



BERICHT ZUM ERSTEN QUARTAL 2022

Berlin, 25. Mai 2022

INHALTSVERZEICHNIS

Brief an die Aktionäre	3
YOC im Überblick	4
Businessmodell und Technologie.....	5
Lagebericht zum Konzernzwischenabschluss ..	11
Konzernzwischenabschluss	15
Versicherung der gesetzlichen Vertreter	25
Finanzkalender 2022.....	26
Impressum.....	27

BRIEF AN DIE AKTIONÄRE

Sehr verehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

im laufenden Geschäftsjahr 2022 arbeiten wir weiter intensiv an unserer Mission, unsere Handelsplattform **VIS.X®** als die technologische Plattform für hocheffektive digitale Werbung zu etablieren.

In Konsequenz dessen haben sich sämtliche Erfolgskennzahlen unserer Aktivitäten, unabhängig davon, ob diese betriebswirtschaftlicher oder plattformbezogener Natur sind, erhöht.

Das Alleinstellungsmerkmal der **VIS.X®**-Plattform ist der Handel nicht standardisierter, hochwirksamer Werbeformate.

Dies ermöglicht es YOC, sich von anderen Plattformen anderer Wettbewerber zu differenzieren.

Gleichzeitig wächst der digitale Werbemarkt in den letzten Jahren zum weltweit wichtigsten Kanal für Werbung heran – und erlebte einen starken Wandel: Der automatisierte Handel von digitalen Werbeflächen findet breite Anwendung, sodass der Großteil digitaler Werbebudgets mittlerweile in Echtzeit – programmatisch – gehandelt wird. Dies trifft insbesondere im Bereich der mobilen Werbeausgaben für Display Werbung zu – in diesem Segment werden bereits rund 70 % aller Werbeausgaben automatisiert gehandelt.

Vor diesem Hintergrund wird unsere leistungsstarke Supply Side-Plattform (SSP) **VIS.X®** für Betreiber von Webseiten sowie für Werbung-treibende ein zunehmend attraktiverer Marktplatz, der gleichermaßen auch die Bedürfnisse der Internet-Nutzer berücksichtigt:

- Unsere 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;
- Die Nutzer des Internets erhalten dabei für sie relevante, interessante Werbebotschaften, ohne in ihrem Lesefluss gestört zu werden;
- Unsere Partner auf der Angebotsseite, renommierte Anbieter von Premium-Medieninhalten (Premium-Publisher) bieten eine globale Media-Reichweite in Form von mobilen Internetportalen sowie mobiler Applikationen an und profitieren von der hohen Monetarisierung durch **VIS.X®**.

In den ersten drei Monaten des laufenden Geschäftsjahres 2022 steigerten wir unsere **Konzernumsätze** um rund 26 % auf 4,4 Mio. EUR (3M/2021: 3,5 Mio. EUR). Parallel dazu erhöhte sich das **operative Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)** um rund 0,3 Mio. EUR und belief sich somit auf 0,6 Mio. EUR (3M/2021: 0,3 Mio. EUR).

Wir freuen uns, Ihnen daraus resultierend ein **Konzernperiodenergebnis** in Höhe von 0,3 Mio. EUR (3M/2021: 0,3 Mio. EUR) berichten zu können. Im Vorjahr trug die Entkonsolidierung der YOC Spain S.L. mit einem Ergebnis in Höhe von 0,2 Mio. EUR positiv zum Konzernperiodenergebnis bei. Bereinigt um diesen Einmaleffekt erhöht sich auch im laufenden Geschäftsjahr 2022 die **Rentabilität** weiterhin spürbar. Daher erwarten wir für das zweite Quartal 2022 eine weitere Verstärkung unserer Wachstumsdynamik.

Mit der im Januar 2022 erfolgten Übernahme der theINDUSTRY AG, mit Sitz in Zürich, gelingt es uns, unsere internationale Präsenz auszubauen und unsere Technologie nunmehr in der gesamten DACH-Region verfügbar zu machen. Der Markteintritt in die Schweiz ist somit der nächste logische Schritt, nachdem wir unsere Technologieplattform **VIS.X®** in unseren Kernmärkten erfolgreich etabliert haben. Mit **VIS.X®** werden wir Schweizer Medienfirmen und Anbietern digitaler Inhalte eine höhere Monetarisierung ermöglichen.

Verehrte Aktionärinnen und Aktionäre, die **VIS.X®** Plattform und die YOC-eigenen Werbeformate bilden die Basis zur Differenzierung des Angebotes von YOC im internationalen Markt für digitale Werbetechnologie. Infolgedessen investieren wir konsequent in die Weiterentwicklung unserer Plattform und unserer 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 Werbepätzen automatisiert zu handeln. Steigende Investitionen in Innovationen helfen uns, unsere Wettbewerbsposition wirksam auszubauen und legen das Fundament für die weitere Wertsteigerung der Gesellschaft.

Darüber hinaus evaluieren wir weitere Märkte zur Internationalisierung unserer Aktivitäten.

Ich danke Ihnen herzlich für das entgegengebrachte Vertrauen und freue mich auf die weitere Zusammenarbeit mit Ihnen. Bleiben Sie sowie Ihre Familien gesund!

Herzliche Grüße,



Dirk-Hilmar Kraus

CEO

YOC IM ÜBERBLICK

UMSATZ UND ERGEBNIS (IN TEUR)	3M/2022	3M/2021	VERÄNDERUNG ABSOLUT	VERÄNDERUNG IN %
Gesamtumsatz	4.417	3.503	914	26
National	2.690	2.086	604	29
International	1.727	1.417	310	22
Rohertragsmarge (in %)	42,9	40,3	2,6	6
Gesamtleistung	4.771	3.789	982	26
EBITDA	569	322	247	77
EBITDA-Marge (in %)	11,9	8,5	3,4	40
Konzernperiodenergebnis	264	278	-14	-5
Ergebnis je Aktie verwässert in Euro	0,08	0,02	0,06	300
Ergebnis je Aktie unverwässert in Euro	0,08	0,02	0,06	300

MITARBEITER

Durchschnittliche Anzahl Mitarbeiter	54	50	4	8
Mitarbeiterzahl zum 31. März	53	50	3	6
Umsatz je Mitarbeiter (in TEUR)	82	70	12	17
Gesamtleistung je Mitarbeiter (in TEUR)	88	76	12	16

BILANZ UND CASH-FLOW (IN TEUR)

Bilanzsumme	8.906	9.944 ¹⁾	-1.038	-10
Operativer Cash-Flow	165	-61	226	370

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

1) Zum 31. Dezember 2021

BUSINESS- MODELL UND TECHNOLOGIE

BUSINESS MODELL

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 nunmehr breite Anwendung, sodass der Großteil digitaler Werbebudgets mittlerweile in Echtzeit – programmatisch – gehandelt wird.

Als eines der ersten Unternehmen für Werbung auf mobilen Geräten führte YOC mit seiner 20-jährigen Expertise 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 und bedient mit **VIS.X®** 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 mobilen 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 Plattform **VIS.X®**.

Anders als alle bisherigen Plattformen im Markt ist die **VIS.X®**-Plattform speziell dafür konzipiert worden, innovative und besonders aufmerksamkeitsstarke Werbung in großem Maßstab skalierbar zu liefern.

In Konsequenz hat sich das Unternehmen somit eine nachhaltige Wettbewerbsposition im Markt für Werbetechnologie geschaffen, die es YOC ermöglicht, von der sich global vollziehenden Verschiebung von klassischen zu digitalen Werbeausgaben nachhaltig zu profitieren und dabei durch die Entwicklung eigener Software kontinuierlich den Nutzen von Werbetreibenden, Publishern sowie den Nutzern des mobilen Internets oder mobiler Applikationen im Blick zu haben.

INVESTITIONEN IN INNOVATION

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 seiner Produkte.

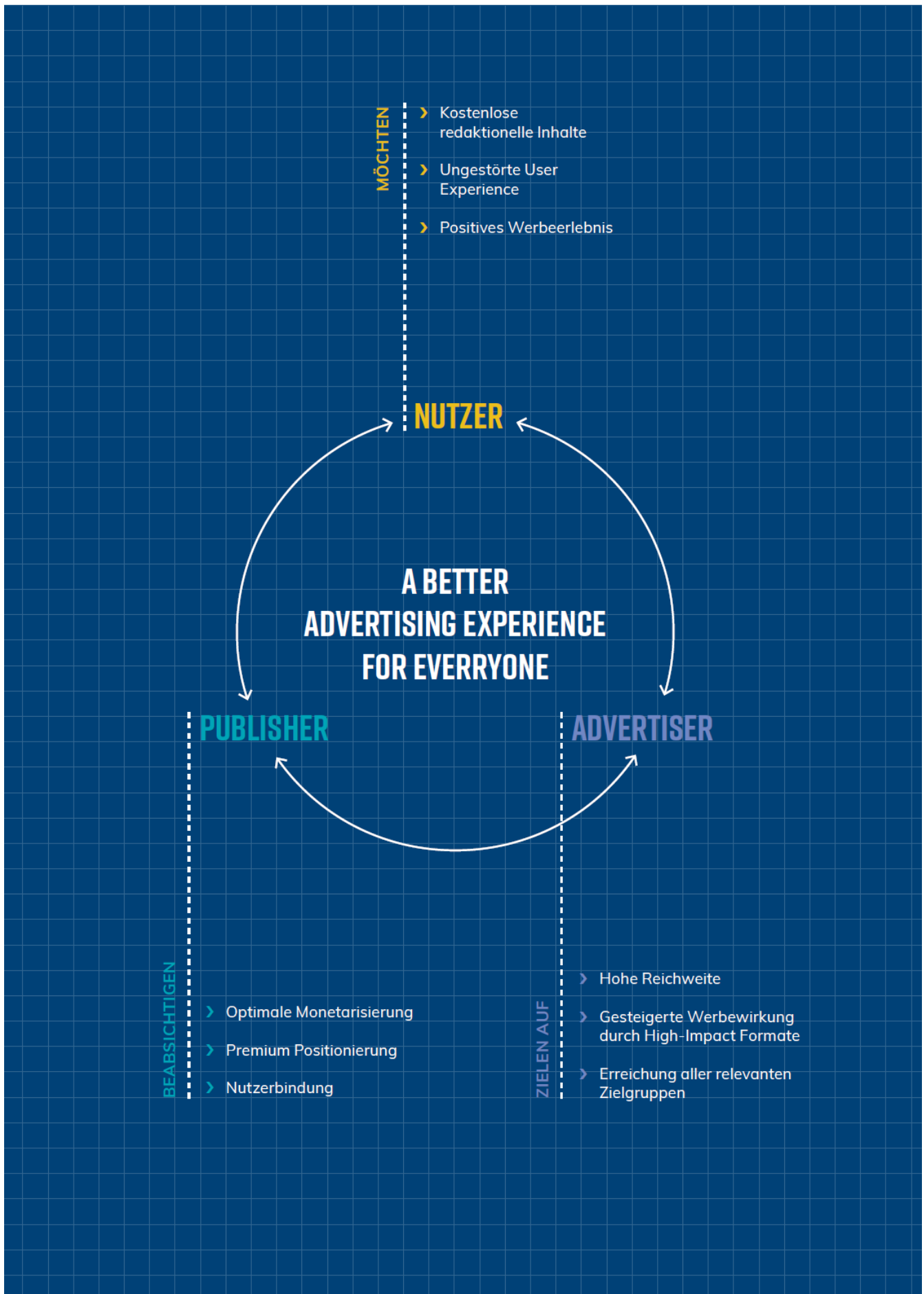
Das Ziel ist dabei die kontinuierliche Verbesserung der Software, sodass den Partnern ein umfangreicher, effizienter und innovativer Weg geboten wird, hochwirksame Werbemittel in Kombination mit den besten Werbeplätzen automatisiert zu handeln.

Dadurch baut die Gesellschaft ihre Wettbewerbsposition wirksam aus.

Aktuelle Beispiele für den Erfolg dieser Strategie sind unter anderem der Ausbau der Funktionalität für den automatisierten Handel mit Desktop-Inventar und die Einführung neuer Werbeproduktlinien für den Desktop-Bereich.

Dies unterstreicht die Flexibilität und Skalierbarkeit der Plattform und ermöglicht weiteres Wachstum in neuen Umfeldern 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 Entwicklung beziehungsweise Weiterentwicklung ihres Angebots sowie in weitere Innovationen investieren.



TECHNOLOGIE

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 im Jahr 2021 sowohl das Handelsvolumen als auch das verfügbare Inventar in der Plattform deutlich gesteigert 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 Marketplace sowie seit 2020 ein garantiertes Trading im direkten Handel über eine eigene Technologie. In der Kombination mit beliebigen Werbeformaten und der Auktion unter 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 verfügbar beziehungsweise handelbar zu machen.

Außerdem wurde die Plattform mit weiteren technischen Merkmalen ausgestattet, welche die Plattform deutlich differenzieren und zum Erfolg sowie der Skalierung beitragen:

UNIVERSAL AD UNIT

Das Konzept der Universal Ad Unit ermöglicht es, alle verfügbaren Werbeformate auf jeder Platzierung innerhalb eines mobilen Webportals oder innerhalb einer mobilen Applikation anzubieten.

Dank dieser Technologie wählt die **VIS.X®**-Plattform in Echtzeit das optimale Format hinsichtlich der Wirtschaftlichkeit und dem Nutzen für die passende Werbekampagne aus.

Zur Verfügung stehen hierbei sowohl die hochwirksamen Werbeformate von YOC für eine maximale User Experience und Wirtschaftlichkeit sowie Standardformate für eine breite Anwendungspalette.

ERWEITERTE PREISMODELLE

Die **VIS.X®**-Plattform ermöglicht den Einkäufern mobiler Werbung maximale Flexibilität in der Wahl des Preismodells für die Auslieferung der 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.

FORTSCHRITTLICHES MACHINE LEARNING

In jeder Auktion eines Werbemittelplatzes der **VIS.X®** Plattform wird ein Machine Learning Modell angewendet, welches die Wahrscheinlichkeiten von Sichtbarkeit, Clicks und potenzieller Durchsicht vorher-sagen kann. Dieses Modell lernt selbstständig anhand der laufenden statistischen Daten und optimiert somit die Qualität und Zuverlässigkeit andauernd.

Die ermittelten Vorhersagen werden in Echtzeit berücksichtigt und modulieren die Wahrscheinlichkeiten und Preise einer Werbemittelauslieferung entsprechend.

FRAUD PROTECTION

Alle Werbeformate, die auf der Plattform gehandelt werden, durchlaufen manuelle und automatisierte 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.

HANDEL IM OPEN MARKET PLACE (OMP)

Der Open Market Place 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 Handels-umgebung geschaffen und gleichzeitig wird es ihnen ermöglicht, eine gezielte Auswahl der Werbefläche vorzunehmen.

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.

DIREKTER HANDEL

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.

MOBILE WEB UND IN-APP

In einem ersten Schritt wurde die **VIS.X®**-Plattform zielgerichtet auf das Trading von Werbeflächen im Mobile Internet – der wachstumsstärkste Kanal unter den digitalen Medien – optimiert.

Somit ist die Plattform in der Lage, den wichtigsten Kanal für Internet-Nutzer zu bedienen und Werbeflächen entweder in Kombination mit oder ohne den YOC High-Impact Werbeformaten 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 potentiellen 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 Werbeformaten.

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.

Das **VIS.X®**-SDK wurde speziell konzipiert, um einerseits die attraktiven Werbeformate von YOC innerhalb von mobilen Applikationen darstellbar und vor allem auslieferbar zu machen und andererseits die Integration so einfach wie möglich zu halten.

DESKTOP ADVERTISING

Im Geschäftsjahr 2021 erweiterte YOC die **VIS.X®** Plattform für den Handel 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.

Das Desktop-Inventar, welches weiterhin mit knapp über 50 % einen entscheidenden Marktanteil im Display-Advertising ausmacht, konnte durch weitere Entwicklungen in **VIS.X®** sowie der Veröffentlichung spezieller neuer Produktlinien in der Plattform integriert werden.

Im laufenden Geschäftsjahr 2022 wird das Handelsvolumen aus diesem Kanal spürbar zunehmen und den realisierten Umsatz in der Plattform weiter erhöhen.

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.

REPORTING SYSTEM

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 und 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. Dadurch wird es unseren Partnern ermöglicht, ebenfalls eigene Analysen zu erheben.

MANAGEMENT DES WERBEMITTELINVENTARS

Die Management Oberfläche bietet die komplette Verwaltung des gehandelten Inventars, der integrierten Publisher, mobile Webseiten beziehungsweise Apps sowie einzelne Werbeflächen.

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.

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 Auslieferung.

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 Finanzsystem synchronisiert.

Dies ermöglicht eine stark skalierbare Buchhaltung und unterstützt somit das Wachstum der **VIS.X®** Plattform.

HIGH-IMPACT WERBEFORMATE

YOC entwickelt High-Impact (hochwirksame) Werbeformate und vertreibt diese in sechs Produktlinien.

Dabei verfolgt das Unternehmen das Ziel, ein besseres Werbeerlebnis für alle zu schaffen.

So sollen Nutzer beim Konsumieren der Inhalte des mobilen Internets sowie mobiler Applikationen für sie relevante sowie interessante Werbebotschaften erhalten und wahrnehmen, während Werbetreibende durch den Einsatz der kreativen Werbeformate gleichzeitig eine bessere Werbewirkung erzielen und Publisher von der Wertschöpfung dieser Technologie profitieren.

Jede Produktlinie kann flexibel eingesetzt und um zusätzliche Konfigurationen (Features) erweitert werden.

NIELSEN STUDIEN IN DEN JAHREN 2020 UND 2021

Im Oktober 2020 untersuchte YOC im Rahmen einer internationalen Studie in Kooperation mit dem globalen Datenanalyse- und Marktforschungsunternehmen Nielsen 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.

So werden Marken durch die Verwendung von High-Impact Werbeformaten als hochwertiger und eleganter wahrgenommen.

Besonders aufmerksamkeitsstarke Werbeformate, wie das YOC Branded Takeover, können sogar die Kaufentscheidung hinsichtlich der beworbenen Produkte positiv beeinflussen.

Parallel dazu belegt die Studie, dass die durch YOC entwickelten High-Impact Werbeformate von den Konsumenten positiv aufgenommen werden.

Dies kommt durch eine Steigerung des Werbegefallens bei Verwendung von High-Impact Formaten zum Ausdruck. In diesem Kontext äußerten 55 % aller Befragten, dass sie High-Impact Werbeformate mögen.

Gleichzeitig gaben sechs von zehn Teilnehmern an, dass diese gut in den redaktionellen Inhalt einer mobilen Webseite beziehungsweise einer mobilen Applikation integriert sind. YOC High-Impact Formate werden als erinnerungswürdig eingestuft, innovativ wahrgenommen, häufiger sofort entdeckt und gegenüber standardisierten Werbemitteln deutlich bevorzugt.

Folglich wird das mobile Publikum durch diese besonderen Werbemittel nicht irritiert, erinnert sich aber dennoch an sie.

Dies verdeutlicht, dass Werbetreibende durch den Einsatz von YOC High-Impact Formaten ihre Kampagnenziele besser erreichen und gleichzeitig das Werbeerlebnis positiv beeinflussen.

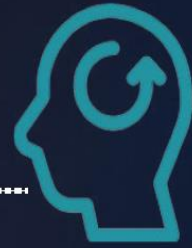
Die zweite mit Nielsen im November 2021 realisierte Studie analysierte den Einfluss der Kontakthäufigkeit mit einem Werbeformat auf die Markenwahrnehmung (Brand Awareness). Methodisch wurden erneut Standardformate mit diversen YOC High-Impact Formaten in einem realen Testumfeld verglichen.

Die Ergebnisse der Studie belegen, dass bei Standardformaten 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 Standardwerbemitteln nicht nur effektiv sondern auch effizienter einsetzen.

PLANNING FOR IMPACT

OPTIMISING BRAND AWARENESS BY RETHINKING AD FORMATS AND CONTACT FREQUENCY



MARKENERINNERUNG

↑ 273%

High-Impact Formate erzielen die 4-fache ungestützte Markenerinnerung im Vergleich zu Standardformaten

WERBEERINNERUNG

Durch den Einsatz von High-Impact Formaten steigt die Werbeerinnerung deutlich schneller an



Auch nach mehrmaligem Werbekontakt finden

20%

der Befragten High-Impact Werbeformate sehr ansprechend

WERBEWIRKUNG STEIGT

Schon mit der Hälfte der Werbekontakte erzielen High-Impact Formate die gleiche Wirkung wie Standardwerbemittel



OPTIMIERUNG

Kampagnenziele können durch den Einsatz von High-Impact Werbeformaten effektiver erreicht werden, sodass das Kampagnenbudget effizienter ausgenutzt werden kann



Optimierung des Kampagnenerfolges durch den Einsatz von High-Impact Formaten bei gleichbleibendem Budget



LAGEBERICHT ZUM KONZERN- ZWISCHEN- ABSCHLUSS

GESCHÄFTSENTWICKLUNG IN DEN ERSTEN DREI MONATEN DES GESCHÄFTSJAHRES 2022

Die YOC AG ist ein Technologie-Unternehmen und entwickelt Software für den digitalen Werbemarkt. Mit Hilfe unserer programmatischen Handelsplattform **VIS.X®** sowie über Drittplattformen ermöglichen wir ein optimiertes Werbeerlebnis für Werbetreibende, Publisher und Nutzer des Internets sowie mobiler Applikationen.

Die YOC AG ist als einer der Pioniere des Mobile Advertising seit 2001 auf dem Markt und wird seit 2009 im Prime Standard der Frankfurter Wertpapierbörse gelistet. Der Hauptsitz des Unternehmens befindet sich in Berlin. Weitere Niederlassungen betreibt das Unternehmen in Düsseldorf, Hamburg, Wien und Warschau.

Darüber hinaus ist die YOC AG durch die Übernahme der theINDUSTRY AG im Januar 2022 nunmehr auch mit einer Niederlassung in Zürich, Schweiz, vertreten.

Die YOC AG hat am 26. Januar 2022 die hundertprozentige Übernahme der Gesellschaftsanteile der in Zürich, Schweiz, ansässigen theINDUSTRY AG bekannt gegeben. Mit Abschluss dieser Akquisition ist die YOC AG nunmehr in der kompletten DACH-Region (Deutschland, Österreich und Schweiz) vertreten. Die Integration in den YOC-Konzern bietet beiden Unternehmen das Potenzial, schnelleres und nachhaltiges Wachstum zu generieren und entsprechende Synergien zu realisieren.

Der Kaufpreis teilt sich auf in einen fixen Bestandteil sowie in weitere variable erfolgsabhängige Bestandteile, die von den operativen Ergebnissen der Geschäftsjahre 2022 bis 2024 der theINDUSTRY AG abhängig sind.

Der sich daraus resultierende voraussichtliche Gesamtkaufpreis in Höhe von insgesamt 0,4 Mio. EUR bis 0,75 Mio. EUR wird vollständig aus dem laufenden Cash-Flow der YOC AG finanziert.

Im Zuge dieser Unternehmenstransaktion hat die YOC AG Aktiva in Höhe von 0,2 Mio. EUR sowie Passiva in Höhe von 0,4 Mio. EUR der theINDUSTRY AG in den Konzernabschluss im ersten Quartal 2022 bilanziert.

In den ersten drei Monaten des laufenden Geschäftsjahres 2022 steigerte der YOC-Konzern seine **Umsatzerlöse** um rund 26 % auf 4,4 Mio. EUR (3M/2021: 3,5 Mio. EUR). Dabei entwickelten sich alle regionalen Standorte der Gesellschaft mit einem deutlichen Umsatzanstieg im Vergleich zum Vorjahreszeitraum weiter positiv.

Auf dem **nationalen Markt** stiegen die Umsatzerlöse im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 29 % an. Die Umsatzerlöse der **internationalen Geschäftstätigkeiten** stiegen in den ersten drei Monaten 2022 um 22 % an. Zu dieser Entwicklung trug insbesondere die unternehmenseigene Technologieplattform **VIS.X®** bei.

Die Handelsplattform **VIS.X®** ermöglicht den vollständigen Handel der Werbeprodukte von YOC und positioniert die Gesellschaft als Anbieter von hochwertiger Werbetechnologie (Ad Technology). Parallel zu dieser Entwicklung nahm der Umsatzanteil der eigenentwickelten Ad Tech-Produkte weiter zu.

Die **Rohertragsquote** konnte auf ein Niveau in Höhe von nunmehr 42,9 % (3M/2021: 40,3 %) gesteigert werden.

Das **operative Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)** verbesserte sich im ersten Quartal 2022 um rund 0,3 Mio. EUR und belief sich somit auf 0,6 Mio. EUR (3M/2021: 0,3 Mio. EUR).

Im Ergebnis resultiert ein **Konzernperiodenergebnis** in Höhe von 0,3 Mio. EUR (3M/2021: 0,3 Mio. EUR). Im Vorjahr trug die Entkonsolidierung der YOC Spain S.L. mit einem Ergebnis in Höhe von 0,2 Mio. EUR positiv zum Konzernperiodenergebnis bei. Bereinigt um diesen Vorjahreseffekt konnte die Gesellschaft auch im laufenden Geschäftsjahr 2022 ihre **Rentabilität** erhöhen.

In Konsequenz bedeutet dies eine **Netto-Umsatzrendite** in Höhe von rund 6 % für das erste Quartal 2022

ENTWICKLUNG DER ERTRAGSLAGE

UMSATZENTWICKLUNG UND GESAMTLEISTUNG

Im ersten Quartal 2022 verzeichnete der Konzern ein **Umsatzwachstum** in Höhe von rund 26 % auf 4,4 Mio. EUR (3M/2021: 3,5 Mio. EUR).

Die Einführung der Technologieplattform **VIS.X®** im Geschäftsjahr 2018 verhilft der Gesellschaft nachhaltig, sich im Markt für digitale Werbung zu positionieren und vom Wettbewerb abzugrenzen.

Die **Gesamtleistung** liegt mit 4,8 Mio. EUR um 1,0 Mio. EUR über dem Vorjahresniveau (3M/2021: 3,8 Mio. EUR).

ROHERTRAG

Aufgrund des deutlich angestiegenen Umsatzanteils der Technologieplattform **VIS.X®** konnte die **Rohertragsquote** in der Berichtsperiode auf nunmehr 42,9 % (3M/2021: 40,3 %) erhöht werden.

Im Rahmen der Entwicklung der vergangenen Jahre, die durch eine zunehmende Fokussierung auf Technologie sowie die proprietären YOC-Werbeproduktlinien geprägt war, verbesserte sich die Rohertragsquote der Gesellschaft stetig.

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

PERSONALAUFWAND UND -ENTWICKLUNG

Im laufenden Geschäftsjahr 2022 konnte der YOC-Konzern Leistungsträger an das Unternehmen binden sowie neue, qualifizierte Mitarbeiter für Schlüsselpositionen gewinnen. Dem Fachkräftemangel konnte die Gesellschaft somit effektiv entgegenwirken.

Zum 31. März 2022 beschäftigte der YOC-Konzern 53 **Mitarbeiter** (31. März 2021: 50 Mitarbeiter). Die **durchschnittliche Mitarbeiteranzahl** (ohne Vorstand) belief sich auf 54 Mitarbeiter (3M/2021: 50 Mitarbeiter).

Der **Personalaufwand** des ersten Quartals 2022 betrug 1,2 Mio. EUR (3M/2021: 1,1 Mio. EUR).

SONSTIGE BETRIEBLICHE AUFWENDUNGEN

In den ersten drei Monaten des laufenden Geschäftsjahres 2022 betragen die **sonstigen betrieblichen Aufwendungen** 0,4 Mio. EUR (3M/2021: 0,3 Mio. EUR).

EBITDA

Das **operative Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)** verbesserte sich im ersten Quartal 2022 um rund 0,3 Mio. EUR und belief sich somit auf 0,6 Mio. EUR (3M/2021: 0,3 Mio. EUR).

Somit setzte sich die **Rentabilitätssteigerung** der Gesellschaft auch im laufenden Geschäftsjahr 2022 fort.

ERGEBNIS NACH STEUERN FORTGEFÜHRTER GESCHÄFTSBEREICH

Der YOC-Konzern verzeichnete **planmäßige Abschreibungen** in Höhe von 0,2 Mio. EUR (3M/2021: 0,2 Mio. EUR).

Das **Finanzergebnis** betrug -0,03 Mio. EUR (3M/2021: -0,04 Mio. EUR).

Die **Steuern vom Einkommen und Ertrag** summierten sich auf 0,04 Mio. EUR (3M/2021: 0,03 Mio. EUR).

Im Ergebnis beträgt das **Ergebnis nach Steuern** 0,3 Mio. EUR (3M/2021: 0,1 Mio. EUR).

ERGEBNIS NACH STEUERN NICHT FORTGEFÜHRTER GESCHÄFTSBEREICH

Im Vorjahreszeitraum resultierte aus der Liquidation der spanischen Gesellschaft und der damit verbundenen Entkonsolidierung ein Ertrag in Höhe von 0,2 Mio. EUR (3M/2022: 0,0 Mio. EUR).

KONZERNPERIODENERGEBNIS DES YOC-KONZERNES

Das erste Quartal 2022 beendet der YOC-Konzern in Summe der dargestellten Effekte mit einem **Konzernperiodenergebnis** in Höhe von 0,3 Mio. EUR (3M/2021: 0,3 Mio. EUR).

ENTWICKLUNG DER FINANZ- UND VERMÖGENSLAGE

CASH-FLOW

Zum Bilanzstichtag beliefen sich die **liquiden Mittel** des YOC-Konzerns auf 1,2 Mio. EUR. Zusätzlich stehen der Gesellschaft Betriebsmittellinien bei ihren Hausbanken in Höhe von insgesamt 1,1 Mio. EUR zur Verfügung.

OPERATIVER CASH-FLOW

Die Ermittlung des **operativen Cash-Flows** erfolgt nach der indirekten Methode. Ausgangspunkt für die Ermittlung ist das Konzernperiodenergebnis des laufenden Geschäftsjahres 2022 in Höhe von 0,3 Mio. EUR (3M/2021: 0,3 Mio. EUR).

Im ersten Quartal 2022 betrug der operative Cash-Flow des YOC-Konzerns 0,2 Mio. EUR (3M/2021: -0,1 Mio. EUR). Dieser resultierte, neben dem Ergebnis nach Steuern, aus der geschäftsbedingten Veränderung des Working Capital.

CASH-FLOW AUS INVESTITIONSTÄTIGKEITEN

Der **Mittelabfluss aus Investitionstätigkeiten** in Höhe von insgesamt 0,7 Mio. EUR (3M/2021: 0,3 Mio. EUR) umfasst die aktivierungsfähigen internen Entwicklungskosten im Zusammenhang mit der Weiterentwicklung der technologischen Plattformen des Unternehmens und innovativer Produkte in Höhe von 0,2 Mio. EUR sowie externe Entwicklungskosten in Höhe von weiteren 0,1 Mio. EUR. Darüber hinaus entfielen 0,4 Mio. EUR auf die Akquisition der Gesellschaft theINDUSTRY AG, Zürich.

CASH-FLOW AUS FINANZIERUNGSTÄTIGKEITEN

Der **Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeiten** in Höhe von -0,1 Mio. EUR (3M/2021: -0,2 Mio. EUR) resultiert aus vorgenommenen Tilgungen von Leasing- sowie Darlehensverbindlichkeiten.

ZUSAMMENFASSENDE AUSSAGE ÜBER DIE ERTRAGS-, FINANZ- UND VERMÖGENSLAGE

Die Konzentration unserer Aktivitäten auf unsere Handelsplattform **VIS.X®** sowie das im Vergleich zum Vorjahr verbesserte wirtschaftliche Umfeld führte zu einem steigenden Geschäftsvolumen des YOC-Konzerns.

Im Ergebnis steigerte der YOC-Konzern im ersten Quartal des laufenden Geschäftsjahres 2022 die **Umsatzerlöse auf Konzernebene** um rund 26 % auf 4,4 Mio. EUR (3M/2021: 3,5 Mio. EUR).

Parallel zu dieser Entwicklung steigerte der YOC-Konzern in den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres 2022 seine Profitabilität und erzielte ein **operatives Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)** in Höhe von 0,6 Mio. EUR (3M/2021: 0,3 Mio. EUR).

Die Berichtsperiode beendete der Konzern in Summe mit einem **Konzernperiodenergebnis** in Höhe von 0,3 Mio. EUR (3M/2021: 0,3 Mio. EUR).

In Konsequenz dieser Unternehmensentwicklung konnte das **Konzerneigenkapital** weiter gesteigert werden. Das Eigenkapital des YOC-Konzerns valutierte zum 31. März 2022 bei -0,4 Mio. EUR (31. Dezember 2021: -0,6 Mio. EUR).

Die **Bilanzsumme** des YOC-Konzerns sank saisonal bedingt auf 8,9 Mio. EUR (31. Dezember 2021: 9,9 Mio. EUR).

CHANCEN, RISIKEN UND AUSBLICK

CHANCEN UND RISIKEN

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

Schwerpunkte sind hierbei Markt- und Wettbewerbsrisiken, technologische Risiken, Haftungsrisiken, personelle Risiken, Planungsrisiken, organisatorische Risiken sowie Finanz- und Treasury-Risiken. Diese Risiken können sowohl aus eigenem unternehmerischem Handeln als auch aus externen Faktoren resultieren. Der YOC-Konzern 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 des YOC-Konzerns 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 Chancen und Risiken 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.

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 2021, welcher Bestandteil der Prüfung durch den Jahresabschlussprüfer ist.

AUSBLICK

Die Internetnutzung ist im Alltag der Menschen in hohem Maße 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) sowie 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 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 Formaten eine noch größere Relevanz.

Rich Media-Werbeformate, 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.¹

¹ Gemäß Studie Nielsen/YOC (2020): The effectiveness of high-impact ad formats, [Online] <https://insights.yoc.com/nielsen-brandawareness>

Seit einigen Jahren positioniert sich der YOC-Konzern mit seinen Produktlinien und 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 angebotsseitige Plattformen, die die Nachfrage nach Mobile 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 hochwirksame Werbeformate an, sondern kann diese nun auch plattformbasiert über programmatische Vertriebswege handeln und ausliefern.

Durch die Anbindung von zahlreichen Publishern und deren Inventar 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 in Europa partizipieren.

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

Mit der eigenen Technologieplattform **VIS.X®** erlangt die Gesellschaft durch den programmatischen Handel von Werbeprodukten einen nachhaltigen Wettbewerbsvorteil sowie Unabhängigkeit von Drittanbietern.

Die Erwartungen für das laufende Geschäftsjahr 2022 sind positiv. Im Vergleich zum Vorjahr sollte sowohl der Umsatz als auch das operative Ergebnis deutlich gesteigert werden können.

Dabei nehmen wir an, dass es gelingt, die Corona-Pandemie in Europa im weiteren Jahresverlauf sukzessive einzudämmen.

Einen vergleichweisen Einbruch beziehungsweise Schockzustand in der Werbewirtschaft, der sich zu Beginn der Pandemie im ersten Quartal 2020 einstellte, erwarten wir auch bei einem weiterhin anhaltendem Pandemiegeschehen nicht.

Die Umsatzprognose setzt jedoch den Fortschritt einer flächendeckenden Verabreichung von Impfstoffen beziehungsweise Auffrischungsimpfungen voraus sowie dass zukünftig keine weiteren Lockdown-Maßnahmen in den für den YOC-Konzern relevanten Kernmärkten notwendig werden.

Unter der Annahme, dass der militärische Konflikt im Rahmen der Ukraine Krise regional auf das Gebiet der Ukraine begrenzt bleibt, gehen wir davon aus, dass sich lediglich geringe Auswirkungen auf die Umsatz- und Ertragsentwicklung des YOC-Konzerns ergeben.

Insgesamt rechnet der YOC-Konzern mit steigenden **Umsatzerlösen** in Höhe von 25 % bis 30 % auf 23,5 Mio. EUR bis 24,5 Mio. EUR bei unterproportional ansteigenden Aufwendungen.

Auf Basis dieser Umsatzprognose rechnet der Vorstand für das Geschäftsjahr 2022 mit einer Steigerung des **operativen Ergebnisses vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)** auf 3,5 Mio. EUR bis 4,0 Mio. EUR.

In Konsequenz dessen sollte das **Konzernperiodenergebnis** für das Geschäftsjahr 2022 ein Niveau in Höhe von 2,3 Mio. EUR bis 2,8 Mio. EUR erreichen.

Daraufhin sollte das **Konzerneigenkapital** bereits zur Jahresmitte 2022 wieder ausgeglichen sein und per 31. Dezember 2022 bei 1,4 Mio. EUR bis 1,9 Mio. EUR valutieren.

Die YOC AG hat im April 2022 mit der Commerzbank AG einen Vertrag über eine Kreditlinie in Höhe von 1,0 Mio. EUR mit einer Laufzeit bis zum 30. Juni 2023 abgeschlossen. Damit verfügt die Gesellschaft auch für den Fall einer wesentlichen Planunterschreitung im Prognosezeitraum über ausreichende Liquidität.

KONZERNZWISCHENABSCHLUSS

KONZERNGESAMTERFOLGSRECHNUNG Q1/2022 (UNGEPRÜFT)

Alle Angaben in EUR

	Q1 2022	Q1 2021
Umsatzerlöse	4.416.653	3.503.087
Aktiviertete Eigenleistungen	140.519	157.724
Sonstige betriebliche Erträge	214.062	128.121
Gesamtleistung	4.771.235	3.788.933
Materialaufwand	2.523.250	2.092.633
Personalaufwand	1.236.156	1.074.083
Sonstige betriebliche Aufwendungen	442.869	300.282
Operatives Ergebnis vor Abschreibungen	568.960	321.935
Abschreibungen	239.526	183.469
Operatives Ergebnis	329.434	138.466
Finanzaufwendungen	26.348	39.612
Finanzergebnis	-26.348	-39.612
Ergebnis vor Steuern	303.086	98.854
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	39.126	34.481
Ergebnis nach Steuern fortzuführende Geschäftsbereiche	263.960	64.373
Ergebnis nach Steuern nicht fortgeführte Geschäftsbereiche	0	213.475
Ergebnis nach Steuern	263.960	277.848
Konzernperiodenergebnis	263.960	277.848

ERGEBNIS JE AKTIE

Ergebnis je Aktie unverwässert	0,08	0,08
Ergebnis je Aktie verwässert	0,08	0,08

ERGEBNIS JE AKTIE FORTZUFÜHRENDE GESCHÄFTSBEREICHE

Ergebnis je Aktie unverwässert	0,08	0,02
Ergebnis je Aktie verwässert	0,08	0,02

KONZERNGESAMTERGEBNISRECHNUNG

Ergebnis nach Steuern	263.960	277.848
Effekte, die künftig in die Gewinn- und Verlustrechnung reklassifiziert werden können:		
Unrealisierte Ergebnisse aus der Währungsumrechnung	1.055	5.107
Sonstiges Ergebnis	1.055	5.107
Konzerngesamtergebnis	265.016	282.954

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

KONZERNZWISCHENABSCHLUSS

KONZERNBILANZ PER 31. MÄRZ 2022 (UNGEPRÜFT)

Alle Angaben in EUR

	31.03.2022	31.12.2021
AKTIVA		
Langfristige Vermögenswerte	3.848.522	2.927.846
Sachanlagen	147.658	134.163
Geschäfts- oder Firmenwert	691.253	0
Immaterielle Vermögenswerte	1.935.728	1.856.126
Nutzungsrechte aus Leasing	814.479	678.153
Aktive latente Steuern	259.404	259.404
Kurzfristige Vermögenswerte	5.057.749	7.016.097
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	3.407.394	5.059.230
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	427.669	164.029
Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten	1.222.687	1.792.839
Summe Vermögenswerte	8.906.272	9.943.943
PASSIVA		
Eigenkapital	-356.416	-621.432
Gezeichnetes Kapital	3.476.478	3.476.478
Kapitalrücklage	22.053.357	22.053.357
Kumulierte Verluste	-25.895.120	-26.159.080
Unterschiedsbetrag aus Währungsumrechnungen	8.869	7.813
Langfristige Schulden	1.240.531	843.490
Rückstellungen	73.232	73.276
Verbindlichkeiten aus Leasing	582.938	533.545
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	139.971	0
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	168.752	0
Steuerschulden	275.639	236.669
Kurzfristige Schulden	8.022.157	9.721.885
Erhaltene Anzahlungen	25.071	25.957
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2.250.847	2.887.321
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	35.690	0
Sonstige Verbindlichkeiten	595.919	991.372
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	3.879.913	5.300.310
Verbindlichkeiten aus Leasing	319.985	234.699
Steuerschulden	253.959	282.225
Rückstellungen	660.772	0
Summe Eigenkapital und Schulden	8.906.272	9.943.943

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

KONZERNZWISCHENABSCHLUSS

KONZERNKAPITALFLUSSRECHNUNG Q1/2022 (UNGEPRÜFT)

Alle Angaben in EUR

	3M/2022	3M/2021
Konzernperiodenergebnis fortzuführende Geschäftsbereiche	263.960	64.373
Konzernperiodenergebnis nicht fortgeführte Geschäftsbereiche	0	213.475
Abschreibungen	239.526	183.469
Erfolgswirksam erfasste Steuern	39.126	34.481
Erfolgswirksam erfasste Zinsen	26.348	39.612
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge	-504.059	240.447
Ergebnis aus Entkonsolidierungen	0	-213.475
Cash-Earnings	64.901	562.382
Veränderungen Forderungen, Anzahlungen und sonstige finanzielle Vermögenswerte	1.388.196	880.633
Veränderungen Verbindlichkeiten, Anzahlungen und sonstige Schulden	-1.903.472	-1.431.180
Veränderungen Rückstellungen	660.728	-6.536
Gezahlte Zinsen	-14.031	-54.525
Gezahlte Zinsen aus Leasing	-10.756	-11.989
Gezahlte Steuern	-20.834	0
Operativer Cash-Flow	164.731	-61.215
Akquisition von Beteiligungen	-388.808	0
Investitionen in Sachanlagen	-20.802	-37.865
Investitionen in immaterielle Vermögenswerte	-27.768	-45.055
Auszahlungen für Entwicklungskosten	-217.878	-214.518
Veräußerungen von Sachanlagen	168	0
Cash-Flow aus Investitionstätigkeiten	-655.088	-297.438
Tilgung von Leasingverbindlichkeiten	-70.873	-57.503
Darlehensrückzahlungen	-8.923	-175.000
Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeiten	-79.796	-232.503
Nettozunahme/-abnahme	-570.152	-591.156
Finanzmittelfonds zu Beginn der Berichtsperiode	1.792.839	870.608
Finanzmittelfonds zum Ende der Berichtsperiode	1.222.687	279.453

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

KONZERNZWISCHENABSCHLUSS

ENTWICKLUNG DES KONZERNEIGENKAPITALS PER 31. MÄRZ 2022 (UNGEPRÜFT)

Alle Angaben in EUR

	GEZEICHNETES KAPITAL	KAPITAL- RÜCKLAGE	KUMULIERTE VERLUSTE	UNTERSCHIEDS- BETRAG AUS WÄHRUNGS- UMRECHNUNGEN	EIGENE AKTIEN	GESAMT
per 01.01.2021	3.292.978	20.961.224	-28.224.307	5.617	-50.319	-4.014.807
Ergebnis nach Steuern	0	0	277.848	0	0	277.848
Unterschiedsbetrag aus Währungsumrechnungen	0	0	0	5.107	0	5.107
Gesamtergebnis	0	0	277.848	5.107	0	282.955
per 31.03.2021	3.292.978	20.961.224	-27.946.459	10.723	-50.319	-3.731.853

	GEZEICHNETES KAPITAL	KAPITAL- RÜCKLAGE	KUMULIERTE VERLUSTE	UNTERSCHIEDS- BETRAG AUS WÄHRUNGS- UMRECHNUNGEN	EIGENE AKTIEN	GESAMT
per 01.01.2022	3.476.478	22.053.357	-26.159.080	7.813	0	-621.432
Ergebnis nach Steuern	0	0	263.960	0	0	263.960
Unterschiedsbetrag aus Währungsumrechnungen	0	0	0	1.055	0	1.055
Gesamtergebnis	0	0	263.960	1.055	0	265.016
per 31.03.2022	3.476.478	22.053.357	-25.895.120	8.869	0	-356.416

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 digitale Werbetechnologie 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 31. März 2022 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 2021 zu lesen.

Im laufenden Geschäftsjahr 2022 verpflichtend anzuwendende Standards und Interpretationen

Im laufenden Geschäftsjahr 2022 wurden sämtliche ab dem 01. Januar 2022 verpflichtend anzuwendenden Standards beachtet.

Veröffentlichte Standards und Interpretationen, die noch nicht verpflichtend anzuwenden sind

Die nachstehenden Standards sind noch nicht verpflichtend anzuwenden, da die Übernahme durch die EU in europäisches Recht noch nicht umgesetzt worden ist.

STANDARD	ZEITPUNKT DES INKRAFTTRETENS	VORAUSSICHTLICHE AUSWIRKUNGEN
IAS 8	01. Januar 2023	unwesentlich
IAS 1	01. Januar 2023	unwesentlich
IAS 1	01. Januar 2023	unwesentlich
IAS 12	01. Januar 2023	unwesentlich
IFRS 17	01. Januar 2023	keine

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.

KONSOLIDIERUNGSGRUNDSÄTZE

Der Konzernabschluss beinhaltet die von der YOC AG beherrschten Gesellschaften. Eine Beherrschung liegt vor, wenn der Konzern eine Risikobelastung durch oder Anrechte auf schwankende Renditen aus seinem Engagement bei dem Beteiligungsunternehmen hat und er seine Verfügungsgewalt über das Beteiligungsunternehmen auch dazu einsetzen kann, diese Renditen zu beeinflussen.

Die Einbeziehung der Tochterunternehmen in den Konzernabschluss beginnt ab dem Zeitpunkt, an dem die YOC AG die Beherrschung über das Tochterunternehmen erlangt.

Sie endet, wenn die Gesellschaft die Beherrschung über das Tochterunternehmen verliert.

Die Einzelabschlüsse der konsolidierten Unternehmen sind auf den Stichtag des Konzernabschlusses aufgestellt.

Sämtliche konzerninternen Erträge und Aufwendungen wie auch die zwischen den konsolidierten Gesellschaften bestehenden Vermögenswerte und Schulden sowie Eigenkapital werden vollständig eliminiert.

KONSOLIDIERUNGSKREIS

Die YOC AG hat am 26. Januar 2022 hundert Prozent der Gesellschaftsanteile an der in Zürich, Schweiz, ansässigen theINDUSTRY AG übernommen. Aus Wesentlichkeitsgründen erfolgte die Konsolidierung in den Konzernabschluss der YOC AG ab dem 01. Februar 2022.

Der Konsolidierungskreis des YOC-Konzerns umfasst nunmehr die nachstehenden fünf Gesellschaften:

	VOLLKONSOLIDIERTE GESELLSCHAFTEN	ANTEIL IN %	GEHALTEN ÜBER NR.	BEGINNEND SEIT DEM
1.	YOC AG, Berlin, Deutschland	-	-	-
2.	YOC Mobile Advertising GmbH, Berlin, Deutschland	100 %	1	11.03.2009
3.	YOC Central Eastern Europe GmbH, Wien, Österreich	100 %	1	01.06.2009
4.	YOC Poland Sp. Z o. o., Warschau, Polen	100 %	1	08.02.2019
5.	theINDUSTRY AG Zürich, Schweiz	100 %	1	01.02.2022

ALLGEMEINE BILANZIERUNGS- UND BEWERTUNGSGRUNDSÄTZE

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

Die Geschäftsjahre entsprechen für sämtliche Konzerngesellschaften dem Kalenderjahr. Der Konzernzwischenabschluss wird unter der Annahme der Fortführung des Unternehmens erstellt.

Die Gliederung der Konzernbilanz erfolgt in Anwendung des IAS 1 „Darstellung des Abschlusses“ nach dem Prinzip der Fristigkeit.

Die Bilanzposten werden folglich in langfristige und kurzfristige Vermögenswerte beziehungsweise Schulden aufgeteilt.

Vermögenswerte und Schulden werden grundsätzlich dann als kurzfristig eingestuft, wenn sie eine Restlaufzeit oder einen Umschlag im Rahmen der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit von weniger als einem Jahr haben.

Entsprechend werden Vermögenswerte und Schulden als langfristig klassifiziert, wenn sie länger als ein Jahr im Unternehmen verbleiben. Den Jahresabschlüssen der in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen liegen einheitliche Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze zugrunde.

Der Konzernabschluss ist in Euro aufgestellt. Alle Beträge werden, soweit nicht anders dargestellt, zum Zweck der Übersichtlichkeit und Vergleichbarkeit grundsätzlich in TEUR angegeben.

Durch die kaufmännische Rundung von Einzelpositionen und Prozentangaben kann es zu geringfügigen Rundungsdifferenzen kommen.

Die Darstellung der Gesamterfolgsrechnung erfolgt in zwei gesonderten Aufstellungen, der Gewinn- und Verlustrechnung nach dem Gesamtkostenverfahren und der Gesamtergebnisrechnung.

ANGABEN ZU WESENTLICHEN ENTWICKLUNGEN DER KONZERNGESAMT- ERFOLGSRECHNUNG

EBITDA

Das **operative Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)** verbesserte sich im ersten Quartal 2022 um rund 0,3 Mio. EUR und belief sich somit auf 0,6 Mio. EUR (3M/2021: 0,3 Mio. EUR).

Somit setzte sich auch im laufenden Geschäftsjahr 2022 die **Rentabilitätssteigerung** der Gesellschaft fort.

ERGEBNIS NACH STEUERN FORTGEFÜHRTER GESCHÄFTSBEREICH

Der YOC-Konzern verzeichnete **planmäßige Abschreibungen** in Höhe von 0,2 Mio. EUR (3M/2021: 0,2 Mio. EUR).

Das **Finanzergebnis** betrug -0,03 Mio. EUR (3M/2021: -0,04 Mio. EUR).

Die **Steuern vom Einkommen und Ertrag** summierten sich auf 0,04 Mio. EUR (3M/2021: 0,03 Mio. EUR).

Im Ergebnis beträgt das **Ergebnis nach Steuern** 0,3 Mio. EUR (3M/2021: 0,1 Mio. EUR).

ERGEBNIS NACH STEUERN NICHT FORTGEFÜHRTER GESCHÄFTSBEREICH

Im Vorjahreszeitraum resultierte aus der Liquidation der spanischen Gesellschaft und der damit verbundenen Entkonsolidierung ein Ertrag in Höhe von 0,2 Mio. EUR (3M/2022: 0,0 Mio. EUR).

KONZERNPERIODENERGEBNIS DES YOC-KONZERNS

Das erste Quartal 2022 beendet der YOC-Konzern in Summe der dargestellten Effekte mit einem **Konzernperiodenergebnis** in Höhe von 0,3 Mio. EUR (3M/2021: 0,3 Mio. EUR).

SEGMENTBERICHTERSTATTUNG

Die Segmentberichterstattung erfolgt auf Grundlage der internen Managementstruktur und des entsprechenden Reportings.

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, Schweiz und Polen im Segment International zusammengefasst, da sie vergleichbare wirtschaftliche Merkmale aufweisen und auch hinsichtlich ihrer Produkte, Dienstleistungen, Kunden, Prozesse, Strukturen und Vertriebsmethoden vergleichbar sind.

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

Der Bereich **Corporate Functions** beinhaltet Erträge und Aufwendungen, die in der Muttergesellschaft anfallen und keinem Geschäftssegment direkt zuordenbar sind. Die Innenumsätze beinhalten die Weiterbelastung von Kosten auf der Basis der Funktion als Holdinggesellschaft gegenüber ihren Tochtergesellschaften für die Nutzung der Technologieplattform **VIS.X®** sowie weitere operative Dienstleistungen.

Gemäß IFRS 8.34 trugen zwei Kunden mit einem Umsatzanteil von jeweils mehr als 10 % zum Konzernumsatz im laufenden Geschäftsjahr 2022 bei.

Bei diesen Kunden handelt es sich um Einkaufsplattformen, welche an die unternehmenseigene Technologieplattform **VIS.X®** angeschlossen sind. Diese Kunden sind keinem Segment des YOC-Konzerns direkt zu zuordnen.

Der prozentuale Umsatzanteil sowie der Anteil am Forderungsbestand aus Lieferungen und Leistungen stellt sich wie folgt dar:

	Umsatz des YOC-Konzerns mit den Kunden (Vorjahr)	Forderung des YOC-Konzerns gegen den Kunden (Vorjahr)
Kunde A	16 % (21 %)	16 % (20 %)
Kunde B	8 % (11 %)	16 % (15 %)

Der YOC-Konzern steigerte im ersten Quartal 2022 seine **Umsatzerlöse** um 26 % auf 4,4 Mio. EUR (3M/2021: 3,5 Mio. EUR). Das **operative Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)** verbesserte sich um 0,3 Mio. EUR und belief sich auf 0,6 Mio. EUR (3M/2021: 0,3 Mio. EUR).

Im **nationalen Segment** betrug der **Umsatz** 2,7 Mio. EUR (3M/2021: 2,1 Mio. EUR). Das **operative Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)** betrug 0,8 Mio. EUR (3M/2021: 0,4 Mio. EUR).

Die **Umsatzerlöse** der **internationalen Geschäftstätigkeiten** stiegen um 22 % auf 1,7 Mio. EUR (3M/2021: 1,4 Mio. EUR) an. Im Ergebnis steuert das Segment ein **operatives Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)** zum Konzernperiodenergebnis in Höhe von 0,2 Mio. EUR (3M/2021: 0,3 Mio. EUR) bei.

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

ÜBERLEITUNGSRECHNUNG (IN TEUR)	3M/2022	3M/2021
EBITDA	569	322
Abschreibungen	240	183
Finanzergebnis	-26	-40
Ergebnis vor Steuern	303	99
Steuern	39	34
Ergebnis nach Steuern fortzuführende Geschäftsbereiche	264	65
Ergebnis nach Steuern nicht fortgeführte Geschäftsbereiche	0	213
KONZERN-PERIODENERGEBNIS	264	278

Zum 31. März 2022 betragen die **Forderungen aus Lieferungen und Leistungen** in der **nationalen Region** 0,9 Mio. EUR (Vorjahr: 0,8 Mio. EUR) sowie 1,0 Mio. EUR (Vorjahr: 0,5 Mio. EUR) in der **Region international** sowie im Bereich **Corporate Functions** 1,5 Mio. EUR (Vorjahr: 1,4 Mio. EUR).

Daneben beliefen sich die **Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen** in der **nationalen Region** auf 1,1 Mio. EUR (Vorjahr: 1,3 Mio. EUR), **international** auf 0,8 Mio. EUR (Vorjahr: 0,7 Mio. EUR) sowie im Bereich **Corporate Functions** auf 0,4 Mio. EUR (Vorjahr: 0,4 Mio. EUR).

YOC-GRUPPE BERICHT ZUM ERSTEN QUARTAL 2022

Die nachfolgende 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.

SEGMENTBERICHTERSTATTUNG

(in TEUR)

01.01.2022 - 31.03.2022

	NATIONAL	INTERNATIONAL	CORPORATE FUNCTIONS	KONSOLIDIERUNG	YOC-GRUPPE
Umsatz	2.698	1.718	0	0	4.417
Innenumsatz	21	9	339	-369	0
Gesamtumsatz	2.719	1.727	339	-369	4.417
Aktiviert Eigenleistungen	0	0	141	0	141
Sonstige betriebliche Erträge	133	74	198	-191	214
Gesamtleistung	2.852	1.802	678	-560	4.771
Materialaufwand	1.502	1.022	368	-370	2.523
Personalaufwand	333	362	542	0	1.236
Sonstige betriebliche Aufwendungen	178	219	275	-229	443
EBITDA	839	198	-507	38	569

SEGMENTBERICHTERSTATTUNG

(in TEUR)

01.01.2021 - 31.03.2021

	NATIONAL	INTERNATIONAL	CORPORATE FUNCTIONS	KONSOLIDIERUNG	YOC-GRUPPE
Umsatz	2.088	1.415	0	0	3.503
Innenumsatz	14	2	401	-416	0
Gesamtumsatz	2.102	1.417	401	-416	3.503
Aktiviert Eigenleistungen	0	0	158	0	158
Sonstige betriebliche Erträge	92	24	198	-186	128
Gesamtleistung	2.194	1.441	757	-603	3.789
Materialaufwand	1.305	779	276	-268	2.093
Personalaufwand	336	198	541	0	1.074
Sonstige betriebliche Aufwendungen	144	161	181	-185	300
EBITDA	408	304	-241	-149	322

ANGABEN ZU WESENTLICHEN ENTWICKLUNGEN DER KONZERNBILANZ

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.

31.03.2022 (IN TEUR)		ZU FORTGEFÜHRTEN ANSCHAFFUNGS-KOSTEN	
	BUCHWERT		
AKTIVA			
Zahlungsmittel	1.223		1.223
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	3.407		3.407
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	428		428
PASSIVA			
davon langfristig			
Verbindlichkeiten aus Leasing	583		583
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	169		169
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	140		140
Festverzinsliche Darlehen	0		0
YOC Wandelschuldverschreibung 2018-2022	0		0
davon kurzfristig			
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2.251		2.251
Verbindlichkeiten aus Leasing	320		320
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	36		36
Festverzinsliche Darlehen	700		700
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	3.180		3.180
31.03.2021 (IN TEUR)		ZU FORTGEFÜHRTEN ANSCHAFFUNGS-KOSTEN	
	BUCHWERT		
AKTIVA			
Zahlungsmittel	279		279
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	2.669		2.669
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	459		459
PASSIVA			
davon langfristig			
Verbindlichkeiten aus Leasing	579		579
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	0		0
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	0		0
Festverzinsliche Darlehen	680		680
YOC Wandelschuldverschreibung 2018-2022	1.363		1.363
davon kurzfristig			
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2.431		2.431
Verbindlichkeiten aus Leasing	217		217
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	0		0
Festverzinsliche Darlehen	300		300
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	2.422		2.422

ERLÄUTERUNG ZUR CASH-FLOW RECHNUNG

OPERATIVER CASH-FLOW

Die Ermittlung des **operativen Cash-Flows** erfolgt nach der indirekten Methode. Ausgangspunkt für die Ermittlung ist das Konzernperiodenergebnis des laufenden Geschäftsjahres 2022 in Höhe von 0,3 Mio. EUR (3M/2021: 0,3 Mio. EUR).

Im ersten Quartal 2022 betrug der operative Cash-Flow des YOC-Konzerns 0,2 Mio. EUR (3M/2021: -0,1 Mio. EUR). Dieser resultierte, neben dem Ergebnis nach Steuern, aus der geschäftsbedingten Veränderung des Working Capital.

CASH-FLOW AUS INVESTITIONSTÄTIGKEITEN

Der **Mittelabfluss aus Investitionstätigkeiten** in Höhe von insgesamt 0,7 Mio. EUR (3M/2021: 0,3 Mio. EUR) umfasst die aktivierungsfähigen internen Entwicklungskosten im Zusammenhang mit der Weiterentwicklung der technologischen Plattformen des Unternehmens und innovativer Produkte in Höhe von 0,2 Mio. EUR sowie externe Entwicklungskosten in Höhe von weiteren 0,1 Mio. EUR.

Darüber hinaus entfielen 0,4 Mio. EUR auf die Akquisition der neuen Tochtergesellschaft theINDUSTRY AG, Zürich.

CASH-FLOW AUS FINANZIERUNGSTÄTIGKEITEN

Der Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeiten in Höhe von -0,1 Mio. EUR (3M/2021: -0,2 Mio. EUR) resultiert aus vorgenommenen Tilgungen von Leasing- sowie Darlehensverbindlichkeiten.

FINANZMITTELFONDS

Der **Finanzmittelfonds** umfasst sämtliche Bank- und Kassenbestände und betrug 1,2 Mio. EUR zum 31. März 2022 (31. Dezember 2021: 1,8 Mio. EUR).

Zusätzlich stehen der Gesellschaft Betriebsmittellinien bei ihren Hausbanken in Höhe von insgesamt 1,1 Mio. EUR zur Verfügung.

SONSTIGE ERLÄUTERUNGEN

HAFTUNGSVERHÄLTNISSE, GEWÄHRLEISTUNGEN, EVENTUALVERBINDLICHKEITEN UND 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 sind unverfallbar.

Zum Stichtag wurden hieraus keine resultierenden Verbindlichkeiten bilanziert. Zusätzlich enthält der im März 2020 erneuerte Dienstvertrag des Vorstands Dirk-Hilmar Kraus mit einer Laufzeit bis zum 31. März 2023 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. Zum Stichtag wurden hieraus keine resultierenden Verbindlichkeiten bilanziert.

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

EREIGNISSE NACH DEM BILANZSTICHTAG

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

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.

AUSFALLRISIKO

Das Ausfallrisiko ist das Risiko, dass ein Geschäftspartner seinen Verpflichtungen im Rahmen eines Finanzinstruments nicht nachkommt und dies zu einem finanziellen Verlust führt. Das maximale Ausfallrisiko des Konzerns entspricht den Buchwerten der finanziellen Vermögenswerte und Forderungen sowie den Buchwerten der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente.

Kreditrisiken resultieren aus Forderungen aus Lieferungen und Leistungen. Eine Risikokonzentration ergibt sich aufgrund des zunehmend wachsenden Anteils des programmatischen Handels und den damit angestiegenen durchschnittlichen Zahlungszielen. Dem Forderungsausfallrisiko wird durch ein stringentes Debitorenmanagement entgegengewirkt, das auf die Überwachung der Altersstruktur der Forderungen und das Management von zweifelhaften Forderungen ausgerichtet ist. In den vergangenen drei Geschäftsjahren sind weder in der YOC AG noch in ihren Tochtergesellschaften wesentliche Forderungen gegen Kunden ausgefallen.

LIQUIDITÄTSRISIKO

Der YOC-Konzern hat zur Planung und Überwachung der Zahlungsströme eine eigene Treasury-Funktion eingerichtet. Das Liquiditätsmanagement unterstützt den Vorstand durch die Kontrolle der Geschäftsentwicklung und Zahlungsstromschwankungen bei der Überwachung von Maßnahmen zur Liquiditätssicherung. Die Steuerung erfolgt unter anderem über Kennzahlen (zum Beispiel Eigen- und Fremdkapitalquote, Working Capital etc.), die Aufschluss über die Kapitalstruktur des Unternehmens liefern.

Zum 31. März 2022 verfügt der YOC-Konzern über einen Liquiditätsbestand in Höhe von 1,2 Mio. EUR. Die YOC AG hat im April 2022 mit der Commerzbank AG einen Vertrag über eine Kreditlinie in Höhe von 1,0 Mio. EUR mit einer Laufzeit bis zum 30. Juni 2023 abgeschlossen. Damit verfügt der YOC-Konzern auch für den Fall einer wesentlichen Planunterschreitung im Prognosezeitraum über ausreichende Liquidität.

MARKTRISIKO

Unter dem Marktrisiko ist das Risiko zu verstehen, dass der beizulegende Zeitwert oder künftige Zahlungsflüsse eines Finanzinstruments aufgrund von Änderungen der Marktpreise schwanken. Das Marktrisiko beinhaltet das Währungsrisiko, das Zinsänderungsrisiko sowie sonstige Preisrisiken.

ZINSRISIKO

Ein Anstieg des Drei-Monats-EURIBORS um zwei Prozentpunkte hätte Auswirkungen auf das Finanzergebnis, da eine Betriebsmittellinie in Höhe von 1,0 Mio. EUR an die EURIBOR-Entwicklung gekoppelt ist. Das Finanzergebnis würde sich somit um bis zu 20 TEUR verändern.

WÄHRUNGSRISIKO

Der Konzern ist international geschäftstätig und insbesondere einem Fremdwährungsrisiko ausgesetzt. Die Währungsrisiken erwachsen aus künftigen Geschäftsvorfällen sowie Vermögens- und Schuldposten in Fremdwährung. Solche Positionen bestehen insbesondere in US-Dollar. Im Rahmen der Steuerung des Wechselkursrisikos gegenüber dem US-Dollar prüft der YOC-Konzern, diese Risiken zukünftig über Devisentermingeschäfte abzusichern.

SONSTIGES PREISRISIKO

Neben den finanziellen Risiken, die aus Veränderungen von Wechselkursen, Rohstoffpreisen und Zinssätzen entstehen können, ist der YOC-Konzern zum Bilanzstichtag keinen nennenswerten Preisrisiken ausgesetzt.

ANGABEN ZU BEZIEHUNGEN ZU NAHE- STEHENDEN 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.

Der Vorstand, Herr Dirk-Hilmar Kraus, hat der YOC AG im Geschäftsjahr 2020 ein Darlehen in Höhe von 200 TEUR zur Verfügung gestellt. Dieses wird mit 7 % p. a. verzinst und ist im Oktober 2022 zur Rückzahlung fällig.

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

ERKLÄRUNG ZUM DEUTSCHEN CORPORATE GOVERNANCE KODEX

Die jährliche Entsprechenserklärung zum Deutschen Corporate Governance Kodex gemäß § 161 AktG wurde vom Vorstand und Aufsichtsrat im Februar 2022 abgegeben und 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 für die Finanzberichterstattung der Konzernzwischenabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt und im Konzernzwischenlagebericht der Geschäftsverlauf einschließlich des Geschäftsergebnisses und die Lage des Konzerns so dargestellt sind, dass ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild vermittelt wird, sowie die wesentlichen Chancen und Risiken der voraussichtlichen Entwicklung des Konzerns im verbleibenden Geschäftsjahr beschrieben sind.

Berlin, 25. Mai 2022



Dirk-Hilmar Kraus

Der Vorstand

FINANZKALENDER 2022

23. – 25. MAI 2022

Equity Forum / Frühjahrskonferenz 2022, Frankfurt

25. MAI 2022

Bericht zum ersten Quartal 2022

17. AUGUST 2022

Halbjahresfinanzbericht 2022

16. NOVEMBER 2022

Bericht zum dritten Quartal 2022

YOC-ADRESSEN

BERLIN

YOC AG
YOC Mobile Advertising GmbH

Greifswalder Straße 212
10405 Berlin
Deutschland

DÜSSELDORF

YOC Mobile Advertising GmbH

Königsallee 94
40212 Düsseldorf
Deutschland

HAMBURG

YOC Mobile Advertising GmbH

C/O Ruby Hans Work Spaces Hamburg
Steinhöft 9
20459 Hamburg
Deutschland

WARSCHAU

YOC Poland Sp. Z o.o.

Ul. Rzymowskiego 53 IIIIP
02-697 Warschau
Polen

WIEN

YOC Central Eastern Europe GmbH

Neubaugasse 10/2/17
1070 Wien
Österreich

ZÜRICH

theINDUSTRY AG

Eichstrasse 23
8045 Zürich
Schweiz

IMPRESSUM

HERAUSGEBER

YOC AG
Greifswalder Straße 212
10405 Berlin
Deutschland

T + 49 (0) 30 726 162 – 0
F + 49 (0) 30 726 162 – 222
info@yoc.com

Registereintragung:
Amtsgericht Berlin HRB 77 285

GESAMTKONZEPT UND REDAKTION

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

GESTALTUNG, SATZ UND LAYOUT

FORMLOS BERLIN
www.formlos-berlin.de

