



BERICHT ZUM ERSTEN HALBJAHR 2023

Berlin, 16. August 2023

INHALTSVERZEICHNIS

Brief an die Aktionäre	3
YOC im Überblick	4
Businessmodell und Technologie.....	5
Lagebericht zum Konzernzwischenabschluss ..	10
Konzernzwischenabschluss	14
Versicherung der gesetzlichen Vertreter	26
Impressum.....	27

BRIEF AN DIE AKTIONÄRE

Sehr verehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

auch im laufenden Geschäftsjahr 2023 arbeiten wir intensiv daran, unsere Handelsplattform **VIS.X®** als die führende technologische Plattform für hoch-effektive digitale Werbung zu etablieren – geleitet von unserer Vision „A better advertising experience for everyone“.

Das Differenzierungsmerkmal unserer **VIS.X®**-Plattform ergibt sich dabei aus dem Handel nicht standardisierter, hochwirksamer Werbeformate.

Die Plattform löst damit ein bedeutendes Marktproblem, indem sie hochwirksame Werbeformate nicht nur über Direktbuchungen, sondern auch programmatisch (automatisiert) in Echtzeit handelbar macht und das Werbeinventar mit den YOC-eigenen Produkten im Rahmen von Private Marketplaces bündelt. Dies unterscheidet uns wesentlich von anderen Plattformen und Wettbewerbern.

Gleichzeitig wuchs 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 Technologieplattform **VIS.X®** für Betreiber von Webseiten sowie für Werbetreibende ein zunehmend attraktiverer Marktplatz, der gleichermaßen auch die Bedürfnisse der Internet-Nutzer berücksichtigt:

- › Unsere Werbekunden erhalten durch den Einkauf über **VIS.X®** und den aufmerksamkeitsstarken Werbeformaten von YOC die Möglichkeit, die Bekanntheit ihrer Marke oder ihrer Produkte in Verbindung mit hochwertiger Werbefläche zu steigern;
- › Nutzer des Internets erhalten dabei für sie relevante, interessante Werbebotschaften, ohne in ihrem Lese- beziehungsweise Nutzungsfluss gestört zu werden;
- › Unsere 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 durch **VIS.X®**.

Im laufenden Geschäftsjahr 2023 treiben wir die Umsetzung unserer definierten Wachstumsstrategie weiter voran. In Konsequenz dessen setzten wir im März 2023 unsere Expansion fort und erwarben die Nostemedia Oy mit Sitz in Helsinki, um im nordeuropäischen Raum Fuß zu fassen sowie unsere Aktivitäten weiter zu internationalisieren.

Synergien bestehen in der Bereitstellung von **VIS.X®** im finnischen Markt, wodurch sich einerseits das Produktangebot der Gesellschaft vom Wettbewerb unmittelbar differenziert, aber auch andererseits das Handelsvolumen auf unserer Plattform weiter ansteigen wird. Über diese Transaktion hinaus evaluieren wir weitere Märkte zur Internationalisierung unserer Aktivitäten.

In den ersten sechs Monaten des laufenden Geschäftsjahres 2023 steigerten wir unsere **Konzernumsätze** um rund 30 % auf 12,6 Mio. EUR (H1/2022: 9,7 Mio. EUR).

Die Übernahme der Nostemedia Oy sowie ein spürbarer Personalaufbau im Bereich der weiteren Plattformentwicklung, des Vertriebs und im Rahmen der Internationalisierung bedingen einen Anstieg der Mitarbeiteranzahl und damit des Personalaufwands der Gesellschaft.

Unglücklicherweise wirkt sich darüber hinaus der vollständige Forderungsausfall gegenüber der US-amerikanischen Demand-Side-Plattform MediaMath Inc., welche im Juni 2023 Insolvenz anmelden musste, in Höhe von insgesamt 0,4 Mio. EUR negativ auf die Profitabilität des YOC-Konzerns im zweiten Quartal 2023 aus.

In Konsequenz dessen belief sich das **operative Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)** auf 0,6 Mio. EUR (H1/2022: 1,2 Mio. EUR).

Das **Konzernperiodenergebnis** betrug -0,2 Mio. EUR (H1/2022: 0,5 Mio. EUR).

Für das zweite Halbjahr 2023 sind wir optimistisch gestimmt und sehen eine anhaltende Umsatzdynamik aufgrund des wachsenden Handelsvolumens unserer Handelsplattform **VIS.X®**, die mittlerweile sämtliche unserer Aktivitäten fast komplett abwickelt.

Darüber hinaus wird sich die Profitabilität unseres Unternehmens überproportional im Vergleich zur ersten Jahreshälfte 2023 steigern.

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

Herzliche Grüße,



Dirk-Hilmar Kraus
CEO

YOC IM ÜBERBLICK

UMSATZ UND ERGEBNIS (IN TEUR)

	6M/2023	6M/2022	VERÄNDERUNG ABSOLUT	VERÄNDERUNG IN %
Gesamtumsatz	12.597	9.710	2.887	30
National	6.680	5.292	1.388	26
International	5.917	4.418	1.499	34
Rohertragsmarge (in %)	45,4	44,4	1,0	2
Gesamtleistung	13.116	10.314	2.802	27
EBITDA	616	1.182	-566	-48
EBITDA-Marge (in %)	4,7	11,5	-6,8	-59
Konzernperiodenergebnis	-210	482	-692	-144
Ergebnis je Aktie verwässert in Euro	-0,06	0,14	-0,20	-143
Ergebnis je Aktie unverwässert in Euro	-0,06	0,14	-0,20	-143

MITARBEITER

Durchschnittliche Anzahl Mitarbeiter	79	60	19	32
Mitarbeiterzahl zum 30. Juni	85	64	21	33
Umsatz je Mitarbeiter (in TEUR)	159	162	-3	-2
Gesamtleistung je Mitarbeiter (in TEUR)	166	172	-6	-3

BILANZ UND CASH-FLOW (IN TEUR)

Bilanzsumme	11.010	11.562 ¹⁾	-552	-5
Operativer Cash-Flow	-76	617	-693	-112

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

1) Zum 31. Dezember 2022

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 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 Internets im Blick zu haben und zwar für mobile als auch stationäre Endgeräte.

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 und 2022 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 Marketplaces sowie seit 2020 ein garantiertes Trading im direkten Handel über eine eigene AdServer-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:

ERWEITERTE PREISMODELLE

Die **VIS.X®**-Plattform ermöglicht den Einkäufern maximale Flexibilität in der Wahl des Preismodells für die Auslieferung der jeweiligen Werbeformate. Neben des gängigen Tausenderkontaktpreises (CPM) sowie des Einkaufs über ein Cost-per-Click (CPC) Modell können auf der Plattform auch erweiterte Preismodelle gewählt werden.

Zur Verfügung stehen der Viewable CPM (vCPM), bei dem die Werbeauslieferung nur dann abgerechnet wird, wenn die Werbeeinblendung auch tatsächlich vom Nutzer gesehen wurde. Für Video-Werbung lässt sich der Einkauf zusätzlich im Rahmen eines Cost-Per-Completed-View Modells (CPCV) auf vollständig gesehene Videos optimieren.

VIS.X® ARTIFICIAL INTELLIGENCE (AI)

VIS.X® AI ist eine neue innovative Funktion der Technologieplattform **VIS.X®**, die innovative Handelgorithmen zusammenfasst, die sowohl für Werbetreibende als auch für Publisher einen zusätzlichen Mehrwert bieten. Werbetreibende profitieren von **VIS.X® AI** durch signifikant gesteigerte KPIs, da die künstliche Intelligenz in Echtzeit automatisch das

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

Der Algorithmus basiert auf Machine-Learning-Vorhersagen, historischen Daten sowie der Performance von vergangenen Werbekampagnen. Dies bietet volle Flexibilität, da **VIS.X® AI** sowohl hinsichtlich programmatischer Deals als auch im Rahmen des individuellen Direkthandels funktioniert.

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 extrem 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 Handlungsumgebung geschaffen und gleichzeitig wird es ihnen ermöglicht, eine gezielte Auswahl der Werbefläche vorzunehmen. Im letzten Jahr wurden immer mehr führende Demand-Side-Plattformen (DSP) mit einem großen Netzwerk von Werbetreibenden als Bieter in die **VIS.X®** Auktion integriert, so dass neue Nachfragequellen über den Open Market Zugang zum YOC-Inventar erhalten.

HANDEL IM PRIVATE MARKETPLACE (PMP)

Der Handel im Private Marketplace ermöglicht den Einkäufern von Werbeinventar, Zugriff auf die YOC High-Impact Werbeformate über die Plattform **VIS.X®** zu erhalten.

Diverse zusätzliche Handelskriterien können definiert und für das Trading in Form von Deals eingestellt werden, sodass die einkaufenden Marktteilnehmer genau das Werbeinventar erwerben können, das zu den Zielen der Werbetreibenden passt. Anders als im Open Market erhalten Käufer im privaten Handel einen bevorzugten Zuschlag auf das angebotene Inventar.

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.

MULTICHANNEL-ANSATZ

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 Werbeformen.

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

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.

Im Geschäftsjahr 2021 erweiterte YOC die **VIS.X®**-Plattform für das Handeln von Desktop Advertising-Inventar. Der strategische Ansatz, mit High-Impact Werbeformaten eine nachweislich bessere Werbewirkung zu erzielen, lässt sich auch auf Werbeflächen von herkömmlichen Desktops oder Tablets umsetzen.

Das Desktop-Inventar, welches weiterhin mit knapp über 50 % aller digitalen Werbeausgaben einen entscheidenden Marktanteil im Display-Advertising ausmacht, konnte durch Weiterentwicklungen innerhalb der **VIS.X®**-Plattform sowie Einführungen spezieller neuer Produktlinien effektiver monetarisiert werden.

Im Jahr 2022 erreichte das Handelsvolumen aus diesem Kanal bereits 12 % des gesamten Handelsvolumens. Zukünftig wird ein weiterer Anstieg des Umsatzes auf Basis von Desktop-Inventar erwartet.

NEW CHANNEL: DYNAMIC IN-GAME ADVERTISING

Dynamic In-Game Advertising (DIGA) revolutioniert die Art und Weise, wie Marken mit ihren Zielgruppen in Kontakt treten können.

Durch das Einfügen von Werbung in Echtzeit in Videospiele können Werbetreibende Millionen von engagierten Nutzern auf eine fesselnde und interaktive Weise erreichen. Diese Art der Werbung weckt nicht nur die Aufmerksamkeit der Spieler, sondern bietet auch die Möglichkeit, eine emotionale Bindung zu ihnen aufzubauen.

Für den Videospiele-Markt hat YOC eine innovative Lösung entwickelt, um In-Game Advertising möglichst nahtlos in den bestehenden Media-Mix zu integrieren.

Das **VIS.X® SDK** für die Unity Game Engine unter Windows ermöglicht die Auslieferung von Bannern und Inline Video Ads in Echtzeit.

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.

Eine Reporting Application Programming Interface (API) ermöglicht es den YOC-Partnern, eigene Analysen zu erstellen und Daten aus der **VIS.X®**-Plattform in bestehende Business Intelligence Systeme und Datenpipelines zu importieren.

MANAGEMENT DES WERBEMITTELINVENTARS

Die Management Oberfläche bietet die komplette Verwaltung des gehandelten Inventars, der integrierten Publisher, deren stationären und mobile Webseiten beziehungsweise Apps sowie einzelner Werbeplätze.

Die Steuerung in der Plattform bietet granulare Möglichkeiten, die verfügbaren Werbeformate zu konfigurieren, Preispunkte zu definieren sowie die Handelskanäle zu bestimmen.

Diese Einstellvarianten erlauben es im Rahmen des Handels, die optimale Kombination aus Ertrag und User Experience zu realisieren. Darüber hinaus bietet die Plattform anpassbare Inventareinstellungen, die je nach Geolocation des Nutzers unterschiedliche Floor-Preise ermöglichen, sowie die Möglichkeit, entweder mit vordefinierten Publisher-Kreativgrößen zu arbeiten oder aus der vorhandenen Nachfrage automatisch die am besten geeigneten Formate auszuwählen.

DEAL UND ORDER MANAGEMENT

Kern der **VIS.X®**-Plattform ist die Steuerung aller laufenden und neuen Deals im Rahmen von Private Marketplaces sowie direkter Werbekampagnen.

Die Benutzeroberfläche ermöglicht die variable Konfiguration diverser Targeting-Möglichkeiten, die die gezielte Ansprache der gewünschten Zielgruppe definieren.

Je nach gewähltem Preismodell optimiert der integrierte Algorithmus der Plattform, automatisiert die optimale Menge und den Zeitpunkt der auszuführenden Kampagnen nach den Bedürfnissen des Werbetreibenden.

Durch die Einbindung zusätzlicher Partner und die Verfügbarkeit weiterer Targeting-Optionen können Werbetreibende ihre Wunschzielgruppe effektiv erreichen und ansprechen sowie dadurch ihre Kampagnen effektiver gestalten.

AUTOMATISIERTE ABRECHNUNG

Das System ist nahtlos mit dem ERP-System des Unternehmens integriert. Die Aufträge und Lieferdaten aus dem direkten Vertrieb sowie dem vollautomatisierten Handel werden automatisch erfasst und mit dem Buchhaltungssystem synchronisiert.

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

HIGH-IMPACT WERBEFORMATE

YOC entwickelt High-Impact (hochwirksame) Werbeformate und vertreibt diese in derzeit acht Produktlinien. Dabei verfolgt das Unternehmen das Ziel, ein besseres Werbeerlebnis für alle zu schaffen.

So sollen Nutzer beim Konsumieren der Inhalte des 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.

LAGEBERICHT ZUM KONZERN- ZWISCHEN- ABSCHLUSS

GESCHÄFTSENTWICKLUNG IN DEN ERSTEN SECHS MONATEN DES GESCHÄFTSJAHRES 2023

Die YOC AG entwickelt Technologien und 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, Helsinki, Wien, Warschau und Zürich.

Die YOC AG hat im März 2023 die hundertprozentige Übernahme der Gesellschaftsanteile der in Helsinki, Finnland, ansässigen Nostemedia Oy bekannt gegeben. Durch die Übernahme der Nostemedia Oy expandiert die Gesellschaft nunmehr in den nord-europäischen Raum.

Die Nostemedia Oy ist ein technologischer Dienstleister im digitalen Werbemarkt und verfügt über eine starke Expertise im Media Sales digitaler Werbeformate.

Zusätzlich hat das Unternehmen Zugriff auf ein umfangreiches Inventar an renommierten Publishern mit monatlich knapp einer Milliarde verfügbaren Werbeplätzen (Ad Impressions). Die Integration in den YOC-Konzern bietet beiden Unternehmen das Potenzial, schnelles und nachhaltiges Wachstum zu generieren und entsprechende Synergien zu realisieren.

Der Kaufpreis teilt sich in einen fixen Bestandteil in Höhe von 1.235 TEUR sowie in weitere variable erfolgsabhängige Bestandteile, die von den operativen Ergebnissen der Geschäftsjahre 2023 bis 2026 der Nostemedia Oy abhängig sind, auf. Der daraus resultierende voraussichtliche Gesamtkaufpreis in Höhe von insgesamt 1.235 TEUR bis zu 1.713 TEUR soll im Wesentlichen aus dem laufenden Cash-Flow der YOC AG finanziert werden.

Basierend auf einer unabhängigen Kaufpreisallokation (Purchase Price Allocation) bilanziert die Gesellschaft einen Geschäfts- oder Firmenwert in Höhe von 1.411 TEUR sowie weitere 356 TEUR, welche auf erworbene Marken und Kundenstämme entfallen. Im Zuge dieser Unternehmenstransaktion hat die YOC AG Aktiva in Höhe von 490 TEUR sowie Passiva in Höhe von 544 TEUR in den Konzernabschluss einbezogen.

Im ersten Halbjahr 2023 steigerte der YOC-Konzern seine **Umsatzerlöse** um rund 30 % auf 12,6 Mio. EUR (H1/2022: 9,7 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 26 % an. Die Umsatzerlöse der **internationalen Geschäftstätigkeiten** konnten um 34 % gesteigert werden. Zu dieser Entwicklung trug insbesondere die unternehmens-eigene Technologieplattform **VIS.X®** bei. Die Handelsplattform **VIS.X®** ermöglicht den programmatischen (automatisierten) Handel der Werbeprodukte von YOC und positioniert die Gesellschaft als Anbieter von Werbetechnologie (Ad Technology). Analog zu dieser Entwicklung nahm der Umsatzanteil der eigenentwickelten Ad Tech-Produkte weiter zu.

Im Berichtszeitraum belief sich das **operative Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)** auf 0,6 Mio. EUR (H1/2022: 1,2 Mio. EUR). Dabei wirkte sich ein Forderungsverlust und die damit verbundene Wertminderung in Höhe von 0,4 Mio. EUR negativ auf die Profitabilität des Konzerns im laufenden Geschäftsjahr 2023 aus.

In Summe resultiert ein **Konzernperiodenergebnis** in Höhe von -0,2 Mio. EUR (H1/2022: 0,5 Mio. EUR).

ENTWICKLUNG DER ERTRAGSLAGE

UMSATZENTWICKLUNG UND GESAMTLEISTUNG

In der Berichtsperiode verzeichnete der Konzern ein **Umsatzwachstum** in Höhe von rund 30 % auf 12,6 Mio. EUR (H1/2022: 9,7 Mio. EUR).

Die **Gesamtleistung** liegt mit 13,1 Mio. EUR um 2,8 Mio. EUR über dem Vorjahresniveau (H1/2022: 10,3 Mio. EUR).

ROHERTRAG

Die **Rohertragsquote** wertete mit 45 % über dem Niveau des Vorjahres (H1/2022: 44 %).

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

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

PERSONALAUFWAND UND -ENTWICKLUNG

Im laufenden Geschäftsjahr 2023 konnte der YOC-Konzern Leistungsträger an das Unternehmen binden sowie neue, qualifizierte Mitarbeiter für Schlüsselpositionen gewinnen.

Zum 30. Juni 2023 beschäftigte der Konzern 85 **Mitarbeiter** (30. Juni 2022: 64 Mitarbeiter).

Die **durchschnittliche Mitarbeiteranzahl** belief sich auf 79 Mitarbeiter (H1/2022: 60 Mitarbeiter). Mitarbeiter in Teilzeit werden auf Vollzeitkräfte umgerechnet. Auszubildene, Praktikanten sowie Vorstandsmitglieder werden für die Ermittlung nicht berücksichtigt.

Die Übernahme der Nostmedia Oy sowie ein spürbarer Personalaufbau im Bereich der weiteren Plattformentwicklung, des Vertriebs und im Rahmen der Internationalisierung bedingen den Anstieg der Mitarbeiteranzahl und damit des Personalaufwands der Gesellschaft.

In der Berichtsperiode stieg der **Personalaufwand** auf 3,6 Mio. EUR (H1/2022: 2,6 Mio. EUR).

SONSTIGE BETRIEBLICHE AUFWENDUNGEN

In den ersten sechs Monaten des laufenden Geschäftsjahres 2023 betragen die **sonstigen betrieblichen Aufwendungen** 2,0 Mio. EUR (H1/2022: 1,2 Mio. EUR).

Der Anstieg resultiert im Wesentlichen aus einem Forderungsverlust im Zuge der Insolvenz der US-amerikanischen Demand-Side-Plattform MediaMath Inc. in Höhe von insgesamt 0,4 Mio. EUR.

Darüber hinaus trugen neben den allgemeinen Preissteigerungen der letzten Monate vor allem gestiegene Aufwendungen für Marketing sowie Beratungsdienstleistungen zum Anstieg der sonstigen betrieblichen Aufwendungen des YOC-Konzerns bei.

EBITDA

Im Berichtszeitraum belief sich das **operative Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)** auf 0,6 Mio. EUR (H1/2022: 1,2 Mio. EUR).

ERGEBNIS NACH STEUERN

Der YOC-Konzern verzeichnete **planmäßige Abschreibungen** in Höhe von 0,6 Mio. EUR (H1/2022: 0,5 Mio. EUR).

Das **Finanzergebnis** betrug -0,0 Mio. EUR (H1/2022: -0,0 Mio. EUR).

Die **Steuern vom Einkommen und Ertrag** summieren sich auf 0,2 Mio. EUR (H1/2022: 0,1 Mio. EUR).

Im Ergebnis beträgt das **Ergebnis nach Steuern** -0,2 Mio. EUR (H1/2022: 0,5 Mio. EUR).

KONZERNPERIODENERGEBNIS DES YOC-KONZERNS

Die Berichtsperiode beendet der YOC-Konzern in Summe der dargestellten Effekte mit einem **Konzernperiodenergebnis** in Höhe von -0,2 Mio. EUR (H1/2022: 0,5 Mio. EUR).

ENTWICKLUNG DER FINANZ- UND VERMÖGENSLAGE

CASH-FLOW

Zum Bilanzstichtag beliefen sich die **liquiden Mittel** des YOC-Konzerns auf 0,2 Mio. EUR und reduzierten sich somit um 1,5 Mio. EUR im Vergleich zum Jahresendbestand 2022 (31. Dezember 2022: 1,7 Mio. EUR).

OPERATIVER CASH-FLOW

Die Ermittlung des **operativen Cash-Flows** erfolgt nach der indirekten Methode. Ausgangspunkt für die Ermittlung ist das Konzernperiodenergebnis des laufenden Geschäftsjahres 2023 in Höhe von -0,2 Mio. EUR (H1/2022: 0,5 Mio. EUR).

Der operative Cash-Flow des YOC-Konzerns betrug -0,1 Mio. EUR (H1/2022: 0,6 Mio. EUR). Dieser resultierte, neben dem Konzernperiodenergebnis, aus der geschäftsbedingten Veränderung des Working Capital, gezahlten Steuern sowie zahlungsunwirksamen Aufwendungen und Erträgen.

CASH-FLOW AUS INVESTITIONSTÄTIGKEITEN

Der **Mittelabfluss aus Investitionstätigkeiten** in Höhe von insgesamt 1,7 Mio. EUR (H1/2022: 0,9 Mio. EUR) umfasst primär die Akquisition der Nostmedia Oy in Höhe von 1,2 Mio. EUR sowie die aktivierungsfähigen internen Entwicklungskosten im Zusammenhang mit der Weiterentwicklung der Technologieplattform **VIS.X®** sowie der Produktpalette an Werbeformaten des Unternehmens in Höhe von 0,4 Mio. EUR und externe Entwicklungskosten in Höhe von weiteren 0,1 Mio. EUR.

CASH-FLOW AUS FINANZIERUNGSTÄTIGKEITEN

Der Cash-Flow aus **Finanzierungstätigkeiten** in Höhe von 0,3 Mio. EUR (H1/2022: -0,4 Mio. EUR) resultiert aus der Tilgung von Darlehens- und Leasingverbindlichkeiten. Darüber hinaus wurde im Nachgang der Übernahme der Nostemedia Oy ein Akquisitionsdarlehen bei der Commerzbank AG in Höhe von 0,5 Mio. EUR mit einer Laufzeit bis zum 31. Dezember 2025 aufgenommen.

ZUSAMMENFASSENDE AUSSAGE ÜBER DIE ERTRAGS-, FINANZ- UND VERMÖGENSLAGE

Die Konzentration unserer Aktivitäten auf unsere Handelsplattform **VIS.X®** sowie die Erweiterung unseres Produktangebots führte zu einem steigenden Geschäftsvolumen des YOC-Konzerns. Im Ergebnis steigerte der YOC-Konzern in den ersten sechs Monaten des laufenden Geschäftsjahres 2023 die **Umsatzerlöse auf Konzernebene** um rund 30 % auf 12,6 Mio. EUR (H1/2022: 9,7 Mio. EUR).

Im Berichtszeitraum belief sich das **operative Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)** auf 0,6 Mio. EUR (H1/2022: 1,2 Mio. EUR). Dabei wirkte sich ein Forderungsverlust beziehungsweise die damit verbundene Wertminderung in Höhe von 0,4 Mio. EUR negativ auf die Profitabilität des Konzerns im laufenden Geschäftsjahr 2023 aus.

Die Berichtsperiode beendete der Konzern in Summe mit einem **Konzernperiodenergebnis** in Höhe von -0,2 Mio. EUR (H1/2022: 0,5 Mio. EUR).

In Konsequenz dieser Unternehmensentwicklung valutierte das **Konzerneigenkapital** zum 30. Juni 2023 in Höhe von 1,5 Mio. EUR (31. Dezember 2022: 1,7 Mio. EUR).

Die **Bilanzsumme** des YOC-Konzerns sank saisonal bedingt auf 11,0 Mio. EUR (31. Dezember 2022: 11,6 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 2022, 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-Formate, also solche, die die Einbindung vielfältiger Medien wie Video, Audio oder HTML5 erlauben, erzeugen höhere Interaktionsraten als Standard Banner und führen deswegen zu einer höheren und positiveren Markenwahrnehmung.

Seit einigen Jahren positioniert sich der YOC-Konzern mit seinen Produktlinien und deren vielfältigen Features in diesem Geschäftsfeld und erwartet durch die Bereitstellung interaktiver und wirksamkeitsstarker Werbeformate im programmatischen Umfeld, am Marktwachstum zu partizipieren. Nach Einschätzung des YOC-Konzerns bietet der europäische Markt derzeit kaum angebotsseitige Plattformen, die die Nachfrage nach Digital Programmatic Advertising in Verbindung mit hochwirksamen Werbeprodukten bedienen können.

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

Seit dem Launch der Technologieplattform **VIS.X®** im Jahr 2018 bietet YOC nicht nur hochwirksame Werbeformate an, sondern kann diese seit dem 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 auf der kontinuierlichen Steigerung des programmatischen Plattformgeschäfts und damit auf der Umsetzung der definierten Unternehmensstrategie. Mit der Technologieplattform **VIS.X®** erlangt die Gesellschaft durch den programmatischen Handel der eigenentwickelten Werbeprodukte einen nachhaltigen Wettbewerbsvorteil sowie Unabhängigkeit von Drittanbietern.

Nach einem Umsatzwachstum von jeweils über 20 % in den beiden zurückliegenden Geschäftsjahren 2021 und 2022, wird für das Geschäftsjahr 2023 eine anhaltend hohe Wachstumsdynamik erwartet. Im Vergleich zum Vorjahr sollte sowohl der Umsatz als auch das operative Ergebnis deutlich gesteigert werden können.

Unter der Annahme, dass der militärische Konflikt in der Ukraine 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.

Mit Blick auf die Corona-Pandemie erwarten wir auch bei einem erneuten Pandemiegeschehen keinen vergleichweisen Einbruch beziehungsweise Schockzustand in der Werbewirtschaft, wie er sich zu Beginn der Pandemie im ersten Quartal 2020 einstellte.

Der signifikante Anstieg der Inflationsrate sowie die damit einhergehende Zinswende in nahezu allen europäischen Staaten bedeutet eine erneute makroökonomische Herausforderung, deren Auswirkungen die Gesamtwirtschaft belasten. Für die digitalen Werbeausgaben lassen sich hieraus zum jetzigen Zeitpunkt keine negativen Auswirkungen ableiten. In den vergangenen Quartalen zeigte sich das Geschäftsmodell des YOC-Konzerns resilient gegenüber der allgemeinen gesamtwirtschaftlichen Entwicklung, jedoch lassen sich die Auswirkungen auf die vor uns liegenden Quartale zum jetzigen Zeitpunkt nur schwer abschätzen.

Insgesamt rechnet der YOC-Konzern für das Geschäftsjahr 2023 mit steigenden **Umsatzerlösen** auf 29,0 Mio. EUR bis 30,0 Mio. EUR bei unterproportional ansteigenden Aufwendungen.

Auf Basis dieser Umsatzprognose rechnet der Vorstand für das Geschäftsjahr 2023 mit einer Steigerung des **operativen Ergebnisses vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)** auf 4,0 Mio. EUR bis 4,5 Mio. EUR.

Parallel dazu sollte sich ebenfalls der durchschnittliche Auftragsbestand erhöhen. Der YOC-Konzern geht im Zuge des weiteren Umsatz- und Unternehmenswachstums von einer steigenden Mitarbeiteranzahl im Jahresverlauf 2023 aus.

In Konsequenz dessen sollte das **Konzernperiodenergebnis** für das Geschäftsjahr 2023 ein Niveau in Höhe von 2,5 Mio. EUR bis 3,0 Mio. EUR erreichen.

Im März 2023 schloss die YOC AG mit der Commerzbank AG einen Vertrag über eine Kreditlinie in Höhe von 1,0 Mio. EUR mit einer Laufzeit bis zum 30. Juni 2024 ab. Im Mai 2023 wurde im Nachgang der Übernahme der Nostemedia Oy zusätzlich ein Darlehen bei der Commerzbank AG in Höhe von 0,5 Mio. EUR mit einer Laufzeit bis zum 31. Dezember 2025 aufgenommen.

Damit verfügt die Gesellschaft auch für den Fall einer wesentlichen Planunterschreitung im Prognosezeitraum über eine ausreichende Liquidität.

KONZERNZWISCHENABSCHLUSS

KONZERNGESAMTERFOLGSRECHNUNG Q2/2023 (UNGEPRÜFT)

Alle Angaben in EUR

	Q2/2023	Q2/2022
Umsatzerlöse	7.383.541	5.293.111
Aktiviertete Eigenleistungen	193.675	123.377
Sonstige betriebliche Erträge	80.598	126.175
Gesamtleistung	7.657.814	5.542.663
Materialaufwand	3.956.061	2.877.390
Personalaufwand	2.034.343	1.330.393
Sonstige betriebliche Aufwendungen	1.382.412	721.662
Operatives Ergebnis vor Abschreibungen	284.998	613.218
Abschreibungen	341.013	270.330
Operatives Ergebnis	-56.015	342.888
Finanzerträge	19	0
Finanzaufwendungen	25.977	23.803
Finanzergebnis	-25.958	-23.803
Ergebnis vor Steuern	-81.973	319.085
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	138.918	100.883
Latenter Steuerertrag	2.502	0
Ergebnis nach Steuern	-218.389	218.202
Konzernperiodenergebnis	-218.389	218.202

ERGEBNIS JE AKTIE

Ergebnis je Aktie unverwässert	-0,06	0,06
Ergebnis je Aktie verwässert	-0,06	0,06

KONZERNGESAMTERGEBNISRECHNUNG

Ergebnis nach Steuern	-218.389	218.202
Effekte, die künftig in die Gewinn- und Verlustrechnung reklassifiziert werden können:		
Unrealisierte Ergebnisse aus der Währungsumrechnung	-16.793	-4.687
Sonstiges Ergebnis	-16.793	-4.687
Konzerngesamtergebnis	-235.182	213.515

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

KONZERNZWISCHENABSCHLUSS

KONZERNGESAMTERFOLGSRECHNUNG HI/2023 (UNGEPRÜFT)

Alle Angaben in EUR

	6M/2023	6M/2022
Umsatzerlöse	12.597.147	9.709.764
Aktiviert Eigenleistungen	357.688	263.896
Sonstige betriebliche Erträge	160.742	340.238
Gesamtleistung	13.115.577	10.313.898
Materialaufwand	6.883.290	5.400.640
Personalaufwand	3.634.738	2.566.549
Sonstige betriebliche Aufwendungen	1.981.525	1.164.531
Operatives Ergebnis vor Abschreibungen	616.024	1.182.178
Abschreibungen	628.007	509.856
Operatives Ergebnis	-11.983	672.322
Finanzerträge	69	0
Finanzaufwendungen	39.167	50.151
Finanzergebnis	-39.098	-50.151
Ergebnis vor Steuern	-51.081	622.171
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	161.575	140.009
Latenter Steuerertrag	2.502	0
Ergebnis nach Steuern	-210.154	482.162
Konzernperiodenergebnis	-210.154	482.162

ERGEBNIS JE AKTIE

Ergebnis je Aktie unverwässert	-0,06	0,14
Ergebnis je Aktie verwässert	-0,06	0,14

KONZERNGESAMTERGEBNISRECHNUNG

Ergebnis nach Steuern	-210.154	482.162
Effekte, die künftig in die Gewinn- und Verlustrechnung reklassifiziert werden können:		
Unrealisierte Ergebnisse aus der Währungsumrechnung	-17.244	-3.632
Sonstiges Ergebnis	-17.244	-3.632
Konzerngesamtergebnis	-227.398	478.530

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

KONZERNZWISCHENABSCHLUSS

KONZERNBILANZ PER 30. JUNI 2023 (UNGEPRÜFT)

Alle Angaben in EUR

	30.06.2023	31.12.2022
AKTIVA		
Langfristige Vermögenswerte	5.868.465	4.190.181
Sachanlagen	201.678	186.550
Geschäfts- oder Firmenwerte	1.990.285	551.283
Immaterielle Vermögenswerte	2.613.347	2.164.075
Nutzungsrechte aus Leasing	434.527	597.215
Aktive latente Steuern	628.628	691.058
Kurzfristige Vermögenswerte	5.141.444	7.371.910
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	4.650.182	5.460.402
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	268.017	208.247
Steuerforderungen	9.973	0
Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten	213.272	1.703.261
Summe Vermögenswerte	11.009.909	11.562.091
PASSIVA		
Eigenkapital	1.479.602	1.707.001
Gezeichnetes Kapital	3.476.478	3.476.478
Kapitalrücklage	22.053.357	22.053.357
Kumulierte Verluste	-24.033.378	-23.823.223
Unterschiedsbetrag aus Währungsumrechnungen	-16.855	389
Langfristige Schulden	1.389.362	864.577
Rückstellungen	579.297	100.425
Verbindlichkeiten aus Leasing	221.087	345.970
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	455.153	122.667
Steuerschulden	133.825	295.515
Kurzfristige Schulden	8.140.945	8.990.513
Erhaltene Anzahlungen	148.354	120.812
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2.467.828	3.014.058
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	228.680	37.316
Sonstige Verbindlichkeiten	576.624	589.044
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	2.305.192	4.592.805
Verbindlichkeiten aus Leasing	284.109	331.234
Steuerschulden	518.954	305.244
Rückstellungen	1.611.204	0
Summe Eigenkapital und Schulden	11.009.909	11.562.091

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

KONZERNZWISCHENABSCHLUSS

KONZERNKAPITALFLUSSRECHNUNG HI/2023 (UNGEPRÜFT)

Alle Angaben in EUR

	6M/2023	6M/2022
Konzernperiodenergebnis	-210.154	482.162
Abschreibungen	628.008	509.855
Erfolgswirksam erfasste Steuern	161.575	140.009
Latenter Steuerertrag	-2.502	0
Erfolgswirksam erfasste Zinsen	39.097	50.152
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge	-112.799	-504.856
Cash-Earnings	503.225	677.322
Veränderungen Forderungen, Anzahlungen und sonstige finanzielle Vermögenswerte	1.110.015	1.430.367
Veränderungen Verbindlichkeiten, Anzahlungen und sonstige Schulden	-3.606.411	-2.756.174
Veränderungen Rückstellungen	2.090.077	1.348.677
Erhaltene Zinsen	69	0
Gezahlte Zinsen	-19.813	-28.219
Gezahlte Zinsen aus Leasing	-19.354	-24.824
Gezahlte Steuern	-133.793	-30.123
Operativer Cash-Flow	-75.985	617.026
Akquisition von Tochterunternehmen abzüglich erworbener Zahlungsmittel	-1.119.794	-388.808
Investitionen in Sachanlagen	-47.284	-38.026
Investitionen in immaterielle Vermögenswerte	-42.793	-41.199
Auszahlungen für Entwicklungskosten	-483.803	-427.839
Veräußerung von Anlagevermögen	11.557	168
Cash-Flow aus Investitionstätigkeiten	-1.682.117	-895.704
Tilgung von Leasingverbindlichkeiten	-191.362	-181.479
Darlehensrückzahlungen	-40.525	-267.845
Darlehensaufnahme	500.000	0
Inanspruchnahme Betriebsmittellinie	844.413	462.184
Rückführung Betriebsmittellinie	-844.413	-462.184
Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeiten	268.113	-449.324
Nettozunahme/-abnahme	-1.489.989	-728.002
Finanzmittelfonds zu Beginn der Berichtsperiode	1.703.261	1.792.839
Finanzmittelfonds zum Ende der Berichtsperiode	213.272	1.064.837

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

KONZERNZWISCHENABSCHLUSS

ENTWICKLUNG DES KONZERNEIGENKAPITALS PER 30. JUNI 2023 (UNGEPRÜFT)

Alle Angaben in EUR

	GEZEICHNETES KAPITAL	KAPITAL- RÜCKLAGE	KUMULIERTE VERLUSTE	UNTERSCHIEDS- BETRAG AUS WÄHRUNGS- UMRECHNUNGEN	GESAMT
per 01.01.2022	3.476.478	22.053.357	-26.159.080	7.813	-621.432
Ergebnis nach Steuern	0	0	482.162	0	263.960
Unterschiedsbetrag aus Währungsumrechnungen	0	0	0	-3.631	1.055
Gesamtergebnis	0	0	482.162	-3.631	478.531
per 30.06.2022	3.476.478	22.053.357	-25.676.918	4.182	-142.901

	GEZEICHNETES KAPITAL	KAPITAL- RÜCKLAGE	KUMULIERTE VERLUSTE	UNTERSCHIEDS- BETRAG AUS WÄHRUNGS- UMRECHNUNGEN	GESAMT
per 01.01.2023	3.476.478	22.053.357	-23.823.223	389	1.707.001
Ergebnis nach Steuern	0	0	-210.154	0	-210.154
Unterschiedsbetrag aus Währungsumrechnungen	0	0	0	-17.244	-17.244
Gesamtergebnis	0	0	-210.154	-17.244	-227.398
per 30.06.2023	3.476.478	22.053.357	-24.033.378	-16.855	1.479.602

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 Gesellschaft ist im Handelsregister beim Amtsgericht Charlottenburg unter HRB 77285 eingetragen. Die YOC AG ist unter der Kennnummer WKN: 593273 / ISIN: DE0005932735 im Prime Standard der Frankfurter Wertpapierbörse gelistet.

GRUNDLAGEN DER AUFSTELLUNG DES ABSCHLUSSES SOWIE BILANZIERUNGS- UND BEWERTUNGSMETHODEN

Grundlagen der Aufstellung des Abschlusses

Der Finanzbericht der YOC AG zum 30. Juni 2023 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 2022 zu lesen.

Im laufenden Geschäftsjahr 2023 verpflichtend anzuwendende Standards und Interpretationen

Im laufenden Geschäftsjahr 2023 wurden sämtliche ab dem 01. Januar 2023 verpflichtend anzuwendenden Standards beachtet.

Veröffentlichte Standards und Interpretationen, die noch nicht verpflichtend anzuwenden sind

Die Änderungen nachstehender 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 1	01. Januar 2024	unwesentlich
IAS 1	01. Januar 2024	unwesentlich
IFRS 16	01. Januar 2024	unwesentlich

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 21. März 2023 die hundertprozentige Übernahme der Gesellschaftsanteile der in Helsinki, Finnland, ansässigen Nostemedia Oy bekannt gegeben.

Der Kaufpreis teilt sich in einen fixen Bestandteil in Höhe von 1.235 TEUR sowie in weitere variable erfolgsabhängige Bestandteile, die von den operativen Ergebnissen der Geschäftsjahre 2023 bis 2026 der Nostemedia Oy abhängig sind, auf. Der daraus resultierende voraussichtliche Gesamtkaufpreis in Höhe von insgesamt 1.235 TEUR bis zu 1.713 TEUR soll im Wesentlichen aus dem laufenden Cash-Flow der YOC AG finanziert werden.

Basierend auf einer unabhängigen Kaufpreisallokation (Purchase Price Allocation) bilanziert die Gesellschaft einen Geschäfts- oder Firmenwert in Höhe von 1.411 TEUR sowie weitere 356 TEUR, welche auf erworbene Marken und Kundenstämme entfallen. Im Zuge dieser Unternehmenstransaktion hat die YOC AG Aktiva in Höhe von 490 TEUR sowie Passiva in Höhe von 544 TEUR in den Konzernabschluss einbezogen.

Die Transaktionskosten für den Erwerb der Nostemedia Oy betragen insgesamt 68 TEUR.

Die Nostemedia Oy hat seit dem Erwerbszeitpunkt 637 TEUR zu den Umsatzerlösen sowie -74 TEUR zum Konzernperiodenergebnis des YOC-Konzerns beigetragen.

Hätte der Erwerb der Nostemedia Oy bereits zum 01. Januar 2023 stattgefunden, hätten die Konzernumsatzerlöse einen Betrag in Höhe von 1.104 TEUR enthalten und es wäre ein Konzernperiodenergebnis in Höhe von -70 TEUR angefallen.

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

VOLLKONSOLIDIERTE GESELLSCHAFTEN DES YOC-KONZERNS		ANTEIL IN %	GEHALTEN ÜBER NUMMER	BEGINNEND SEIT DEM
1.	YOC AG Berlin, Deutschland	-	-	-
2.	YOC Germany 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.	YOC Switzerland AG Zürich, Schweiz	100 %	1	01.02.2022
6.	Nostemedia Oy Helsinki, Finnland	100 %	1	21.03.2023
7.	Vau Family Oy Helsinki, Finnland	100 %	6	21.03.2023

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 Mio. EUR 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

Im Berichtszeitraum belief sich das **operative Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)** auf 0,6 Mio. EUR (H1/2022: 1,2 Mio. EUR). Dabei wirkte sich ein Forderungsverlust beziehungsweise die damit verbundene Wertminderung in Höhe von 0,4 Mio. EUR negativ auf die Profitabilität des YOC-Konzerns aus.

ERGEBNIS NACH STEUERN

Der YOC-Konzern verzeichnete **planmäßige Abschreibungen** in Höhe von 0,6 Mio. EUR (H1/2022: 0,5 Mio. EUR). Das **Finanzergebnis** betrug -0,0 Mio. EUR (H1/2022: -0,0 Mio. EUR). Die **Steuern vom Einkommen und Ertrag** summierten sich auf 0,2 Mio. EUR (H1/2022: 0,1 Mio. EUR).

Im Ergebnis beträgt das **Ergebnis nach Steuern** -0,2 Mio. EUR (H1/2022: 0,5 Mio. EUR).

KONZERNPERIODENERGEBNIS DES YOC-KONZERNS

Die Berichtsperiode beendet der YOC-Konzern in Summe der dargestellten Effekte mit einem **Konzernperiodenergebnis** in Höhe von -0,2 Mio. EUR (H1/2022: 0,5 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, Polen, Schweiz sowie seit dem 21. März 2023 ebenfalls die finnischen Geschäftstätigkeiten der Nostemedia Oy im Segment International zusammengefasst.

Umsatzerlöse werden auf Basis der von den Landesgesellschaften in den jeweiligen Ländern erbrachten Umsätze ermittelt. Innenumsätze zwischen den Segmenten sind überwiegend Verauslagungen. Innenumsätze innerhalb der jeweiligen Segmente werden entsprechend eliminiert. Verrechnungspreise zwischen den Geschäftssegmenten werden anhand unter fremden Dritten marktüblicher Konditionen ermittelt.

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

Im laufenden Geschäftsjahr 2023 trug unverändert ein Kunde mit einem Umsatzanteil von mehr als 10 % zum Konzerngesamtumsatz bei.

Die Forderungen aus Lieferung und Leistung enthielten insgesamt zwei Kunden mit einem Anteil von jeweils mehr als 10 % am Gesamtbestand. Bei beiden Kunden handelt es sich um programmatische Einkaufsplattformen, welche an die unternehmens-eigene Technologieplattform **VIS.X®** angeschlossen sind.

Diese Kunden des YOC-Konzerns sind dem **Segment National** sowie dem **Segment International** 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	13 % (14 %)	14 % (12 %)
Kunde B	8 % (6 %)	15 % (7 %)

Der YOC-Konzern steigerte im laufenden Geschäftsjahr 2023 seine **Umsatzerlöse** auf Konzernebene um 30 % auf 12,6 Mio. EUR (H1/2022: 9,7 Mio. EUR). Dabei entwickelten sich beide regionalen Segmente des YOC-Konzerns mit einem deutlichen Umsatzanstieg im Vergleich zum Vorjahreszeitraum anhaltend positiv.

Das **operative Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)** belief sich auf 0,6 Mio. EUR (H1/2022: 1,2 Mio. EUR). Dabei wirkte sich ein Forderungsverlust beziehungsweise die damit verbundene Wertminderung in Höhe von 0,4 Mio. EUR negativ auf die Profitabilität des Konzerns aus.

Im **nationalen Segment** betrug der externe **Umsatz** 6,7 Mio. EUR (H1/2022: 5,3 Mio. EUR). Das **operative Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)** betrug 2,1 Mio. EUR (H1/2022: 1,7 Mio. EUR).

Die externen **Umsatzerlöse** der **internationalen Geschäftstätigkeiten** stiegen um 34 % auf 5,9 Mio. EUR (H1/2022: 4,4 Mio. EUR) an. Im Ergebnis steuert das Segment ein **operatives Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)** zum Konzernperiodenergebnis in Höhe von 0,8 Mio. EUR (H1/2022: 0,9 Mio. EUR) bei.

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

ÜBERLEITUNGSRECHNUNG (IN TEUR)	H1/2023	H1/2022
EBITDA	616	1.182
Abschreibungen	628	510
Finanzergebnis	-39	-50
Ergebnis vor Steuern	-51	622
Steuern	159	140
KONZERN PERIODENERGEBNIS	-210	482

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)

01.01.2023 - 30.06.2023

	NATIONAL	INTERNATIONAL	CORPORATE FUNCTIONS	KONSOLIDIERUNG	YOC-GRUPPE
Umsatz Direktkunden	3.483	4.132	0	0	7.615
Programmatischer Umsatz	3.197	1.785	0	0	4.982
Innenumsatz	198	14	0	-212	0
Gesamtumsatz	6.878	5.931	0	-212	12.597
Aktiviert Eigenleistungen	0	0	358	0	358
Sonstige betriebliche Erträge	13	25	123	0	161
Gesamtleistung	6.891	5.956	481	-212	13.116
Materialaufwand	3.813	3.284	0	-214	6.883
Personalaufwand	819	1.456	1.360	0	3.635
Sonstige betriebliche Aufwendungen	167	415	1.400	0	1.982
EBITDA	2.092	801	-2.279	2	616

SEGMENTBERICHTERSTATTUNG

(in TEUR)

01.01.2022 - 30.06.2022

	NATIONAL	INTERNATIONAL	CORPORATE FUNCTIONS	KONSOLIDIERUNG	YOC-GRUPPE
Umsatz Direktkunden	3.239	3.214	0	0	6.453
Programmatischer Umsatz	2.054	1.203	0	0	3.257
Innenumsatz	79	5	0	-84	0
Gesamtumsatz	5.372	4.422	0	-84	9.710
Aktiviert Eigenleistungen	0	0	264	0	264
Sonstige betriebliche Erträge	58	96	186	0	340
Gesamtleistung	5.430	4.518	450	-84	10.314
Materialaufwand	3.013	2.475	0	-87	5.401
Personalaufwand	644	822	1.101	0	2.567
Sonstige betriebliche Aufwendungen	122	273	769	0	1.164
EBITDA	1.651	948	-1.420	3	1.182

Zur Verdeutlichung der Umsatzströme sind die Umsatzerlöse des YOC-Konzerns in der Segmentberichterstattung in Umsätze mit Direktkunden und programmatische Umsatzerlöse aufgeteilt. Die programmatischen Umsatzerlöse resultieren aus dem programmatischen Handel zur Monetarisierung des internationalen Werbeinventars der Publisher-Partner über die Technologieplattform **VIS.X®** sowie weiterer Technologieplattformen. Das Vorjahr ist entsprechend angepasst worden.

Die langfristigen Vermögenswerte des YOC-Konzerns befinden sich im Wesentlichen in Deutschland.

Zum 30. Juni 2023 betragen die **Forderungen aus Lieferungen und Leistungen** in der **nationalen Region** 1,1 Mio. EUR (Vorjahr: 0,8 Mio. EUR), 1,6 Mio. EUR (Vorjahr: 1,6 Mio. EUR) in der **Region International** sowie im Bereich **Corporate Functions** 1,9 Mio. EUR (Vorjahr: 1,2 Mio. EUR).

Daneben beliefen sich die **Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen** in der **nationalen Region** auf 1,2 Mio. EUR (Vorjahr: 0,9 Mio. EUR), **international** auf 0,9 Mio. EUR (Vorjahr: 0,6 Mio. EUR) sowie im Bereich **Corporate Functions** auf 0,3 Mio. EUR (Vorjahr: 0,4 Mio. EUR).

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 finanziellen Vermögenswerte und Schulden sind zum Bilanzstichtag in die folgenden Bewertungskategorien eingeteilt:

(IN TEUR)

BEWERTUNGS- KATEGORIEN GEMÄSS IFRS 9	30.06.2023	30.06.2022
--	------------	------------

FINANZIELLE VERMÖGENSWERTE

Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	AC	4.650	3.609
Finanzielle Vermögenswerte	AC	268	184
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	AC	213	1.065

FINANZIELLE VERBINDLICHKEITEN

Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	FLAC	2.468	1.858
Finanzverbindlichkeiten	FLAC	684	201
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	FLAC	2.305	3.334

AC Amortized Costs (fortgeführte Anschaffungskosten)

FLAC Financial Liability measured at Amortized Costs (Verbindlichkeiten zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet)

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 2023 in Höhe von -0,2 Mio. EUR (H1/2022: 0,5 Mio. EUR).

Der operative Cash-Flow des YOC-Konzerns betrug -0,1 Mio. EUR (H1/2022: 0,6 Mio. EUR). Dieser resultierte, neben dem Konzernperiodenergebnis, aus der geschäftsbedingten Veränderung des Working Capital, gezahlten Steuern sowie zahlungsunwirksamen Aufwendungen und Erträgen.

CASH-FLOW AUS INVESTITIONSTÄTIGKEITEN

Der **Mittelabfluss aus Investitionstätigkeiten** in Höhe von insgesamt 1,7 Mio. EUR (H1/2022: 0,9 Mio. EUR) umfasst primär die Akquisition der Nostemedia Oy in Höhe von 1,2 Mio. EUR sowie die aktivierungsfähigen internen Entwicklungskosten im Zusammenhang mit der Weiterentwicklung der Technologieplattform **VIS.X®** sowie der Produktpalette an Werbeformaten des Unternehmens in Höhe von 0,4 Mio. EUR und externe Entwicklungskosten in Höhe von weiteren 0,1 Mio. EUR.

CASH-FLOW AUS FINANZIERUNGSTÄTIGKEITEN

Der **Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeiten** in Höhe von 0,3 Mio. EUR (H1/2022: -0,4 Mio. EUR) resultiert aus der Tilgung von Darlehens- und Leasingverbindlichkeiten. Darüber hinaus wurde im Nachgang der Übernahme der Nostemedia Oy ein Akquisitionsdarlehen bei der Commerzbank AG in Höhe von 0,5 Mio. EUR mit einer Laufzeit bis zum 31. Dezember 2025 aufgenommen.

FINANZMITTELFONDS

Der **Finanzmittelfonds** umfasst sämtliche Bank- und Kassenbestände und betrug 0,2 Mio. EUR zum 30. Juni 2023.

SONSTIGE ERLÄUTERUNGEN

HAFTUNGSVERHÄLTNISSE, GEWÄHR- LEISTUNGEN, 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.

Zusätzlich enthält der im Dezember 2022 erneuerte Dienstvertrag des Vorstands Dirk-Hilmar Kraus mit einer Laufzeit bis zum 31. März 2026 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-Funktion 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.

Der anteilige Forderungsbestand der drei größten Debitoren entspricht rund 34 % (Vorjahr: 23 %) gemessen am Gesamtbestand der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen. Zum 30. Juni 2023 sind keine weiteren Risikokonzentrationen mit wesentlichen Beträgen erkennbar.

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

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 30. Juni 2023 verfügt der YOC-Konzern über einen Liquiditätsbestand in Höhe von 0,2 Mio. EUR.

Die YOC AG hat im März 2023 mit der Commerzbank AG einen Vertrag über eine Kreditlinie in Höhe von 1,0 Mio. EUR mit einer Laufzeit bis zum 30. Juni 2024 abgeschlossen. Im Mai 2023 wurde im Nachgang der Übernahme der Nostemedia Oy zusätzlich ein Darlehen bei der Commerzbank AG in Höhe von 0,5 Mio. EUR mit einer Laufzeit bis zum 31. Dezember 2025 aufgenommen. Damit verfügt der YOC-Konzern auch für den Fall einer wesentlichen Planunterschreitung im Prognosezeitraum über eine 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 im Geschäftsjahr 2023 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.

KLIMABEZOGENE RISIKEN

Der YOC-Konzern ist sich seiner Verantwortung bewusst, Überlegungen zu Nachhaltigkeit, Umwelt und sozialer Verantwortung in die Unternehmensführung einfließen zu lassen.

Das Ziel ist dabei, dass sämtliche Geschäftsaktivitäten des YOC-Konzerns einen möglichst geringen negativen Einfluss auf die Umwelt haben und im Einklang mit den Umweltschutzgesetzen und Regeln stehen. Dies könnte jedoch von Mitarbeitern oder Geschäftspartnern als nicht ausreichend angesehen werden.

Zukünftige etwaige Auswirkungen auf den YOC-Konzern basierend auf den Klimawandel sind insgesamt schwierig zu beurteilen.

SONSTIGES RISIKO IM ZUSAMMENHANG MIT DEM KONFLIKT IN DER UKARINE

Bislang sind die zukünftigen Auswirkungen sowie die sich daraus resultierenden Folgen auf die wirtschaftliche Entwicklung in Europa nur begrenzt abzusehen.

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.

SONSTIGES RISIKO IM ZUSAMMENHANG MIT DER CORONA-PANDEMIE

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.

ANGABEN ZU BEZIEHUNGEN ZU NAHESTEHENDEN UNTERNEHMEN UND PERSONEN

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

Darüber hinaus gelten Personen in Schlüsselpositionen und deren enge Familienangehörige gemäß IAS 24.9 als nahestehende Personen.

Im laufenden Geschäftsjahr 2023 fanden 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 2023 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 2023 beschrieben sind.

Berlin, 16. August 2023



Dirk-Hilmar Kraus

Der Vorstand

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

