Steuern	-33.000	-41.524
<b>Operativer Cash-Flow</b>	<b>98.755</b>	<b>-513.700</b>
Investitionen in Sachanlagen	-12.068	-28.288
Investitionen in immaterielle Vermögenswerte	-66.546	-91.560
Auszahlungen für Entwicklungskosten	-174.497	-166.947
Veräußerung von Sachanlagen	84	0
<b>Cash-Flow aus Investitionstätigkeit</b>	<b>-253.027</b>	<b>-286.795</b>
Tilgung von Leasingverbindlichkeiten	-117.989	0
Darlehensrückzahlung	-100.000	0
<b>Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit</b>	<b>-217.989</b>	<b>0</b>
<b>Nettozunahme/-abnahme</b>	<b>-372.261</b>	<b>-800.495</b>
Finanzmittelfonds zu Beginn der Berichtsperiode	664.228	984.244
Finanzmittelfonds zum Ende der Berichtsperiode	291.967	183.008

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

# KONZERNZWISCHENABSCHLUSS

## ENTWICKLUNG DES KONZERNEIGENKAPITALS PER 30.06.2019 (UNGEPRÜFT)

Alle Angaben in EUR

	GEZEICHNETES KAPITAL	KAPITAL- RÜCKLAGE	GEWINN- RÜCKLAGEN	UNTERSCHIEDS- BETRAG AUS WÄHRUNG- UMRECHNUNGEN	EIGENE AKTIEN	GESAMT
per 01.01.2018	3.292.978	20.641.091	-27.904.959	-70.306	-50.319	-4.091.514
Ergebnis nach Steuern			-668.304			-668.304
Unterschiedsbetrag aus Währungsumrechnungen				14.881		14.881
Gesamtergebnis	0	0	-668.304	14.881	0	-653.423
per 30.06.2018	3.292.978	20.641.091	-28.573.263	-55.425	-50.319	-4.744.937

per 01.01.2019	3.292.978	20.961.224	-28.063.379	-35.111	-50.319	-3.894.606
Ergebnis nach Steuern			-431.675			-431.675
Unterschiedsbetrag aus Währungsumrechnungen				10.862		10.862
Gesamtergebnis	0	0	-431.675	10.862	0	-420.813
per 30.06.2019	3.292.978	20.961.224	-28.495.054	-24.249	-50.319	-4.315.419

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

➤ Es bestehen keine Anteile nicht beherrschender Gesellschafter.

# ANHANG ZUM KONZERN- ZWISCHEN- ABSCHLUSS

## ALLGEMEINE INFORMATIONEN

Die YOC AG ist ein in Berlin, Greifswalder Str. 212, Deutschland, ansässiges Unternehmen, das als Anbieter für Mobile Advertising international tätig ist. Die YOC AG ist unter der Kennnummer WKN 593273 / ISIN DE0005932735 im Prime Standard der Frankfurter Wertpapierbörse gelistet.

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

### Grundlagen der Aufstellung des Abschlusses

Der Finanzbericht der YOC AG zum 30. Juni 2019 erfüllt die Anforderungen des Wertpapierhandelsgesetzes.

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

Der verkürzte und ungeprüfte Konzernzwischenabschluss der YOC AG enthält nicht alle erforderlichen Angaben und Informationen, wie sie im Rahmen eines vollständigen Konzernabschlusses zum Geschäftsjahr präsentiert werden. Es empfiehlt sich daher, den Zwischenbericht zusammen mit dem Konzernabschluss 2018 zu lesen.

### Im laufenden Geschäftsjahr verpflichtend anzuwendende Standards und Interpretationen

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

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

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

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

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

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

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

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

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

### Veröffentlichte Standards und Interpretationen, die noch nicht verpflichtend anzuwenden sind

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

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

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



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

### SONSTIGE ANGABEN ZU FINANZINSTRUMENTEN

Die Buchwerte von Zahlungsmitteln, Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, kurzfristigen sonstigen

Vermögenswerten und sonstigen kurzfristigen finanziellen Verbindlichkeiten entsprechen hauptsächlich aufgrund der kurzen Laufzeiten dieser Instrumente nahezu ihren beizulegenden Zeitwerten.

Aus Wesentlichkeitsgründen wird der Zeitwert für diese kurzfristigen Bilanzposten dem Bilanzwert gleichgesetzt.

Die nachfolgende Tabelle zeigt die Buchwerte, die beizulegenden Zeitwerte sowie die Kategorisierung gemäß IFRS 9.

**30.06.2019**  
(IN TEUR)

#### AKTIVA

Zahlungsmittel	
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	

BUCHWERT	ZU FORTGEFÜHRTEN ANSCHAFFUNGSKOSTEN
292	292
3.002	3.002
301	301

#### PASSIVA

##### davon Langfristig

Festverzinsliche Darlehen	
YOC Wandelschuldverschreibung 2018-2022	

1.030	1.030
1.294	1.294

##### davon Kurzfristig

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

2.992	2.992
250	250
1.798	1.798

**30.06.2018**  
(IN TEUR)

#### AKTIVA

Zahlungsmittel	
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	

BUCHWERT	ZU FORTGEFÜHRTEN ANSCHAFFUNGSKOSTEN
183	183
2.250	2.250
149	149

#### PASSIVA

##### davon Langfristig

Festverzinsliche Darlehen	
YOC Wandelschuldverschreibung 2018-2022	

800	800
0	0

##### davon Kurzfristig

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

3.175	3.175
500	500
1.786	1.786

### UMSATZERLÖSE UND GESAMTLEISTUNG

Im ersten Halbjahr 2019 steigerte die YOC-Gruppe den **Gesamtumsatz** um rund 18 % im Vergleich zum Vorjahreszeitraum auf insgesamt 6,8 Mio. EUR (H1/2018: 5,7 Mio. EUR).

Die **Gesamtleistung** des Konzerns lag mit 7,0 Mio. EUR um 0,8 Mio. EUR über dem Niveau des Vorjahres (H1/2018: 6,2 Mio. EUR).

### ROHERTRAG

Die **Rohertragsquote** blieb in der Berichtsperiode in Höhe von 37 % konstant im Vergleich zum Vorjahr (H1/2018: 37 %).

### EBITDA

Das **operative Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)** verbesserte sich im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 0,4 Mio. EUR auf -0,009 Mio. EUR (H1/2018: -0,442 Mio. EUR).

Somit setzte sich auch im ersten Halbjahr 2019 die Verbesserung der Profitabilität der Vorjahre fort.

## SEGMENTBERICHTERSTATTUNG

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

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

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

Die Vorjahreswerte wurden entsprechend angepasst.

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

Innenumsätze innerhalb der jeweiligen Segmente werden entsprechend eliminiert.

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

Darüber hinaus werden in der Muttergesellschaft Umsatzerlöse im Bereich der zentralen Erläsoptimierung des internationalen Publisher-Portfolios der YOC-Gruppe erzielt und intern weiterverrechnet.

Die folgende Tabelle zeigt die Ergebnisse der einzelnen Segmente. Als Ergebnisgröße wird dabei gemäß der internen Berichtsstruktur das EBITDA herangezogen:

### SEGMENTBERICHTERSTATTUNG (in TEUR)

#### 01.01.2019 - 30.06.2019

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

NATIONAL	INTERNATIONAL	CORPORATE FUNCTIONS	KONSOLIDIERUNG	YOC-GRUPPE
2.271	2.396	2.112	0	6.779
1.393	605	281	-2.279	0
<b>3.664</b>	<b>3.002</b>	<b>2.393</b>	<b>-2.279</b>	<b>6.779</b>
0	0	149	0	149
43	18	421	-371	111
<b>3.707</b>	<b>3.019</b>	<b>2.963</b>	<b>-2.650</b>	<b>7.039</b>
2.335	1.796	2.400	-2.278	4.253
518	620	809	0	1.947
280	488	453	-374	848
<b>574</b>	<b>115</b>	<b>-699</b>	<b>1</b>	<b>-9</b>

#### 01.01.2018 - 30.06.2018

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

1.886	2.719	1.125	0	5.730
720	381	442	-1.543	0
<b>2.605</b>	<b>3.100</b>	<b>1.567</b>	<b>-1.543</b>	<b>5.730</b>
0	0	167	0	167
148	78	497	-434	290
<b>2.754</b>	<b>3.178</b>	<b>2.231</b>	<b>-1.977</b>	<b>6.187</b>
1.663	1.894	1.577	-1.542	3.592
444	843	830	0	2.117
235	622	497	-434	920
<b>412</b>	<b>-181</b>	<b>-672</b>	<b>0</b>	<b>-442</b>

Im **nationalen Segment** konnte der Gesamtumsatz inklusive Innenumsätzen um 41 % auf 3.664 TEUR (H1/2018: 2.605 TEUR) gesteigert werden. In Konsequenz dessen stieg das EBITDA um 162 TEUR auf 574 TEUR (H1/2018: 412 TEUR) im Vergleich zum Vorjahreszeitraum an.

Die Umsatzerlöse der **internationalen Geschäftstätigkeiten** waren in den ersten sechs Monaten 2019 mit einer Reduktion in Höhe von 3 % auf 3.002 TEUR (H1/2018: 3.100 TEUR) leicht rückläufig.

Ursächlich hierfür war, dass die Umsatzziele im **britischen** sowie im **spanischen Markt** nicht erreicht werden konnten. Demgegenüber konnten die Umsatzerlöse in **Österreich** und **Polen** um jeweils rund 30 % im Vergleich zum Vorjahreszeitraum gesteigert werden.

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

Jedoch konnte durch eine entsprechende Anpassung der Kostenstruktur das EBITDA um 296 TEUR im Vergleich zum Vorjahreszeitraum verbessert werden.

Im Ergebnis steuert das Segment ein positives EBITDA zum Konzernergebnis in Höhe von 115 TEUR (H1/2018: -181 TEUR) bei.

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

## ÜBERLEITUNGSRECHNUNG

(in TEUR)

	HI/2019	HI/2018
<b>EBITDA</b>	<b>-9</b>	<b>-440</b>
Abschreibungen und Wertminderungen	-252	-154
Finanzergebnis	-107	-47
<b>Ergebnis vor Steuern</b>	<b>-368</b>	<b>-641</b>
Steuern	-63	-27
<b>Ergebnis nach Steuern</b>	<b>-432</b>	<b>-668</b>

Zum 30. Juni 2019 betragen die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen in der **nationalen Region** 1.137 TEUR (Vorjahr: 567 TEUR) sowie 1.052 TEUR (Vorjahr: 1.308 TEUR) in der **Region international** sowie im Bereich **Corporate Functions** in Höhe von 813 TEUR (Vorjahr: 375 TEUR).

Daneben beliefen sich die Verbindlichkeiten in der **nationalen Region** auf 1.619 TEUR (Vorjahr: 1.154 TEUR), **international** auf 1.049 TEUR (Vorjahr: 1.509 TEUR) sowie im Bereich **Corporate Functions** auf 323 TEUR (Vorjahr: 512 TEUR).

## CASH-FLOW RECHNUNG

Zum 30. Juni 2019 beliefen sich die **liquiden Mittel** der YOC-Gruppe auf 0,3 Mio. EUR.

Der **operative Cash-Flow** der YOC-Gruppe betrug 0,1 Mio. EUR im Berichtszeitraum (H1/2018: -0,5 Mio. EUR). Dieser resultierte, neben dem Ergebnis nach Steuern, aus der saisonalen Veränderung des Working Capital.

Der Mittelabfluss aus **Investitionstätigkeiten** in Höhe von insgesamt 0,3 Mio. EUR (H1/2018: 0,3 Mio. EUR) umfasst primär die aktivierungsfähigen Entwicklungskosten im Zusammenhang mit der Weiterentwicklung der technologischen Plattformen beziehungsweise innovativer Produkte des Unternehmens sowie externe Entwicklungskosten.

Im Sachanlagevermögen verhalten sich Zu- und Abgänge ausgewogen.

Der **Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeiten** in Höhe von -0,2 Mio. EUR (H1/2018: 0 Mio. EUR) resultiert aus der Tilgung von Darlehens- und Leasingverbindlichkeiten.

## EREIGNISSE NACH DER ZWISCHENBERICHTSPERIODE

Die YOC AG hat am 22. Juli 2019 bekannt gegeben, dass die BaFin ein Bußgeldverfahren gegen die Gesellschaft betreibt. Hintergrund ist eine in den Halbjahresfinanzberichten 2016 und 2017 nicht enthaltene Versicherung der Geschäftsführung nach § 264 Abs. 2 Satz 3, § 289 Abs. 1 Satz 5 des Handelsgesetzbuches.

Die Richtigkeit des Zahlenwerks der Halbjahresabschlüsse sowie der betreffenden Jahresabschlüsse als solche steht nicht in Frage. Die Höhe eines möglichen Bußgelds steht noch nicht fest, wird aber die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit der Gesellschaft zu berücksichtigen haben. Die YOC AG wird mit der BaFin bei der Aufarbeitung des Vorgangs zusammenarbeiten.

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

## RISIKO- UND CHANCENBERICHT

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

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

## HAFTUNGSVERHÄLTNISSE, EVENTUALVERBINDLICHKEITEN UND ÄHNLICHES

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

## ANGABEN ZU BEZIEHUNGEN ZU NAHESTEHENDEN UNTERNEHMEN UND PERSONEN

Als nahestehende Unternehmen und Personen im Sinne des IAS 24 kommen grundsätzlich Mitglieder des Vorstandes und des Aufsichtsrates der YOC AG sowie deren Familienangehörige sowie von diesem Personenkreis beherrschte Gesellschaften in Betracht. Darüber hinaus gelten Personen in Schlüsselpositionen und deren enge Familienangehörige (gemäß IAS 24.9) als nahestehende Personen.

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

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

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

## VERSICHERUNG DER GESETZLICHEN VERTRETER

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

Berlin, 21. August 2019



Dirk-Hilmar Kraus

Der Vorstand

# YOC-STANDORTE

## BERLIN

YOC AG  
YOC Mobile Advertising GmbH

Greifswalder Straße 212  
10405 Berlin  
Deutschland

## DÜSSELDORF

YOC Mobile Advertising GmbH

Corneliusstraße 16 - 18  
40215 Düsseldorf  
Deutschland

## LONDON

YOC Mobile Advertising Ltd.

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

## MADRID

YOC Spain S.L.

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

## WIEN

YOC Central Eastern Europe GmbH

Neubaugasse 10/2/17  
1070 Wien  
Österreich

## WARSCHAU

YOC Central Eastern Europe GmbH

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

## AMSTERDAM

YOC Mobile Advertising Netherlands

Mediarena 2  
1114 BC Amsterdam – Duivendrecht  
Niederlande

# FINANZKALENDER

## 20. NOVEMBER 2019

Bericht zum dritten Quartal 2019

## 10./11. DEZEMBER 2019

MKK – Münchner Kapitalmarkt Konferenz

# IMPRESSUM

## HERAUSGEBER

YOC AG  
Greifswalder Straße 212  
10405 Berlin  
Deutschland

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

Registereintragung: Amtsgericht Berlin HRB 77 285

## GESAMTKONZEPT UND REDAKTION

YOC AG  
Investor Relations

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

