

Empfehlung: Kaufen

Kursziel: 21,00 Euro

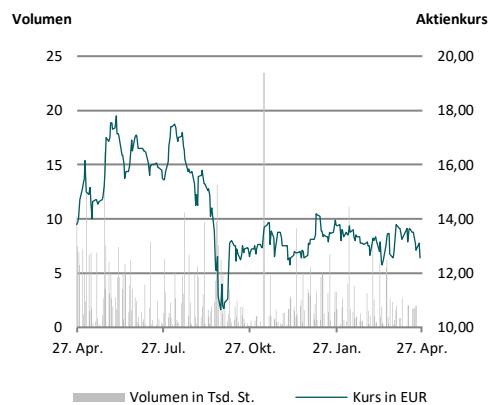
Kurspotenzial: +64 Prozent

Aktiendaten

KURS (Schlusskurs Vortag)	12,80 EURO (XETRA)
Aktienanzahl (in Mio.)	3,48
Marktkap. (in Mio. Euro)	44,5
Enterprise Value (in Mio. Euro)	43,7
Ticker	YOC
ISIN	DE0005932735

Kursperformance

52 Wochen-Hoch (in Euro)	17,85
52 Wochen-Tief (in Euro)	10,30
3 M relativ zum CDAX	-8,9%
6 M relativ zum CDAX	-20,4%



Aktionärsstruktur

Streubesitz	45,0%
Vorstand	18,9%
Dr. Kyra Heiss	10,3%
Peter Zühlsdorff	8,9%
Karl-J. Kraus	5,2%
Weitere Investoren	11,8%

Termine

Q1 Bericht	24. Mai 2023
H1 Bericht	16. August 2023

Prognoseanpassung

	2023e	2024e	2025e
Umsatz (alt)	29,2	35,7	43,2
Δ in %	1,4%	0,6%	-
EBIT (alt)	3,2	4,0	5,1
Δ in %	-5,0%	-5,2%	-7,1%
EPS (alt)	0,93	1,13	1,45
Δ in %	-5,4%	-3,5%	-6,2%

Analysten

Nils Scharwächter	Tim Kruse, CFA
+49 40 41111 37 86	+49 40 41111 37 84
n.scharwaechter@montega.de	t.kruse@montega.de

Publikation

Comment 28. April 2023

GJ 2022 erfolgreich abgeschlossen – Sukzessive Margenexpansion bei der akquirierten finnischen Nostemedia Oy visibel

Die YOC AG hat gestern den Geschäftsbericht für 2022 vorgelegt, der den in den vorläufigen Zahlen bereits angedeuteten starken Verlauf bestätigt. Der Jahresausblick liegt zwar ergebnisseitig leicht unter unseren bisherigen Prognosen, unterstreicht in Summe jedoch, dass die AdTech-Gruppe den Gesamtmarkt weiterhin deutlich outperformen dürfte.

Top und Bottom Line entsprechen den vorläufigen Zahlen – 24,4% Umsatzwachstum bei Verbesserung der Profitabilität: Zum Ende des Geschäftsjahres standen Konzernlöhne i.H.v. 23,4 Mio. Euro zu Buche, was einer Steigerung von 24,4% yoy entspricht. Mit rd. 34% yoy konnte die Gruppe insbesondere in den internationalen Märkten zulegen (Umsatzanteil 2022: 44,3%). In der positiven Entwicklung der Rohertragsmarge (2022: 47,2%; +1,3PP yoy) zeichnet sich zudem der Kostenvorteil vollständig eigener Technologie ab. Bereinigt um den Ergebnisondereffekt aus dem Vorjahr, der aus der Entkonsolidierung der spanischen Tochtergesellschaft resultierte (ca. 0,2 Mio. Euro), konnte die Gruppe die Nettogewinnmarge wie bereits seit 2020 in den vergangenen Jahren steigern (2022: 10,0%; +0,2PP yoy).

Veröffentlichte Guidance für 2023 verdeutlicht Fortsetzung des starken Wachstumskurs: Der kommunizierte Ausblick für das laufende Geschäftsjahr liegt zwar im Ergebnis leicht unter unseren bisherigen Erwartungen, unterstreicht jedoch nach wie vor die attraktiven Wachstumsaussichten. So wurden inklusive der Übernahme der finnischen Gesellschaft, die einen Umsatzbeitrag im niedrigen einstelligen Millionenbereich liefern dürfte, Konzernlöhne für 2023 i.H.v. 29-30 Mio. Euro in Aussicht gestellt, was einer Zunahme ggü. 2022 von 23,8-28,0% yoy entspricht. Das Unternehmen erwartet darüber hinaus ein EBITDA zwischen 4,0 und 4,5 Mio. Euro (MONE bisher: 4,7 Mio. Euro), was letztendlich in einem Konzernergebnis von rd. 2,5 bis 3,0 Mio. Euro münden dürfte (MONE bisher: 3,2 Mio. Euro). Während nach Angaben des Online-Vermarkterkreises (OKV) das Gesamtwachstum in 2022 im deutschen Display-Werbemarkt durch ein schwaches Q4 mit 1,1% yoy deutlich unter den Erwartungen lag, dürfte sich YOC u.E. durch die High Impact-Formate sowie die eigene VIS.X®-Plattform deutlich besser schlagen als der Gesamtmarkt, was sich auch in der ausgegebenen Guidance widerspiegelt.

Positiver Newsflow dürfte zeitnah folgen – renommiertes Marktforschungsinstitut Nielsen geht in die 3. Runde: Nachdem bereits die ersten zwei Studien eindrucksvoll die höhere Wirksamkeit der High Impact-Werbeformate von YOC nachweisen konnten, erwarten wir auch von der aktuellen Analyse mit dem Titel: „From Awareness to Action: Does High Impact Advertising provoke User Engagement?“ überdurchschnittliche Ergebnisse der eigenen Werbeformate. Bezüglich der Ergebnisauswertung und der gewonnenen Erkenntnisse veranstaltet YOC mit Nielsen am 4. Mai ein exklusives Webinar.

Fazit: Wir erachten das Mittelfristpotenzial insbesondere durch die sich abzeichnende Skalierbarkeit des Plattformgeschäftsmodells weiterhin als attraktiv und bekräftigen nach Fortschreibung des DCF-Modells unsere Kaufempfehlung bei einem unveränderten Kursziel von 21,00 Euro.

Geschäftsjahresende: 31.12.	2021	2022	2023e	2024e	2025e
Umsatz	18,8	23,4	29,6	35,9	43,2
Veränderung yoy	21,6%	24,4%	26,3%	21,3%	20,3%
EBITDA	2,8	3,5	4,5	5,7	7,0
EBIT	2,0	2,3	3,0	3,8	4,7
Jahresüberschuss	2,1	2,3	3,1	3,8	4,7
Rohertragsmarge	45,9%	47,2%	47,6%	47,7%	47,8%
EBITDA-Marge	15,1%	14,8%	15,3%	15,8%	16,3%
EBIT-Marge	10,7%	9,9%	10,3%	10,6%	11,0%
Net Debt	-1,0	-0,9	-3,5	-7,2	-11,5
Net Debt/EBITDA	-0,4	-0,2	-0,8	-1,3	-1,6
ROCE	774,4%	-578,4%	237,5%	192,6%	182,5%
EPS	0,59	0,67	0,88	1,09	1,36
FCF je Aktie	0,48	0,36	0,74	1,06	1,26
Dividende	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Dividendenrendite	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
EV/Umsatz	2,3	1,9	1,5	1,2	1,0
EV/EBITDA	15,3	12,6	9,7	7,7	6,2
EV/EBIT	21,7	18,8	14,4	11,5	9,2
KGV	21,7	19,1	14,5	11,7	9,4
KBV	-71,6	26,1	8,6	4,7	3,1

Quelle: Unternehmen, Montega, Capital IQ

Angaben in Mio. EUR, EPS in EUR Kurs: 12,80

UNTERNEHMENSHINTERGRUND

Die YOC AG ist ein AdTech-Unternehmen mit Fokus auf mobilen Endgeräten. Auf Basis der proprietären Werbesoftware agiert das Unternehmen als technologiebasierter Intermediär zwischen werbetreibenden Kunden (Advertiser) wie Netflix und den Anbietern von Werbeplätzen (Publisher) wie der Bauer Media Gruppe.

Das Unternehmen hat sich nach einer bewegten Vergangenheit in den vergangenen Jahren konsequent auf die Kernkompetenz im Mobile Brand Advertising fokussiert und mit der Entwicklung von eigenen High-Impact-Werbeformaten, in Kombination mit der eigenen vollautomatischen Softwareplattform VIS.X® für die Abwicklung und Auslieferung der Werbeaufträge eine attraktive Wettbewerbsposition erlangt. Diese bildet die Grundlage für das profitable Wachstum der letzten Jahre.

Key Facts 2022

Ticker	YOC	Umsatz	23,4 Mio. Euro
Sektor	AdTech	EBITDA	3,5 Mio. Euro
Mitarbeiter	72 (FTEs)	EBITDA-Marge	14,1%
Kernkompetenz	Automatisierte Auslieferung von High-Impact-Displaywerbung im Brand Advertising durch die proprietäre Handelsplattform VIS.X®		
Standorte	Berlin (Hauptsitz), Düsseldorf, Hamburg, Wien (Österreich), Warschau (Polen), Zürich (Schweiz)		
Kundenstruktur	Internationaler Kundenstamm mit 80% der Global Top 500 Werbetreibenden und ca. 1.700 Webseiten von rund 200 verschiedenen europäischen Publishern		

Quelle: Unternehmen

Wesentliche Ereignisse der Unternehmenshistorie

- 2001** Gründung der YOC AG; erste Mobile Marketing Kampagne („Cash or Crash“)
- 2003** Eröffnung eines ersten ausländischen Standortes in Wien
- 2005** Eröffnung eines Standortes in London
- 2006** Börsengang im Entry Standard der Frankfurter Börse und Entwicklung der Affiliate Marketing-Plattform belboon
- 2007** Übernahme der Sevenval AG, die sich mit der Entwicklung und dem Betrieb von mobilen Internetportalen beschäftigte
- 2008** Übernahme der adbutler GmbH zur Stärkung des Affiliate Marketing-Netzwerkes
- 2009** Wechsel in den Prime Standard und Eröffnung eines Standortes in Madrid
- 2012** Preisverleihung des renommierten Golden Cannes Lion für das YOC Mystery Ad®
- 2013** Verkauf der Sevenval GmbH als Folge der Fokussierung auf das Kerngeschäft Mobile Advertising
Entwicklung des erfolgreichen High-Impact-Produktes YOC Understitial Ad
- 2014** Verkauf von belboon-adbutler und damit Rückzug aus dem Affiliate Marketing
Eröffnung eines neuen Standortes in Düsseldorf
- 2017** Eröffnung eines neuen Standortes in Warschau
- 2018** Entwicklung der Handelsplattform VIS.X® und Transformation zu einem Werbetechnologieunternehmen

- 2020** Einführung des VIS.X® Software Development Kit (SDK) und damit Ausweitung des Werbeinventars auf mobile Applikationen

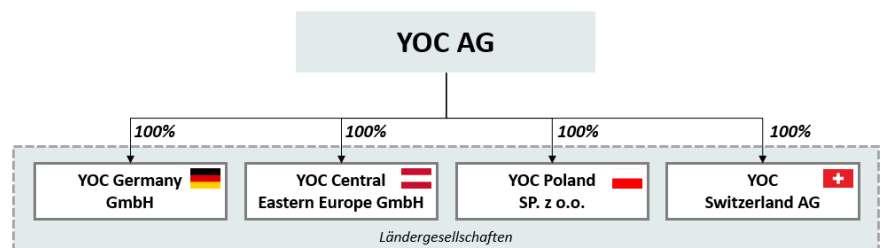
Eröffnung eines Standortes in Hamburg und Liquidierung der YOC Mobile Advertising Limited, UK
- 2021** Entkonsolidierung der spanischen Tochtergesellschaft YOC Spain S.L.

Launch des eigenen Adservers zur Ausweitung des Angebots und Erlangung von vollständiger Unabhängigkeit
- 2022** Akquisition der schweizerischen theINDUSTRY AG und Erweiterung des Geschäftsfeldes auf die gesamte DACH-Region sowie Ausweitung des Leistungsspektrums auf Desktop-Werbung
- 2023** Akquisition der finischen Nostemedia Oy und damit Aufnahme der Geschäftsaktivität in der attraktiven NORDICS-Region

Konsolidierungskreis

Muttergesellschaft der Gruppe ist die in Berlin ansässige YOC AG. Zur Holding gehören insgesamt vier Tochtergesellschaften (Stand: 01/2023), die alle vollkonsolidiert werden und zu 100% im Besitz der Muttergesellschaft sind. Die Gruppe ist neben dem deutschen Markt in Österreich, der Schweiz und Polen mit entsprechenden Gesellschaften operativ tätig.

Konsolidierungskreis der YOC AG

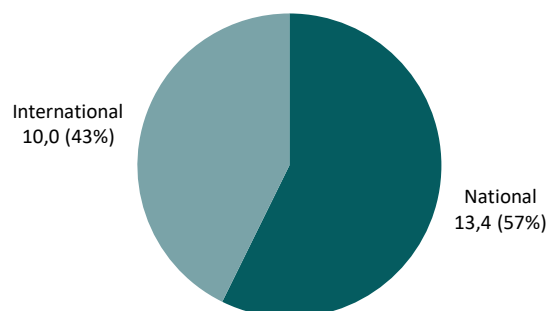


Quelle: Unternehmen

Absatzregionen

Entsprechend des Konsolidierungskreises erwirtschaftet die YOC-Gruppe Erlöse im In- und Ausland. Der Umsatzanteil des Kernmarktes Deutschland betrug 13,4 Mio. Euro im Geschäftsjahr 2022. International wurde in den Märkten Österreich, Polen und der Schweiz im gleichen Zeitraum Umsätze von insgesamt 10,0 Mio. Euro erzielt. Der jeweiligen prozentualen Umsatzanteile sind der folgenden Tabelle zu entnehmen.

Umsätze nach Regionen
(in Mio. Euro)



Quelle: Unternehmen

Produktportfolio

Das Produktportfolio von YOC umfasst zahlreiche Werbeformate für den Mobile und Desktop Display-Bereich. Da die Entwicklung und Vermarktung innovativer High-Impact-Produkte als Kernleistung des Unternehmens angesehen werden kann und sich durch die Produktqualität von Wettbewerben differenziert, werden diese Formate im Folgenden jeweils kurz umschrieben. Die nachfolgende Grafik dient dem besseren Verständnis und zur Einordnung der verschiedenen Produkte der YOC AG.

Übersicht des High-Impact-Produktportfolios



Quelle: Unternehmen

Der Pionier – YOC Understitial Ad®

Das markengeschützte YOC Understitial Ad kann als Einstiegsprodukt der High-Impact-Werbeformate angesehen werden. Durch Scrollen des Nutzers zeigt sich das Werbemittel, das zuvor unterhalb des Leseabschnittes war, in vollflächigem Format. Auf diese Weise schafft YOC eine angenehme Nutzererfahrung ohne den Lesefluss zu stören. Dies zeigt sich in der 3,5x höheren Click-Through-Rate (die CTR-Kennzahl stellt das Verhältnis zwischen Klicks und Auslieferungen dar). Bei ausgespielten Video- oder HTML5-Formaten steigt diese Rate sogar auf 4,2x.

YOC Inline Video Ad

Mit dieser Produktvariante ermöglicht YOC den Kunden das Ausstrahlen von hochwertigen Videoformaten. Die Werbebotschaft wird in die Webseite des Publishers integriert und das Abspielen des Videos beginnt, sobald 50% der Anzeige für den Nutzer sichtbar sind. So konzentriert sich die Aufmerksamkeit des Nutzers auf die geschaltete Werbung. Hervorzuheben ist das automatische und geräteübergreifende Abspielen, was durch die eigenentwickelte Videotechnologie (IVA) ermöglicht wird. Die Wirksamkeit dieses High-Impact-Produktes zeigt sich mit Blick auf die Video-Completion-Rate in Höhe von 46%. Zudem wurde in internen Studien festgestellt, dass die Brand Awareness durch die aufmerksamkeitsstarken Videoformate um 10% höher ausfiel als bei Standardwerbeprodukten.

YOC Mystery Ad®

Das markengeschützte Werbeformat YOC Mystery Ad® zeichnet sich durch ein hohes Maß an Interaktion aus. Zahlreiche renommierte Preisauszeichnungen der Werbebranche (u.a. Golden Cannes Mobile Lion) unterstreichen die Qualität dieses High-Impact-Produktes. Durch die Einbindung von beispielsweise der Smartphone-Kamera, den Fingerabdruck-

Sensoren oder aber der Vibrationsfunktion differenziert sich das Produkt deutlich erkennbar von Standardformaten anderer Anbieter. Mit den flexiblen Kombinationsmöglichkeiten der Smartphone-Funktionen lassen sich individuelle und kreative Werbestorys erzählen – ein durch Wischen sichtbar werdendes Panorama-Foto, das Mixen eines Cocktails durch Schütteln des Smartphones oder aber das Füllen eines Glases durch Kippen des mobilen Endgerätes. Die Kennzahlen bestätigen die Wirksamkeit von interaktiven Werbeformaten, die auf nutzerseitiges Interesse stoßen (5,5x höhere Nutzungsdauer, 1,6x höhere Engagement-Rate und 7,2x höhere Playrate).

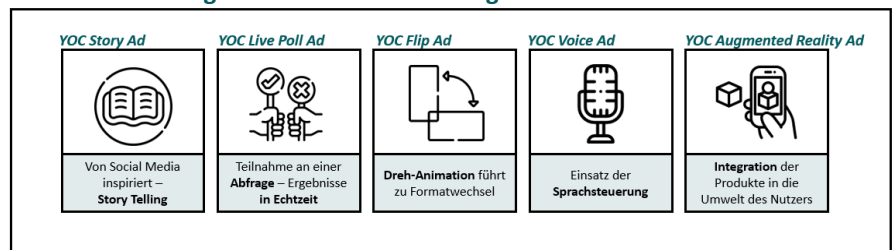
YOC Mystery Scroller®

Die Werbeanzeige bleibt bei dem YOC Mystery Scroller® dauerhaft bestehen und erstreckt sich über knapp 30% der Bildschirmfläche. Mithilfe der Reactive-Scroll Technologie kann der Werbetreibende Videos, Animationen und Effekte in das Ad-Format integrieren. So verändern beispielsweise Gegenstände in der Animation durch das Hoch- und Runterscrollen die Position, Farbe oder Größe. Der Nutzer wird durch innovative Anzeigenelemente zur Interaktion mit der dahinterstehenden Marke animiert. Dieses Werbeformat ist für alle Devices verfügbar und weist eine 1,5x höhere CTR aus. Das Ausstrahlen eines Videos oder die Nutzung von HTML5 führt laut Unternehmensangaben zu einer 2x höheren VCTR.

YOC Ad Plus

Unter YOC Ads Plus werden innovative Erweiterungen für zuvor erläuterte High-Impact-Produkte verstanden, die zum Ziel haben, das Werbeerlebnis für alle Beteiligten zu optimieren. Derzeit umfasst das verfügbare Portfolio insgesamt fünf Erweiterungsprodukte. Mit diesen können die Werbetreibenden ihre Kampagnen individualisieren. Beispielsweise können die Nutzer mithilfe des Live Poll Ads an einer Abstimmung teilnehmen, aus der die Ergebnisse in Echtzeit übermittelt werden. Ebenso lassen sich moderne Elemente wie die Sprachsteuerung oder der Einsatz von Augmented Reality (AR) in die Kampagnen implementieren.

Mögliche Produkterweiterungen durch YOC Ad Plus



Quelle: Unternehmen

YOC Branded Takeover

Mit dem YOC Branded Takeover ermöglicht YOC das Kombinieren verschiedener High-Impact-Formate, um das bestmögliche Werbeerlebnis zu kreieren. Die hohe Markenpräsenz durch das gleichzeitige Ausstrahlen mehrerer Formate auf einer Website kann Einfluss auf die nachhaltige Markenwahrnehmung der Endnutzer haben. Über mehrere Touch-Points kann der Werbetreibende so die Interaktion zwischen Marke und Nutzer forcieren.

Management

Der Vorstand besteht zurzeit aus dem CEO und Gründer Dirk-Hilmar Kraus, der auf der operativen Ebene durch die Führungskräfte Sebastian Bauermann (CFO), Evgenij Tovba (CTO), Jan Gräwen (CCO) sowie Maximilian Pruscha (COO) unterstützt wird.



Dirk-Hilmar Kraus (CEO) begann nach dem Abschluss des BWL-Studiums seine berufliche Laufbahn als Consultant bei Roland Berger im Bereich der Strategieentwicklung. 2001 folgte dann die Gründung der YOC AG, die er als CEO von 2005 bis 2012 führte. Im September 2013 kehrte Dirk Kraus zurück und fokussierte sich zunächst auf die Restrukturierung und die strategische Neuausrichtung der YOC-Gruppe. 2017 wurde diese erfolgreich abgeschlossen.



Sebastian Bauermann (CFO) leitet das Finanzressort der gesamten YOC-Gruppe und ist bereits seit 2008 für das Unternehmen tätig, wobei er zuvor die Position des Head of Controlling innehatte. Darüber hinaus verantwortet er die von YOC integrierte SAP Unternehmenssoftware und kümmert sich um die Berücksichtigung der Finanzprozesse bei der Entwicklung der YOC Ad-Tech-Plattform VIS.X® sowie des proprietären Business Intelligence Tools.



Evgenij Tovba (CTO) ist bereits seit 2009 für das Unternehmen tätig und hatte bis zur Ernennung als CTO im Jahre 2014 die Position des Director Technology inne. Der Fokus von Evgenij Tovba liegt auf der Weiterentwicklung der Technologieplattform VIS.X®, die mittlerweile 100% der Unternehmensumsätze abwickelt.



Jan Gräwen (CCO) verantwortet die Erprobung neuer High-Impact-Produkte sowie neuer Kanäle für die VIS.X®-Plattform. Darüber hinaus ist er gemeinsam mit seinen Teams in Berlin und Düsseldorf für das Geschäft von YOC in Deutschland zuständig. Zuletzt war Jan Gräwen in verschiedenen Senior Positionen bei Ströer tätig und konnte dadurch sein fundiertes Branchenwissen ausbauen.

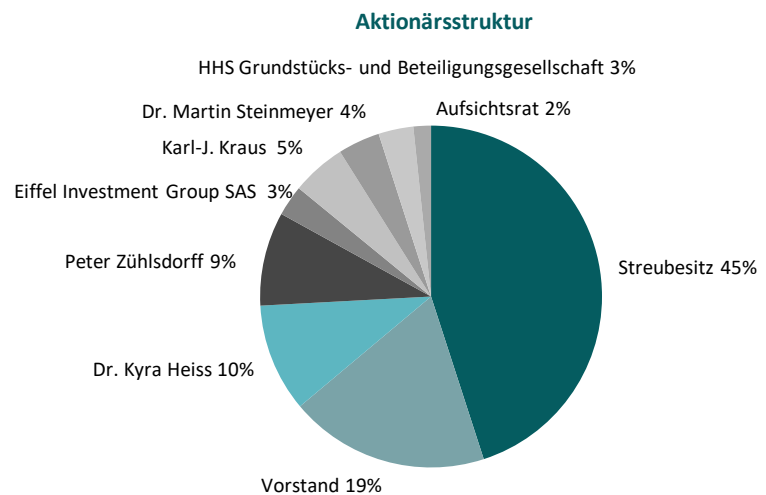


Maximilian Pruscha (COO) verantwortet den Geschäftsbetrieb in allen Länderorganisationen von YOC und arbeitet gemeinsam mit Dirk Kraus an der weiteren Internationalisierung der YOC-Gruppe. Darüber hinaus leitet er das Geschäft von YOC in Österreich.

Aktionärsstruktur

Der Börsengang der YOC AG erfolgte im Juni 2006 in den Entry Standard der Frankfurter Wertpapierbörse. Seit 2009 ist das Unternehmen im Prime Standard gelistet. Aufgrund der Ausübung eines Wandlungsrechts der Eiffel Investment Group SAS aus dem Jahr 2018 wurden Schuldverschreibungen mit einem Nennbetrag in Höhe von 1,5 Mio. Euro bereits mehr als ein Jahr vor Ablauf ihrer ursprünglichen Laufzeit zum 31. Juli 2022 in Aktien der YOC AG gewandelt, wodurch sich das Grundkapital der Gesellschaft auf insgesamt 3.476.478 Aktien erhöhte.

Größter Einzelaktionär der YOC AG ist neben den Vorstandsanteilen von 18,89% Frau Dr. Kyra Heiss mit 10,25%. Weitere Großaktionäre sind in absteigender Reihenfolge Peter Zühlsdorff mit 8,87%, Karl-J. Kraus mit 5,15%. Jüngst überschritt das Investmentvehikel von Herrn Schaber, die HHS Grundstücks- und Beteiligungsgesellschaft mbH & Co. KG, die Grenze zur Meldepflicht und hält 3,30% der Anteile. Herr Schaber ist der Gründer der ebenfalls börsennotierten Data Group SE. Die Beteiligung von Herrn Dr. Martin Steinmeyer belief sich auf 3,97%. Im Q1/2023 reduzierte die Eiffel Investment Group SAS die Position, die nun noch 2,9% der Anteile beträgt. Darüber hinaus hält der Aufsichtsrat 1,66% der Anteile. Zudem befinden sich 45,0% der Aktien im Free Float.



Quelle: Unternehmen

ANHANG

DCF Modell

Angaben in Mio. Euro	2023e	2024e	2025e	2026e	2027e	2028e	2029e	Terminal Value
Umsatz	29,6	35,9	43,2	50,4	56,2	61,8	66,8	68,4
Veränderung	26,3%	21,3%	20,3%	16,7%	11,5%	10,0%	8,0%	2,5%
EBIT	3,0	3,8	4,7	5,6	6,5	7,4	8,7	8,9
EBIT-Marge	10,3%	10,6%	11,0%	11,1%	11,5%	12,0%	13,0%	13,0%
NOPAT	3,1	3,8	4,7	5,6	6,2	7,2	8,4	6,4
Abschreibungen	1,5	1,9	2,3	2,7	2,2	1,9	1,7	1,5
in % vom Umsatz	5,0%	5,2%	5,3%	5,4%	4,0%	3,0%	2,5%	2,2%
Liquiditätsveränderung								
- Working Capital	-0,6	-0,4	-0,8	-0,5	-0,3	-0,3	-0,2	-0,1
- Investitionen	-1,4	-1,6	-1,9	-2,1	-1,7	-1,7	-1,7	-1,5
Investitionsquote	4,8%	4,4%	4,3%	4,1%	3,0%	2,7%	2,5%	2,2%
Übriges	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Free Cash Flow (WACC-Modell)	2,6	3,7	4,4	5,8	6,5	7,0	8,1	6,3
WACC	9,2%	9,2%	9,2%	9,2%	9,2%	9,2%	9,2%	9,2%
Present Value	2,4	3,1	3,4	4,1	4,2	4,2	4,4	47,3
Kumuliert	2,4	5,6	9,0	13,0	17,3	21,5	25,9	73,1

Wertermittlung (Mio. Euro)

Total present value (Tpv)	73,1
Terminal Value	47,3
Anteil vom Tpv-Wert	65%
Verbindlichkeiten	0,8
Liquide Mittel	1,7
Eigenkapitalwert	74,0

Aktienzahl (Mio.)	3,48
Wert je Aktie (Euro)	21,29
+Upside / -Downside	66%
Aktienkurs (Euro)	12,80

Modellparameter

Fremdkapitalquote	30,0%
Fremdkapitalzins	7,0%
Marktrendite	9,0%
risikofreie Rendite	2,50%

Beta	1,30
WACC	9,2%
ewiges Wachstum	2,5%

Quelle: Montega

Annahmen: Umsatzwachstumsraten und Margenerwartungen

Kurzfristiges Umsatzwachstum	2023-2026	19,4%
Mittelfristiges Umsatzwachstum	2023-2029	14,5%
Langfristiges Umsatzwachstum	ab 2030	2,5%
EBIT-Marge	2023-2026	10,7%
EBIT-Marge	2023-2029	11,3%
Langfristige EBIT-Marge	ab 2030	13,0%

Sensitivität Wert je Aktie (Euro)

ewiges Wachstum

WACC	1,75%	2,25%	2,50%	2,75%	3,25%
9,68%	18,59	19,34	19,75	20,19	21,17
9,43%	19,23	20,04	20,49	20,97	22,05
9,18%	19,91	20,80	21,29	21,82	23,01
8,93%	20,64	21,61	22,15	22,73	24,05
8,68%	21,43	22,49	23,08	23,72	25,19

Sensitivität Wert je Aktie (Euro)

EBIT-Marge ab 2030e

WACC	12,50%	12,75%	13,00%	13,25%	13,50%
9,68%	19,27	19,51	19,75	19,99	20,22
9,43%	19,99	20,24	20,49	20,74	20,99
9,18%	20,76	21,02	21,29	21,55	21,82
8,93%	21,59	21,87	22,15	22,43	22,71
8,68%	22,49	22,78	23,08	23,38	23,67

G&V (in Mio. Euro) YOC AG	2020	2021	2022	2023e	2024e	2025e
Umsatz	15,5	18,8	23,4	29,6	35,9	43,2
Bestandsveränderungen	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Aktivierete Eigenleistungen	0,5	0,6	0,6	0,9	1,1	1,3
Gesamtleistung	16,0	19,4	24,1	30,5	37,0	44,5
Materialaufwand	9,2	10,8	13,0	16,4	19,9	23,8
Rohertrag	6,8	8,6	11,1	14,1	17,1	20,6
Personalaufwendungen	3,7	4,6	5,6	7,1	8,4	10,1
Sonstige betriebliche Aufwendungen	1,4	1,7	2,5	2,7	3,2	3,8
Sonstige betriebliche Erträge	0,1	0,4	0,5	0,2	0,2	0,3
EBITDA	1,8	2,8	3,5	4,5	5,7	7,0
Abschreibungen auf Sachanlagen	0,0	0,0	0,1	0,1	0,1	0,1
EBITA	1,8	2,8	3,4	4,5	5,6	6,9
Amortisation immaterielle Vermögensgegenstände	0,7	0,8	1,1	1,4	1,8	2,2
Impairment Charges und Amortisation Goodwill	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
EBIT	1,1	2,0	2,3	3,0	3,8	4,7
Finanzergebnis	-0,3	-0,2	0,0	0,0	0,0	0,0
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	0,9	1,9	2,3	3,0	3,8	4,7
Außerordentliches Ergebnis	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
EBT	0,9	1,9	2,3	3,0	3,8	4,7
EE-Steuern	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Jahresüberschuss aus fortgef. Geschäftstätigkeit	0,6	1,9	2,3	3,1	3,8	4,7
Ergebnis aus nicht fortgeführter Geschäftstätigkeit (netto)	-0,3	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0
Jahresüberschuss vor Anteilen Dritter	0,3	2,1	2,3	3,1	3,8	4,7
Anteile Dritter	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Jahresüberschuss	0,3	2,1	2,3	3,1	3,8	4,7

Quelle: Unternehmen (berichtete Daten), Montega (Prognosen)

G&V (in % vom Umsatz) YOC AG	2020	2021	2022	2023e	2024e	2025e
Umsatz	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Bestandsveränderungen	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Aktivierete Eigenleistungen	3,3%	3,3%	2,7%	3,0%	3,0%	3,0%
Gesamtleistung	103,3%	103,3%	102,7%	103,0%	103,0%	103,0%
Materialaufwand	59,4%	57,3%	55,5%	55,4%	55,3%	55,2%
Rohertrag	43,9%	45,9%	47,2%	47,6%	47,7%	47,8%
Personalaufwendungen	23,8%	24,2%	23,7%	23,9%	23,5%	23,3%
Sonstige betriebliche Aufwendungen	8,7%	8,9%	10,7%	9,2%	9,0%	8,9%
Sonstige betriebliche Erträge	0,5%	2,2%	1,9%	0,8%	0,6%	0,7%
EBITDA	11,9%	15,1%	14,8%	15,3%	15,8%	16,3%
Abschreibungen auf Sachanlagen	0,3%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%
EBITA	11,6%	14,9%	14,6%	15,1%	15,6%	16,1%
Amortisation immaterielle Vermögensgegenstände	4,2%	4,2%	4,6%	4,8%	5,0%	5,1%
Impairment Charges und Amortisation Goodwill	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
EBIT	7,3%	10,7%	9,9%	10,3%	10,6%	11,0%
Finanzergebnis	-1,7%	-0,8%	-0,2%	-0,1%	-0,1%	-0,1%
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	5,6%	9,9%	9,8%	10,2%	10,5%	10,9%
Außerordentliches Ergebnis	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
EBT	5,6%	9,9%	9,8%	10,2%	10,5%	10,9%
EE-Steuern	1,4%	0,0%	-0,2%	-0,2%	-0,1%	0,0%
Jahresüberschuss aus fortgef. Geschäftstätigkeit	4,2%	9,8%	10,0%	10,3%	10,6%	10,9%
Ergebnis aus nicht fortgeführter Geschäftstätigkeit (netto)	-2,2%	1,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Jahresüberschuss vor Anteilen Dritter	2,0%	11,0%	10,0%	10,3%	10,6%	10,9%
Anteile Dritter	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Jahresüberschuss	2,0%	11,0%	10,0%	10,3%	10,6%	10,9%

Quelle: Unternehmen (berichtete Daten), Montega (Prognosen)

Bilanz (in Mio. Euro) YOC AG	2020	2021	2022	2023e	2024e	2025e
AKTIVA						
Immaterielle Vermögensgegenstände	2,2	2,5	3,3	3,2	2,9	2,3
Sachanlagen	0,1	0,1	0,2	0,2	0,3	0,3
Finanzanlagen	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Anlagevermögen	2,3	2,7	3,5	3,4	3,1	2,7
Vorräte	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	3,9	5,1	5,5	8,2	10,2	12,8
Liquide Mittel	0,9	1,8	1,7	4,3	8,0	12,4
Sonstige Vermögensgegenstände	0,1	0,4	0,9	0,9	0,9	0,9
Umlaufvermögen	4,9	7,3	8,1	13,4	19,1	26,1
Bilanzsumme	7,2	9,9	11,6	16,8	22,2	28,7
PASSIVA						
Eigenkapital	-4,0	-0,6	1,7	5,2	9,4	14,5
Anteile Dritter	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Rückstellungen	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Zinstragende Verbindlichkeiten	7,1	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8
Verbindl. aus Lieferungen und Leistungen	3,1	5,9	5,1	7,3	8,9	10,7
Sonstige Verbindlichkeiten	1,0	3,8	3,8	3,4	3,0	2,6
Verbindlichkeiten	11,2	10,6	9,9	11,6	12,8	14,2
Bilanzsumme	7,2	9,9	11,6	16,8	22,2	28,7

Quelle: Unternehmen (berichtete Daten), Montega (Prognosen)

Bilanz (in % der Bilanzsumme) YOC AG	2020	2021	2022	2023e	2024e	2025e
AKTIVA						
Immaterielle Vermögensgegenstände	30,9%	25,6%	28,6%	18,9%	12,9%	8,2%
Sachanlagen	1,3%	1,4%	1,6%	1,5%	1,2%	1,2%
Finanzanlagen	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Anlagevermögen	32,2%	27,0%	30,2%	20,4%	14,1%	9,3%
Vorräte	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	53,8%	51,1%	47,1%	48,8%	45,9%	44,6%
Liquide Mittel	12,1%	18,1%	14,7%	25,5%	36,0%	43,1%
Sonstige Vermögensgegenstände	1,9%	4,3%	7,8%	5,4%	4,1%	3,1%
Umlaufvermögen	67,8%	73,5%	69,5%	79,7%	86,0%	90,8%
Bilanzsumme	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
PASSIVA						
Eigenkapital	-55,8%	-6,3%	14,7%	30,8%	42,2%	50,5%
Anteile Dritter	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Rückstellungen	1,2%	0,7%	0,9%	0,6%	0,5%	0,3%
Zinstragende Verbindlichkeiten	97,9%	7,8%	7,2%	5,0%	3,8%	2,9%
Verbindl. aus Lieferungen und Leistungen	42,4%	59,5%	44,1%	43,5%	40,1%	37,3%
Sonstige Verbindlichkeiten	14,3%	38,8%	32,8%	20,3%	13,5%	9,1%
Verbindlichkeiten	155,8%	106,7%	85,0%	69,3%	57,8%	49,6%
Bilanzsumme	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Quelle: Unternehmen (berichtete Daten), Montega (Prognosen)

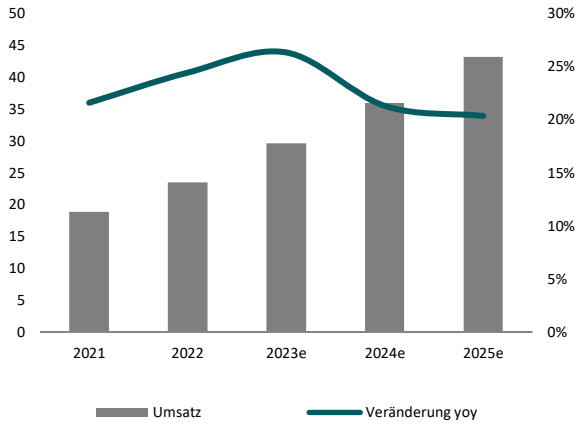
Kapitalflussrechnung (in Mio. Euro) YOC AG	2020	2021	2022	2023e	2024e	2025e
Jahresüberschuss/ -fehlbetrag	0,3	2,1	2,3	3,1	3,8	4,7
Abschreibung Anlagevermögen	0,1	0,0	0,1	0,1	0,1	0,1
Amortisation immaterielle Vermögensgegenstände	0,7	0,8	1,1	1,4	1,8	2,2
Veränderung langfristige Rückstellungen	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Sonstige zahlungsunwirksame Erträge/Aufwendungen	0,3	-0,2	0,1	0,0	0,0	0,0
Cash Flow	1,4	2,7	3,5	4,6	5,7	7,0
Veränderung Working Capital	-0,4	0,0	-1,1	-0,6	-0,4	-0,8
Cash Flow aus operativer Tätigkeit	1,0	2,7	2,5	4,0	5,3	6,2
CAPEX	-0,9	-1,1	-1,2	-1,4	-1,6	-1,9
Sonstiges	0,0	0,0	-0,3	0,0	0,0	0,0
Cash Flow aus Investitionstätigkeit	-0,9	-1,1	-1,4	-1,4	-1,6	-1,9
Dividendenzahlung	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Veränderung Finanzverbindlichkeiten	-0,2	-0,7	-1,1	0,0	0,0	0,0
Sonstiges	0,0	-0,1	0,0	0,0	0,0	0,0
Cash Flow aus Finanzierungstätigkeit	-0,2	-0,7	-1,1	0,0	0,0	0,0
Effekte aus Wechselkursänderungen	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Veränderung liquide Mittel	-0,1	0,9	-0,1	2,6	3,7	4,4
Endbestand liquide Mittel	0,9	1,8	1,7	4,3	8,0	12,4

Quelle: Unternehmen (berichtete Daten), Montega (Prognosen)

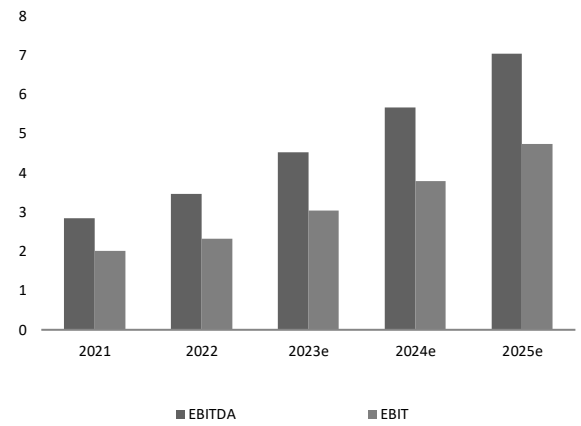
Kennzahlen YOC AG	2020	2021	2022	2023e	2024e	2025e
Ertragsmargen						
Rohertragsmarge (%)	43,9%	45,9%	47,2%	47,6%	47,7%	47,8%
EBITDA-Marge (%)	11,9%	15,1%	14,8%	15,3%	15,8%	16,3%
EBIT-Marge (%)	7,3%	10,7%	9,9%	10,3%	10,6%	11,0%
EBT-Marge (%)	5,6%	9,9%	9,8%	10,2%	10,5%	10,9%
Netto-Umsatzrendite (%)	4,2%	9,8%	10,0%	10,3%	10,6%	10,9%
Kapitalverzinsung						
ROCE (%)	69,0%	774,4%	-578,4%	237,5%	192,6%	182,5%
ROE (%)	-7,2%	-51,4%	-375,8%	179,4%	73,6%	50,4%
ROA (%)	4,3%	20,9%	20,1%	18,2%	17,1%	16,4%
Solvenz						
Net Debt zum Jahresende (Mio. Euro)	6,2	-1,0	-0,9	-3,5	-7,2	-11,5
Net Debt / EBITDA	3,4	-0,4	-0,2	-0,8	-1,3	-1,6
Net Gearing (Net Debt/EK)	-1,5	1,6	-0,5	-0,7	-0,8	-0,8
Kapitalfluss						
Free Cash Flow (Mio. EUR)	0,1	1,7	1,3	2,6	3,7	4,4
Capex / Umsatz (%)	6%	6%	5%	5%	4%	4%
Working Capital / Umsatz (%)	0%	0%	-1%	2%	3%	4%
Bewertung						
EV/Umsatz	2,8	2,3	1,9	1,5	1,2	1,0
EV/EBITDA	23,8	15,3	12,6	9,7	7,7	6,2
EV/EBIT	38,6	21,7	18,8	14,4	11,5	9,2
EV/FCF	350,9	26,3	34,5	16,9	11,8	10,0
KGV	142,2	21,7	19,1	14,5	11,7	9,4
KBV	-11,1	-71,6	26,1	8,6	4,7	3,1
Dividendenrendite	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%

Quelle: Unternehmen (berichtete Daten), Montega (Prognosen)

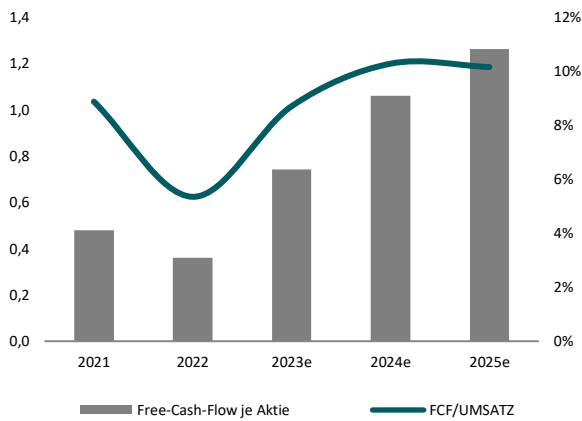
Umsatzentwicklung



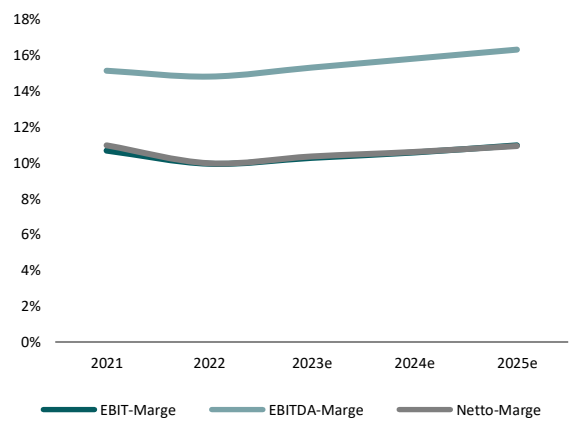
Ergebnisentwicklung



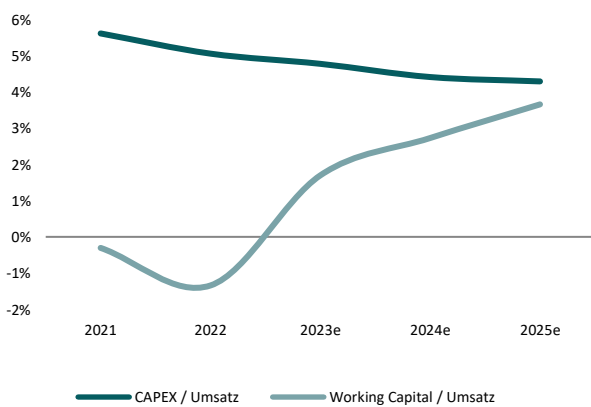
Free-Cash-Flow Entwicklung



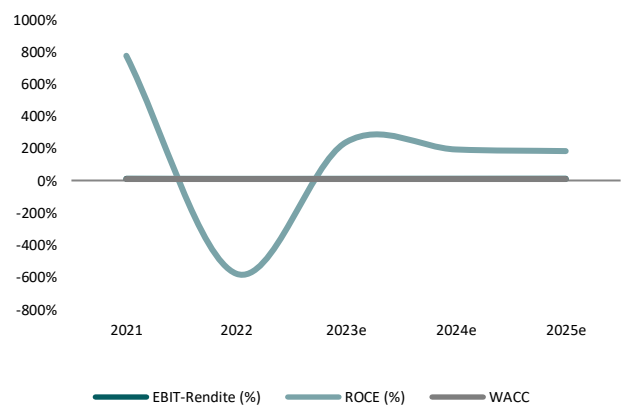
Margenentwicklung



Investitionen / Working Capital



EBIT-Rendite / ROCE



Kurs- und Empfehlungs-Historie

Empfehlung	Datum	Kurs	Kursziel	Potenzial
Kaufen (Erststudie)	24.01.2023	13,50	21,00	+56%
Kaufen	07.02.2023	13,50	21,00	+56%
Kaufen	23.03.2023	13,45	21,00	+56%
Kaufen	27.04.2023	12,80	21,00	+64%