



BERICHT ZUM
ERSTEN QUARTAL
2026
YOC AG

THE TECHNOLOGY PLATFORM
FOR HIGH-IMPACT ADVERTISING

BERLIN DÜSSELDORF HAMBURG HELSINKI STOCKHOLM WARSCHAU WIEN ZÜRICH

KENNZAHLEN DER YOC-GRUPPE

UMSATZ UND ERGEBNIS	Q1/2026	Q1/2025	VERÄNDERUNG ABSOLUT	VERÄNDERUNG IN %
Gesamtumsatz (in TEUR)	8.005	7.299	706	10
davon national	4.210	4.189	21	1
davon international	3.795	3.110	685	22
Gesamtleistung (in TEUR)	8.498	7.662	836	11
Rohertragsmarge (in %)	43,2	44,9	-1,7	-4
EBITDA (in TEUR)	174	120	54	45
EBITDA-Marge (in %)	2,2	1,6	0,6	38
Konzernperiodenergebnis (in TEUR)	-448	-443	-5	-1
Netto-Umsatzrendite (in %)	-5,6	-6,1	-0,5	-8
Ergebnis je Aktie verwässert (in Euro)	-0,13	-0,13	0	0
MITARBEITERANZAHL				
Durchschnittliche Anzahl Mitarbeiter	134	122	12	10
Mitarbeiterzahl zum 31. März	134	124	10	8
Umsatz je Mitarbeiter (in TEUR)	60	60	0	0
Gesamtleistung je Mitarbeiter (in TEUR)	63	63	0	0
BILANZ UND CASH-FLOW				
Bilanzsumme (in TEUR)	20.435	23.588 ¹	-3.153	-13
Eigenkapitalquote (in %)	35,9	33,1 ¹	2,8	9
Liquide Mittel (in TEUR)	2.179	4.110 ¹	-1.931	-47
Operativer Cash-Flow (in TEUR)	-1.186	-1.155	-31	-3

1) Zum 31. Dezember 2025

STOP ADVERTISING.

START TELLING A STORY.

INHALTSVERZEICHNIS

01	AN UNSERE AKTIONÄRE	7
	BRIEF AN DIE AKTIONÄRINNEN UND AKTIONÄRE DER YOC AG	8
	DIE YOC AKTIE	9
	VORSTAND	10
	AUFSICHTSRAT	10
	FINANZKALENDER 2026	12
02	BUSINESS MODEL, TECHNOLOGIE UND MARKTUMFELD	13
	BUSINESS MODEL	14
	VIS.X®-PLATTFORM	16
	YOC AD PRODUCTS	21
	YOC AI-POWERED SOLUTIONS	27
	RESEARCH-STUDIEN ZUR WERBEWIRKUNG UND AUFMERKSAMKEIT	29
	NEUE METASTUDIE ZUR MARKENWIRKUNG	31
03	ZUSAMMENGEFASSTER LAGEBERICHT	32
	GESCHÄFTSENTWICKLUNG DES YOC-KONZERNES	33
	ENTWICKLUNG DER ERTRAGSLAGE DES YOC-KONZERNES	35
	ENTWICKLUNG DER FINANZ- UND VERMÖGENSLAGE DES YOC-KONZERNES	37
	PROGNOSEBERICHT DES YOC-KONZERNES	40
	CHANCEN- UND RISIKOBERICHT	43
04	KONZERNABSCHLUSS	45
	KONZERNGESAMTERGEBNISRECHNUNG	46
	KONZERNBILANZ	47
	KONZERNKAPITALFLUSSRECHNUNG	48
	ENTWICKLUNG DES KONZERNEIGENKAPITALS	49
	AUSGEWÄHLTE ERLÄUTERENDE ANGABEN ZUM KONZERNZWISCHENABSCHLUSS	50
	VERSICHERUNG DER GESETZLICHEN VERTRETER	64
	IMPRESSUM	65

01 AN UNSERE AKTIONÄRE

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



BRIEF AN DIE AKTIONÄRINNEN UND AKTIONÄRE DER YOC AG

Liebe Aktionärinnen und Aktionäre,

in einem weiterhin anspruchsvollen wirtschaftlichen Kontext hat sich der YOC-Konzern im ersten Quartal des Geschäftsjahres 2026 solide entwickelt.

Die Gesellschaft erzielte im Berichtszeitraum einen Umsatzanstieg in Höhe von 10% auf 8,0 Mio. EUR (Q1/2025: 7,3 Mio. EUR) gegenüber dem Vorjahresquartal. Während das nationale Geschäft planmäßig auf Vorjahresniveau lag, entwickelte sich das internationale Geschäft mit einem Umsatzwachstum von 22% erneut sehr dynamisch. Diese Entwicklung unterstreicht die zunehmende Bedeutung unserer internationalen Märkte sowie die Skalierbarkeit unseres Geschäftsmodells.

Die Rohertragsquote belief sich im ersten Quartal 2026 auf 43,2%. Zwar liegt dieser Wert noch unter dem Vorjahresniveau, zeigt jedoch eine sequenzielle Verbesserung gegenüber den vergangenen Quartalen des Geschäftsjahres 2025 (Q4/2025: 41,6%, Q3/2025: 42,4%, Q2/2025: 41,4%). Diese Entwicklung ist auf erste Effekte der eingeleiteten Effizienzmaßnahmen auf der Supply- und Demand-Seite sowie auf verbesserte Konditionen beim Einkauf externer Dienstleistungen und Services zur Leistungserbringung zurückzuführen. Für die kommenden Quartale gehen wir von einer weiteren Steigerung der Rohertragsquote aus. Gleichzeitig schafft der fortschreitende Ausbau der VIS.X®-Plattform die Grundlage für zusätzliche Skaleneffekte und nachhaltiges Wachstum.

Das operative Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) konnte gegenüber dem Vorjahr auf 0,2 Mio. EUR (Q1/2025: 0,1 Mio. EUR) gesteigert werden. Das Konzernperiodenergebnis lag mit -0,4 Mio. EUR in etwa auf dem Niveau des Vorjahresquartals und ist nach wie vor maßgeblich durch Abschreibungen auf vorausgegangene Investitionen in unsere Technologieplattform geprägt. Operativ zeigt sich eine klare Ergebnisverbesserung, die eine positive Grundlage für den weiteren Jahresverlauf bildet.

Liebe Aktionärinnen und Aktionäre, unser Umsatzwachstum in Höhe von 10%, eine verbesserte operative Ergebnisentwicklung sowie weitere Fortschritte bei der Margenstabilisierung bilden eine tragfähige Basis für den weiteren Jahresverlauf 2026. Wir blicken daher realistisch, aber klar optimistisch in die Zukunft – und danken Ihnen für Ihr Vertrauen.

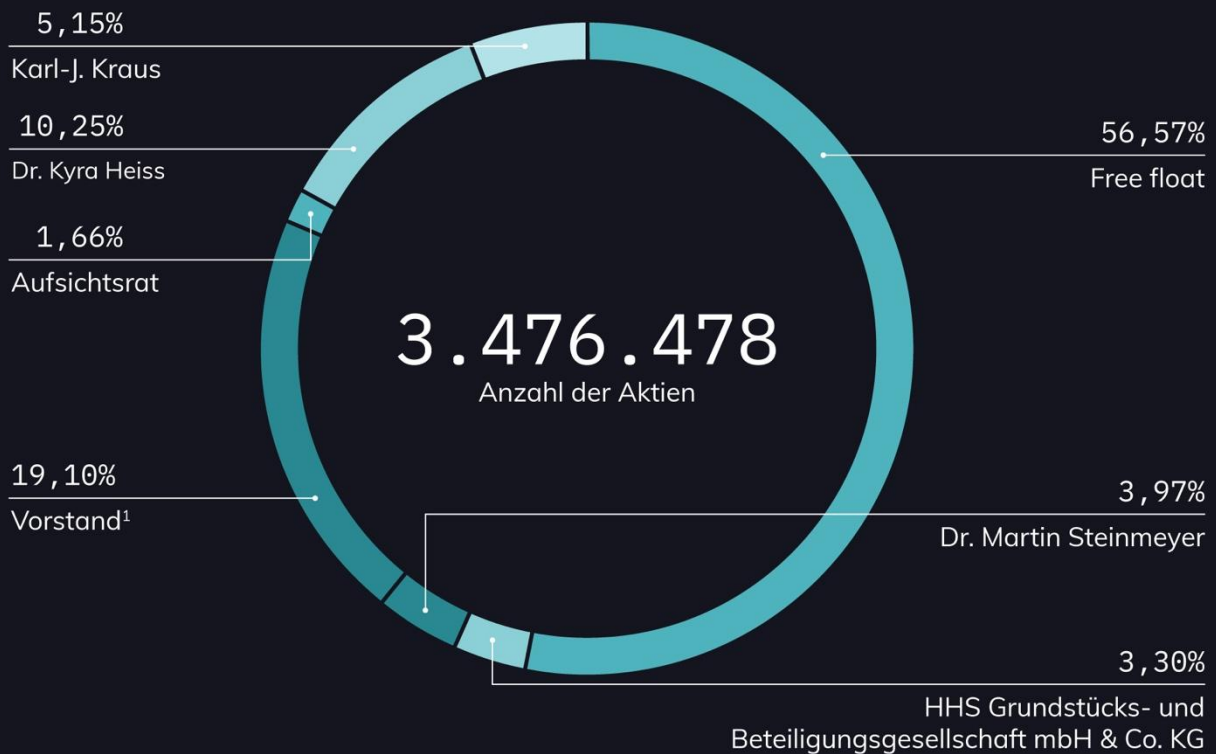
Herzliche Grüße,



Dirk-Hilmar Kraus
CEO der YOC AG

DIE YOC AKTIE

AKTIONÄRSSTRUKTUR DER YOC AG



ANGABEN ZUR NOTIERUNG

INLANDSAKTIE

AKTIENTYP

593273

WERTPAPIERKENNNUMMER

XETRA

HANDELSPLATZ

DE0005932735

ISIN

PRIME STANDARD

BÖRSENSEGMENT

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

VORSTAND

Der Vorstand der YOC AG bestand zum 31. März 2026 aus einem Mitglied:

DIRK-HILMAR KRAUS

BERLIN

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

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

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



AUFSICHTSRAT

Der Aufsichtsrat der YOC AG bestand zum 31. März 2026 aus drei Mitgliedern:

DR. NIKOLAUS BREUEL

BERLIN

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

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

Seine Kernkompetenzen liegen in der Definition und Umsetzung von strategischen Unternehmensausrichtungen und Restrukturierungen.

Mandate:

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



**KONSTANTIN GRAF
LAMBSDORFF**
BERLIN

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

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

Mandate:

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



SACHA BERLIK
KÖLN

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

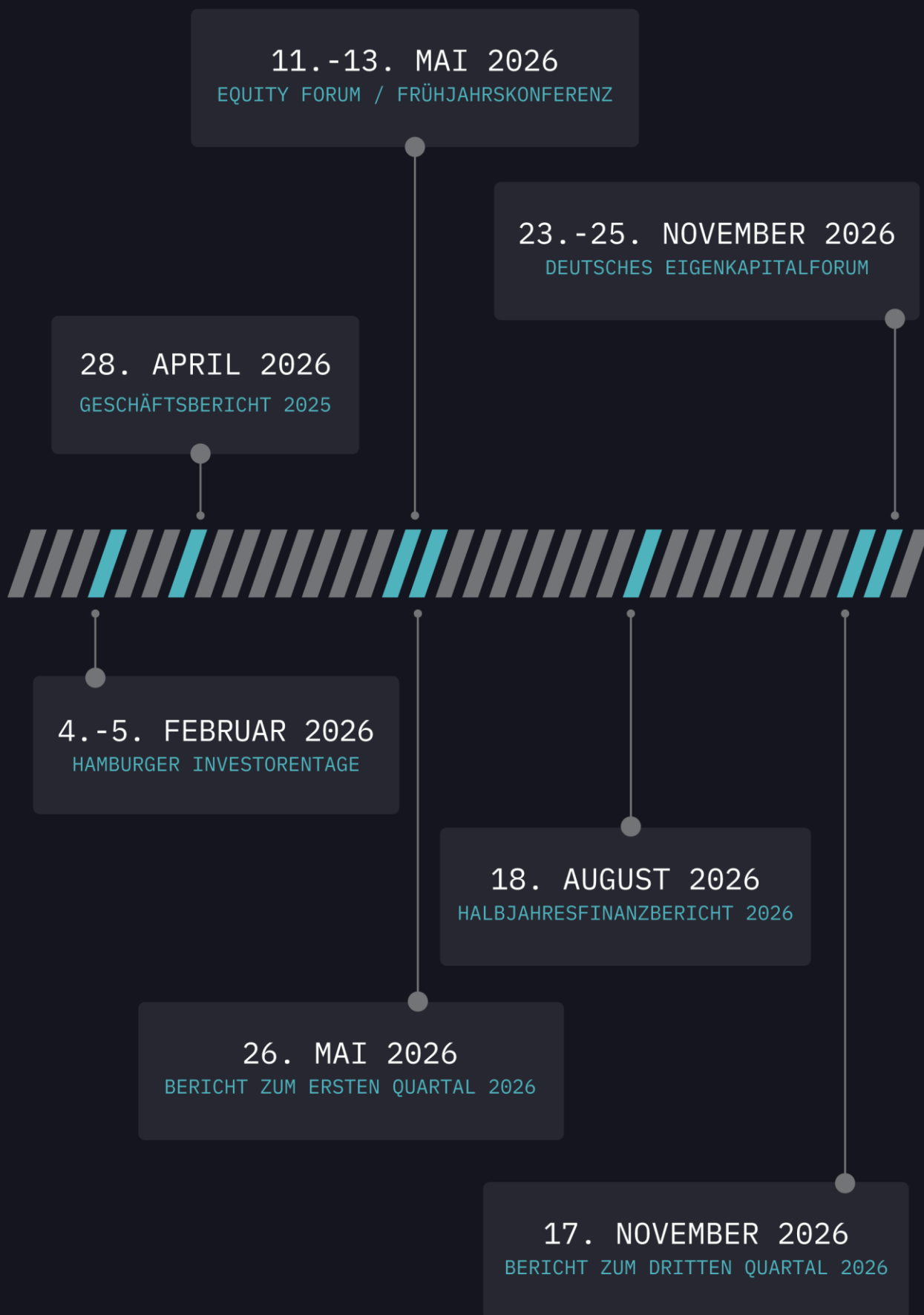
Neben der Digitalagentur Oridian (jetzt Ybrant Digital) gründete er eines der ersten europäischen Adnetworks, Active Agent, und plante die Online-Präsenz für den großen deutschen Privat-TV Sender Sat.1.

Mandate:

- YOC AG: Mitglied des Aufsichtsrats (seit 2014)



FINANZKALENDER 2026



02 BUSINESS MODEL, TECHNOLOGIE UND MARKTUMFELD

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



YOC Mystery Ad®
Germany, 2025

BUSINESS MODEL

A BETTER ADVERTISING EXPERIENCE FOR EVERYONE

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

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

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

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

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

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

INVESTITIONEN IN INNOVATIONEN

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

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

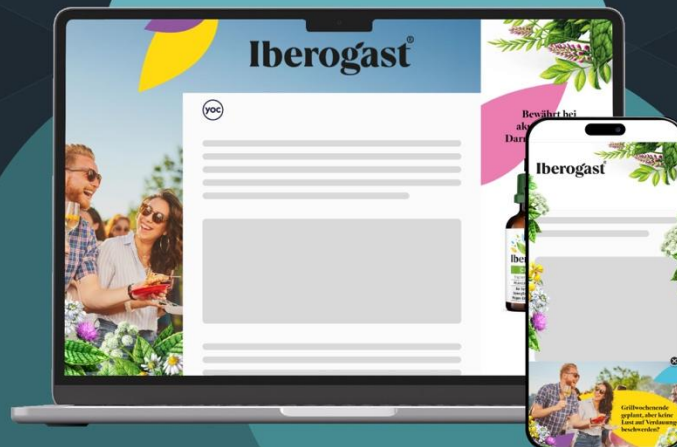
Im laufenden Geschäftsjahr 2026 liegt der Fokus für den kontinuierlichen Ausbau dieser Strategie vor allem auf der Weiterentwicklung der Plattform sowie dem Ausbau der Targeting Funktionalitäten innerhalb der VIS.X® Identity Intelligence. Ein zentraler Meilenstein ist zudem die Erweiterung des Angebotsportfolio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

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

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

NUTZER

UNAUFDRINGLICHE
WERBEERLEBNISSE GENIEßEN.



ADVERTISER

ZIELGRUPPE ERREICHEN.
BRANDING KPIS STEIGERN.

PUBLISHER

MONETARISIERUNG MAXIMIEREN.
NUTZERBINDUNG SICHERN.

VIS.X® - PLATTFORM

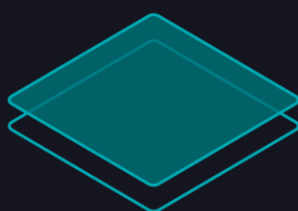
Mit der Markteinführung der Supply Side-Plattform (SSP) VIS.X® zum Jahresanfang 2018 etablierte sich YOC als Anbieter hochwertiger Werbetechnologie (Ad Technology) und Betreiber einer skalierbaren Handelsplattform. Während der Funktionsumfang im Jahr 2020 ein entscheidendes Niveau erreicht hat, konnten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

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

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

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

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



VIS.X®



SSP



VIS.X® AI



SDK



IDENTITY



AD SERVER



HUB

VIS.X® SSP

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

HANDEL IM OPEN MARKETPLACE (OMP)

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

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

HANDEL IM PRIVATE MARKETPLACE (PMP)

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

VIS.X® ADSERVER

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

VIS.X® SDK

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

VIS.X® ARTIFICIAL INTELLIGENCE (AI)

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

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

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

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

VIS.X® IDENTITY INTELLIGENCE

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

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

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

YOC HUB

MANAGEMENT UND REPORTING SYSTEM

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

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

MANAGEMENT DES INVENTARS

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

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

DEAL UND ORDER MANAGEMENT

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

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

AUTOMATISIERTE ABRECHNUNG

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

WEITERE INNOVATIVE FUNKTIONEN DER VIS.X®-PLATTFORM

FRAUD PROTECTION

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

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

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

MULTICHANNEL-ANSATZ

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

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

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

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

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

ERWEITERTE PREISMODELLE

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

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

YOC AD PRODUCTS

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

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

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

HIGH-IMPACT WERBEFORMATE

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

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

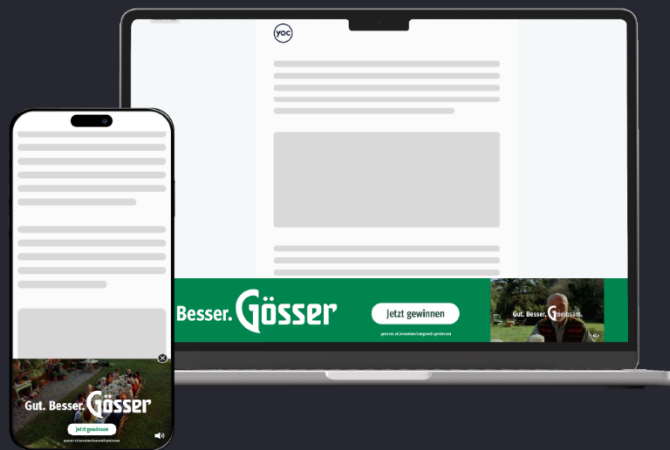
Aktuell besteht das Produktportfolio von YOC aus zehn High-Impact Produkten:

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

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

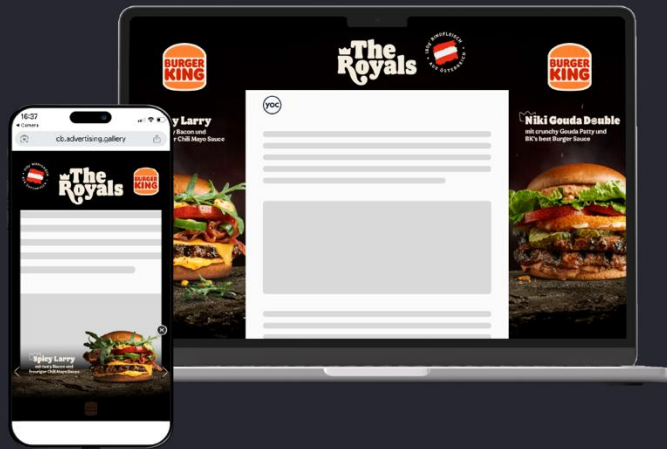


YOC MYSTERY AD[®]



YOC MYSTERY SCROLLER[®]



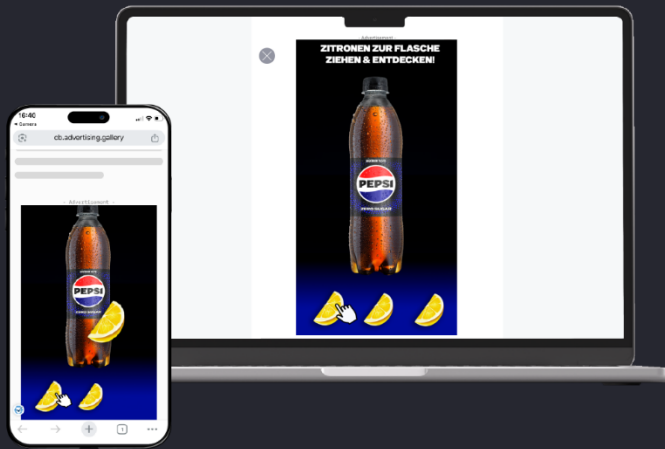


YOC SKIN

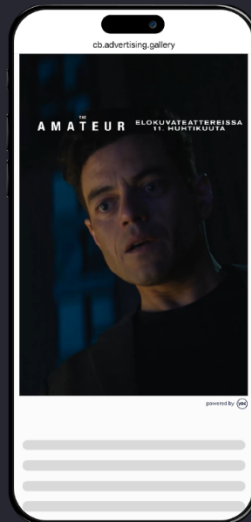


YOC ZOOM AD





YOC UNDERSTITIAL AD®

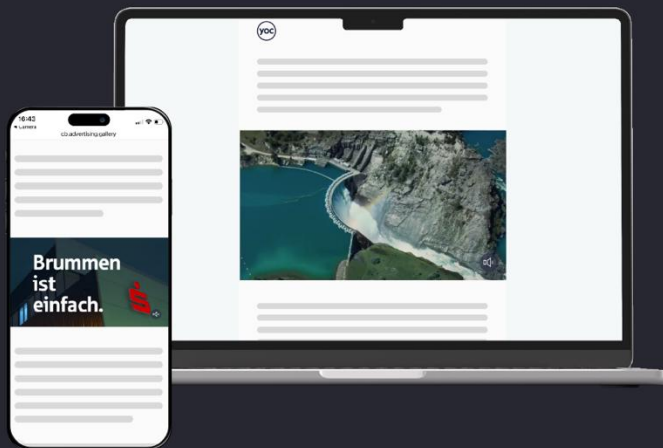
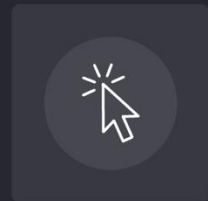


YOC BRANDED TAKEOVER



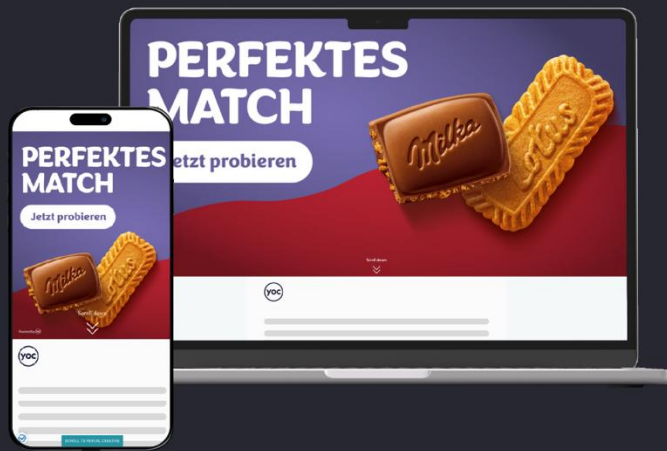


YOC SITEBAR

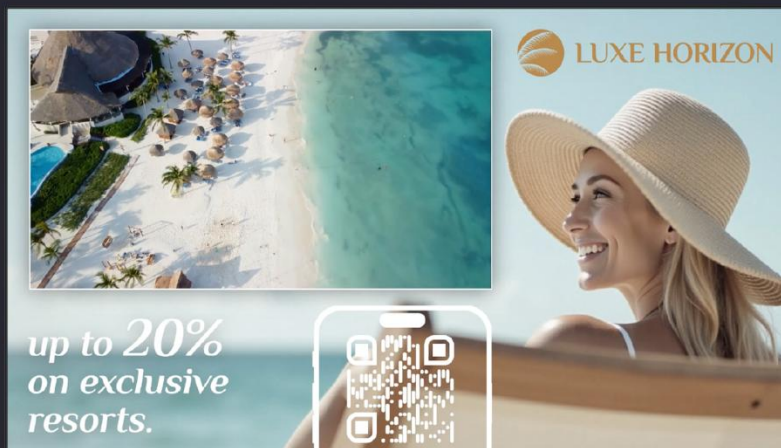


YOC INLINE VIDEO AD





YOC PRIME SCROLLER



YOC SPOTLIGHT

YOC AI-POWERED SOLUTIONS

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

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



High-Impact
Werbeformate
flexibel einsetzbar

Echtzeit
VIS.X® AI
Optimierung

Umfangreiche
Reichweite

Individuelle
Gestaltung &
vielseitige Features



YOC UNIVERSAL VIDEO SOLUTION



YOC UNIVERSAL DISPLAY SOLUTION

RESEARCH-STUDIEN ZUR WERBEWIRKUNG UND AUFMERKSAMKEIT

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

WERBEWIRKSAMKEIT

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

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

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

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

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

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

EFFIZIENZ

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

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

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

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

ENGAGEMENT

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

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

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

ATTENTION

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

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

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

NEUE METASTUDIE ZUR MARKENWIRKUNG

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

AWARENESS

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

CONSIDERATION

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

ACTION

+36%

Markenbekanntheit

69%

Positive Wahrnehmung

+14%

Kaufabsicht

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

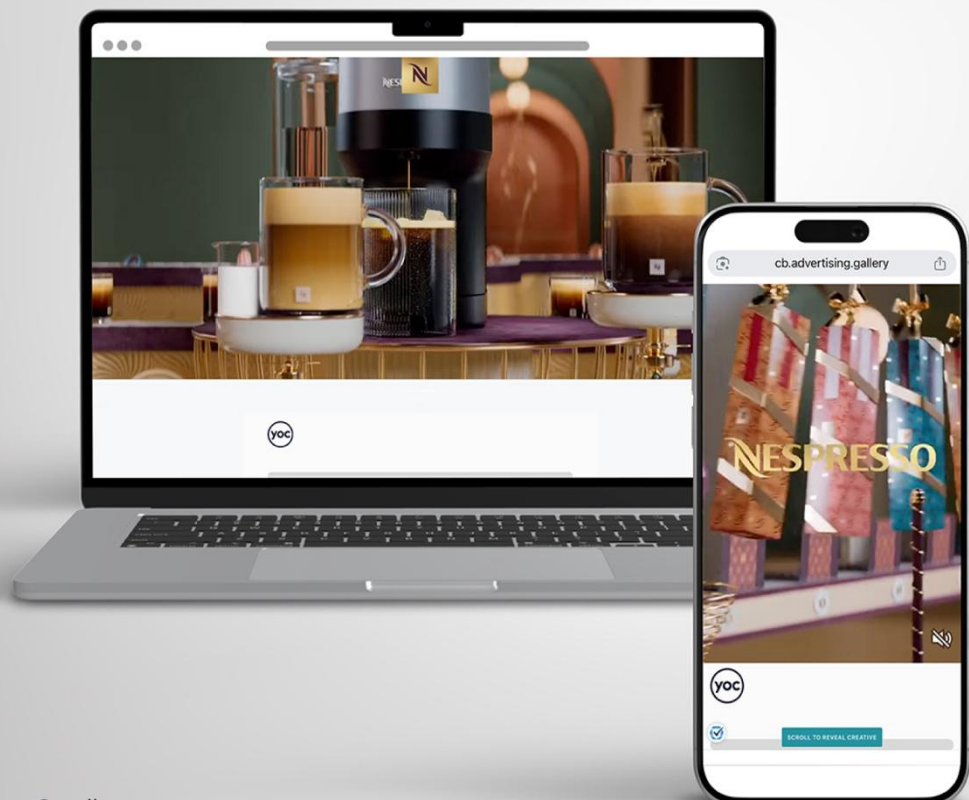
**BRAND UPLIFT
META STUDY**

HIGH-IMPACT ADVERTISING AS A DRIVER
FOR LEADING BRANDS



03 ZUSAMMENGEFASSTER LAGEBERICHT

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



YOC Prime Scroller
Austria, 2025

GESCHÄFTSENTWICKLUNG DES YOC-KONZERNS

Die YOC AG entwickelt innovative Technologien und Softwarelösungen für den digitalen Werbemarkt. Mit der programmatischen Handelsplattform VIS.X® ermöglicht der Konzern ein qualitativ hochwertiges und effizientes Werbeerlebnis für Werbetreibende, Publisher sowie Nutzer von Internet- und mobilen Anwendungen. Als einer der Pioniere im Digital Advertising ist die YOC AG seit dem Jahr 2001 am Markt aktiv und seit 2009 im Prime Standard der Frankfurter Wertpapierbörse gelistet.

Der Hauptsitz des Unternehmens befindet sich in Berlin. Weitere Niederlassungen unterhält der YOC-Konzern in Düsseldorf, Hamburg, Helsinki, Stockholm, Wien, Warschau und Zürich.

Im ersten Quartal des Geschäftsjahres 2026 steigerte die YOC AG ihre Konzern Erlöse um 10% auf 8,0 Mio. EUR (Q1/2025: 7,3 Mio. EUR). Die externen Umsätze auf dem nationalen Markt beliefen sich unverändert auf 4,2 Mio. EUR (Q1/2025: 4,2 Mio. EUR). Die Umsatzerlöse aus internationalen Geschäftstätigkeiten erhöhten sich deutlich um 22% auf 3,8 Mio. EUR (Q1/2025: 3,1 Mio. EUR).

Der Rohertrag lag im Vergleich zum Vorjahreszeitraum aufgrund weiterhin anspruchsvoller markt- und kundenseitiger Rahmenbedingungen noch unter dem angestrebten Niveau. Gleichzeitig zeigt sich jedoch eine operative Verbesserung: Im Q1/2026 stieg die Rohertragsquote auf 43,2% und lag damit über den Werten der vorangegangenen Quartale (Q4/2025: 41,6%, Q3/2025: 42,4 %, Q2/2025: 41,3 %). Diese Entwicklung bestätigt den eingeschlagenen Kurs und bildet die Basis für nachhaltig steigende Rohertragsquoten in den kommenden Perioden.

Das operative Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) belief sich auf Konzernebene auf 0,2 Mio. EUR (Q1/2025: 0,1 Mio. EUR). Insgesamt ergab sich daraus ein Konzernperiodenergebnis in Höhe von -0,4 Mio. EUR, welches auf dem Niveau des Vorjahreszeitraums lag (Q1/2025: -0,4 Mio. EUR).

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

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

Zum Bilanzstichtag beliefen sich die liquiden Mittel des YOC-Konzerns auf 2,2 Mio. EUR und reduzierten sich saisonal bedingt gegenüber dem Jahresendbestand zum 31. Dezember 2025 in Höhe von 4,1 Mio. EUR. Darüber hinaus verfügt die YOC AG über freie Kreditlinien in Höhe von insgesamt 1,5 Mio. EUR.

Die Bilanzsumme des YOC-Konzerns sank ebenfalls saisonal bedingt und belief sich zum 31. März 2026 auf 20,4 Mio. EUR (31. Dezember 2025: 23,6 Mio. EUR).

WIRTSCHAFTLICHE RAHMENBEDINGUNGEN

Im Verlauf der Jahre 2025 und zu Beginn des Jahres 2026 zeigte sich die wirtschaftliche Entwicklung in der Europäischen Union insgesamt moderat, jedoch von zunehmenden geopolitischen und strukturellen Unsicherheiten geprägt. Nach Angaben der Europäischen Kommission sowie des Internationalen Währungsfonds (IWF) setzte sich das Wachstum in der EU zwar fort, blieb jedoch unter dem langfristigen Durchschnitt. Für das Jahr 2026 wird für den Euroraum ein reales Wachstum in Höhe von rund 1,1% erwartet, nachdem im Jahr 2025 noch Werte von etwa 1,3% bis 1,5% erreicht wurden.¹

Trotz dieser Herausforderungen entwickelte sich die Inflationslage im Euroraum stabil. Die Verbraucherpreisinflation näherte sich im Jahresverlauf 2025 wieder dem geldpolitischen Zielwert an und wird laut Prognosen der Europäischen Zentralbank im Jahr 2026 im Bereich von rund 2% erwartet.²

Die deutsche Wirtschaft zeigte sich im europäischen Vergleich weiterhin unterdurchschnittlich dynamisch. Für 2026 wird ein moderater Aufschwung erwartet. Laut Bundesbank sowie Europäischer Kommission soll das Bruttoinlandsprodukt Deutschlands im Jahr 2026 um 0,5% bis 0,6% wachsen.³

Die Inflationsrate in Deutschland wird für 2026 im Bereich von rund 2,2% erwartet. Der Arbeitsmarkt bleibt robust mit einer Arbeitslosenquote von etwa 3,5%.⁴

Trotz eines insgesamt verhaltenen makroökonomischen Umfelds zeigt sich der digitale Werbemarkt weiterhin robust und wachstumsstark. Insbesondere der deutsche Online-Display- und Videowerbemarkt konnte seine Dynamik weiter ausbauen: Während der Online-Vermarkterkreis (OVK) im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) im Frühjahr 2025 noch ein Marktvolumen von rund 6,8 Mrd. Euro prognostizierte, wurde diese Erwartung im Jahresverlauf deutlich nach oben korrigiert. Aktuelle Auswertungen zeigen, dass das Marktvolumen im Jahr 2025 tatsächlich auf über 7,5 Mrd. Euro angestiegen ist, was einem Wachstum von rund 9% bis 10% gegenüber dem Vorjahr entspricht. Auch für die Folgeperiode bleibt der Wachstumstrend intakt: Für das Jahr 2026 prognostiziert der OVK einen weiteren Anstieg auf etwa 8,2 Mrd. Euro, was einem erwarteten Wachstum von rund 8,7% entspricht. Treiber dieser Entwicklung sind insbesondere die zunehmende Bedeutung von Online-Videowerbung sowie die fortschreitende Automatisierung durch Programmatic Advertising, das mittlerweile den Großteil der Umsätze ausmacht.⁵

Insgesamt unterstreichen diese Entwicklungen die strukturelle Resilienz und Relevanz digitaler Werbeformate. Trotz konjunktureller Unsicherheiten profitieren digitale Kanäle weiterhin von Budgetverschiebungen, technologischen Innovationen (insbesondere im Bereich künstlicher Intelligenz) sowie veränderten Mediennutzungsgewohnheiten, wodurch der digitale Werbemarkt auch mittelfristig auf einem stabilen Wachstumspfad verbleibt.

¹ Europäische Kommission: Economic Forecasts, Herbst 2025/Frühjahr 2026.

² Europäische Zentralbank: ECB Staff Macroeconomic Projections, März 2026.

³ Deutsche Bundesbank: Konjunktur- und Inflationsprognosen für Deutschland, Dezember 2025; Europäische Kommission: Economic Forecast Germany.

⁴ Deutsche Bundesbank: Monatsbericht und Prognosen zur Arbeitsmarktentwicklung, 2025/2026.

⁵ Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW): OVK Report 01/2026, Februar 2026

ENTWICKLUNG DER ERTRAGSLAGE DES YOC-KONZERNS

UMSATZENTWICKLUNG UND GESAMTLEISTUNG

In den ersten drei Monaten des laufenden Geschäftsjahres 2026 verzeichnete der Konzern ein **Umsatzwachstum** in Höhe von rund 10% auf 8,0 Mio. EUR (Q1/2025: 7,3 Mio. EUR).

Die **Gesamtleistung** des Konzerns liegt mit 8,5 Mio. EUR um 0,8 Mio. EUR über dem Vorjahresniveau (Q1/2025: 7,7 Mio. EUR).

UMSATZ UND ERTRAGSLAGE DER BERICHTSPFLICHTIGEN SEGMENTE DES YOC-KONZERNS

In den ersten drei Monaten des laufenden Geschäftsjahres 2026 stiegen die Umsatzerlöse in den beiden berichtspflichtigen Segmenten auf insgesamt 8,0 Mio. EUR (Q1/2025: 7,3 Mio. EUR) an.

Die externen Umsätze im berichtspflichtigen Segment **nationaler Markt** betrugen 4,2 Mio. EUR (Q1/2025: 4,2 Mio. EUR). Das operative Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) belief sich auf 1,1 Mio. EUR (Q1/2025: 1,2 Mio. EUR).

Die Umsatzerlöse der **internationalen Geschäftstätigkeiten** stiegen um 22% auf 3,8 Mio. EUR (Q1/2025: 3,1 Mio. EUR) an. Das Segment erzielte im Berichtszeitraum ein operatives Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) in Höhe von 0,1 Mio. EUR (Q1/2025: -0,1 Mio. EUR).

MATERIALAUFWAND UND ROHERTRAG

Die **Materialaufwendungen** beliefen sich in der Berichtsperiode auf 4,5 Mio. EUR (Q1/2025: 4,0 Mio. EUR) und stiegen somit überproportional im Vergleich zum Umsatzwachstum an. Im Ergebnis betrug die Rohertragsquote im Berichtszeitraum 43% (Q1/2025: 45%).

Der Rohertrag entwickelte sich aufgrund der anspruchsvollen Markt- und Kundenbedingungen rückläufig. Ursachen hierfür waren unter anderem vertraglich vereinbarte höhere Beschaffungskosten und gestiegene Rückvergütungen an Mediaagenturen. Gleichzeitig zeigt sich jedoch eine deutliche operative Verbesserung: Im Q1/2026 stieg die Rohertragsquote auf 43,2% und lag damit über den Werten der vorangegangenen Quartale (Q4/2025: 41,6%, Q3/2025: 42,4%, Q2/2025: 41,3%).

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

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

PERSONALAUFWAND UND PERSONALENTWICKLUNG

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

Zum 31. März 2026 beschäftigte der Konzern 134 **Mitarbeiter** (31. März 2025: 124 Mitarbeiter).

Die **durchschnittliche Mitarbeiteranzahl** belief sich im ersten Quartal auf 134 Mitarbeiter (Q1/2025: 122 Mitarbeiter).

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

In der Berichtsperiode 2026 betrug der **Personalaufwand** insgesamt 2,7 Mio. EUR (Q1/2025: 2,6 Mio. EUR). Ein weiterer Personalaufbau im Bereich der weiteren Plattform- und Produktentwicklung, des Vertriebs sowie im Rahmen der Internationalisierung bedingten den Anstieg der Mitarbeiteranzahl und damit des Personalaufwands des YOC-Konzerns.

SONSTIGE BETRIEBLICHE AUFWENDUNGEN

Im ersten Quartal 2026 betragen die **sonstigen betrieblichen Aufwendungen** 1,0 Mio. EUR (Q1/2025: 0,9 Mio. EUR).

EBITDA

Das **operative Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)** belief sich in der Berichtsperiode auf 0,2 Mio. EUR (Q1/2025: 0,1 Mio. EUR).

ERGEBNIS NACH STEUERN UND KONZERNPERIODENERGEBNIS DES YOC-KONZERNS

In den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres 2026 verzeichnete der YOC-Konzern planmäßige Abschreibungen in Höhe von insgesamt 0,5 Mio. EUR (Q1/2025: 0,5 Mio. EUR).

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

Das Finanzergebnis betrug -0,03 Mio. EUR (Q1/2025: -0,05 Mio. EUR).

Die Steuern vom Einkommen und Ertrag beliefen sich insgesamt auf 0,05 Mio. EUR (Q1/2025: 0,06 Mio. EUR).

Das erste Quartal 2026 beendet der YOC-Konzern in Summe der dargestellten Effekte mit einem **Konzernperiodenergebnis** in Höhe von -0,4 Mio. EUR (Q1/2025: -0,4 Mio. EUR).

ENTWICKLUNG DER FINANZ- UND VERMÖGENSLAGE DES YOC-KONZERNS

VERMÖGENSWERTE

Zum Bilanzstichtag betragen die **Vermögenswerte** des YOC-Konzerns insgesamt 20,4 Mio. EUR (31. Dezember 2025: 23,6 Mio. EUR). Davon entfielen 11,6 Mio. EUR auf langfristige und weitere 8,8 Mio. EUR auf kurzfristige Vermögenswerte.

EIGENKAPITAL

Zum 31. März 2026 beträgt das **Eigenkapital** des YOC-Konzerns 7,3 Mio. EUR (31. Dezember 2025: 7,8 Mio. EUR). Die Veränderung gegenüber dem 31. Dezember 2025 basiert hauptsächlich auf dem **Konzernperiodenergebnis** des laufenden Geschäftsjahres. Die Eigenkapitalquote des YOC-Konzerns stieg zum Bilanzstichtag auf 36% (31. Dezember 2025: 33%) an.

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

Die **Währungsumrechnungsdifferenzen** in Höhe von -0,1 Mio. EUR (Q1/2025: -0,06 Mio. EUR) resultieren aus der Umrechnung der Jahresabschlüsse der Tochtergesellschaften in Polen, der Schweiz sowie in Schweden.

SCHULDEN

Zum Bilanzstichtag valutierten die **Schulden** der Gesellschaft in Höhe von insgesamt 13,1 Mio. EUR (31. Dezember 2025: 15,8 Mio. EUR). Davon entfielen 1,9 Mio. EUR auf langfristige und weitere 11,2 Mio. EUR auf kurzfristige Schulden.

HAFTUNGSVERHÄLTNISSE, GEWÄHRLEISTUNGEN, EVENTUALVERBINDLICHKEITEN ODER ÄHNLICHES

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

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

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

CASH-FLOW

Zum Bilanzstichtag beliefen sich die **liquiden Mittel** des YOC-Konzerns auf 2,2 Mio. EUR und sanken saisonal bedingt im Vergleich zum Jahresendbestand 2025 (31. Dezember 2025: 4,1 Mio. EUR). Darüber hinaus verfügt die YOC AG über freie Kreditlinien in Höhe von insgesamt 1,5 Mio. EUR. Der YOC-Konzern verfügt damit auch weiterhin über die finanziellen Voraussetzungen, um organisches Wachstum und gezielte Akquisition zu finanzieren.

OPERATIVER CASH-FLOW

Die Ermittlung des **operativen Cash-Flows** erfolgt nach der indirekten Methode. Ausgangspunkt für die Ermittlung ist das Konzernperiodenergebnis des laufenden Geschäftsjahres 2026 in Höhe von -0,4 Mio. EUR (Q1/2025: -0,4 Mio. EUR).

In der Berichtsperiode 2026 betrug der operative Cash-Flow des YOC-Konzerns -1,2 Mio. EUR (Q1/2025: -1,2 Mio. EUR).

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

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

INVESTITIONSTÄTIGKEITEN

Der **Mittelabfluss aus Investitionstätigkeiten** in Höhe von 0,6 Mio. EUR (Q1/2025: 0,7 Mio. EUR) umfasst primär die Entwicklungskosten im Zusammenhang mit der Weiterentwicklung der Technologieplattform VIS.X® sowie der Erweiterung der Produktpalette an innovativen High-Impact Werbeformaten (Sonderformaten) des Unternehmens.

CASH-FLOW AUS FINANZIERUNGSTÄTIGKEITEN

Der **Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeiten** in Höhe von -0,2 Mio. EUR (Q1/2025: -0,2 Mio. EUR) resultiert im Wesentlichen aus der Tilgung von Darlehens- und Leasing-Verbindlichkeiten.

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

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

Im abgelaufenen ersten Quartal 2026 verzeichnete der Konzern ein **Umsatzwachstum** in Höhe von rund 10% auf 8,0 Mio. EUR (Q1/2025: 7,3 Mio. EUR).

Das **operative Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)** belief sich auf Konzernebene auf 0,2 Mio. EUR (Q1/2025: 0,1 Mio. EUR).

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

Zudem entwickelte sich der **Rohertrag** aufgrund der anspruchsvollen Markt- und Kundenbedingungen im Vergleich zum ersten Quartal des Vorjahres rückläufig. Ursachen hierfür waren unter anderem vertraglich vereinbarte höhere Beschaffungskosten und gestiegene Rückvergütungen an Mediaagenturen. Gleichzeitig zeigt sich jedoch eine deutliche operative Verbesserung: Im Q1/2026 stieg die Rohertragsquote auf 43,2% und lag damit über den Werten der vorangegangenen Quartale (Q4/2025: 41,6%, Q3/2025: 42,4 %, Q2/2025: 41,3 %). Die weitere Zunahme der Rohertragsquote stellt einen wichtigen Baustein zur Skalierung und damit zur positiven Unternehmensentwicklung dar.

Im Ergebnis resultiert ein **Konzernperiodenergebnis** in Höhe von -0,4 Mio. EUR (Q1/2025: -0,4 Mio. EUR). In Konsequenz dieser Unternehmensentwicklung valutierte das **Konzern Eigenkapital** zum 31. März 2026 bei 7,3 Mio. EUR (31. Dezember 2025: 7,8 Mio. EUR).

Zum Bilanzstichtag beliefen sich die **liquiden Mittel** des YOC-Konzerns auf 2,2 Mio. EUR und sanken saisonal bedingt im Vergleich zum Jahresendbestand 2025 (31. Dezember 2025: 4,1 Mio. EUR). Darüber hinaus verfügt die YOC AG über freie Kreditlinien in Höhe von insgesamt 1,5 Mio. EUR.

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

Die **Bilanzsumme** sank saisonal bedingt auf 20,4 Mio. EUR (31. Dezember 2025: 23,6 Mio. EUR).

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

Gleichzeitig führten Marktvolatilität sowie gestiegene Kosten dazu, dass zentrale finanzielle Zielgrößen – unter anderem **Umsatz, EBITDA, EBITDA-Marge, Periodenergebnis und Ergebnis je Aktie** – bislang noch nicht erreicht wurden.

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

PROGNOSEBERICHT DES YOC-KONZERNS

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

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

Rich Media-Formate, also solche, die die Einbindung vielfältiger Medien wie Video, Audio oder HTML5 erlauben, erzeugen höhere Interaktionsraten als Standard-Banner und führen deswegen zu einer höheren und positiveren Markenwahrnehmung.⁶

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

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

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

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

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

⁶ Gemäß Studie Nielsen/YOC: The effectiveness of high-impact ad formats, [Online] <https://insights.yoc.com/nielsen-brandawareness> (Lageberichtsfremde Angabe, ungeprüft)

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

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

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

Für das Jahr 2026 wird in der Europäischen Union aktuell von einem moderaten Realwachstum des Bruttoinlandsprodukts (BIP) in Höhe von rund 1,1% ausgegangen.⁷

Für Deutschland rechnen die maßgeblichen deutschen Forschungsinstitute sowie die Bundesregierung vor dem Hintergrund anhaltender geopolitischer und konjunktureller Unsicherheiten lediglich mit einer verhaltenen Entwicklung der Wirtschaftsleistung und prognostizieren für 2026 ein Wachstum von rund 0,5%.⁸

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

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

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

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

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

Die **Rohertragsquote** des YOC-Konzerns wird voraussichtlich aufgrund weiterer Investitionen in die selbst erstellte Software und Plattformen auf ein Niveau in Höhe von 43% bis 46% ansteigen. Die weitere Zunahme der Rohertragsquote stellt einen wichtigen Baustein zur Skalierung und damit zur positiven Unternehmensentwicklung dar.

⁷ Internationaler Währungsfonds (IWF): Regional Economic Outlook for Europe, April 2026.

⁸ Bundesregierung: Frühjahrsprojektion 2026, vorgestellt am 22. April 2026.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

CHANCEN- UND RISIKOBERICHT

GRUNDSÄTZE DES CHANCEN- UND RISIKOMANAGEMENTS

Zur Erreichung seiner Ziele nutzt der YOC-Konzern ein ganzheitliches und systematisches Chancen- und Risikomanagement, welches für alle berichtspflichtigen Segmente gleichermaßen gültig ist. So ist gewährleistet, dass Chancen erkannt und konsequent genutzt werden können, ohne die damit verbundenen Risiken außer Acht zu lassen.

Die Weiterentwicklung des Chancen- und Risikomanagements unter Berücksichtigung eines sich schnell verändernden Markt- und Geschäftsumfeldes ist die Grundlage für nachhaltiges Wachstum.

Dazu werden unter Abwägung des Rendite-Risiko-Verhältnisses bewusst notwendige Risiken eingegangen, um die gebotenen Marktchancen nutzen und die hierin liegenden Erfolgspotenziale ausschöpfen zu können.

Der YOC-Konzern verwendet verschiedene finanzielle Kennzahlen zur Unternehmenssteuerung.

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

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

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

Der Vorstand überwacht die Umsetzung von Maßnahmen zum Risikocontrolling sowie der Realisierung von Chancen in den operativen Einheiten.

Die Angemessenheit der Methoden und Prozesse des Risikomanagements zur Identifizierung, Beurteilung, Steuerung, Überwachung und Kommunikation der Risiken wird in regelmäßigen Abständen überprüft und an interne und externe Entwicklungen angepasst.

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

CHANCENMANAGEMENT

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

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

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

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

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

Zusätzliche Chancen resultieren aus der Zusammenarbeit mit externen Technologiepartnern.

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

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

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

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

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

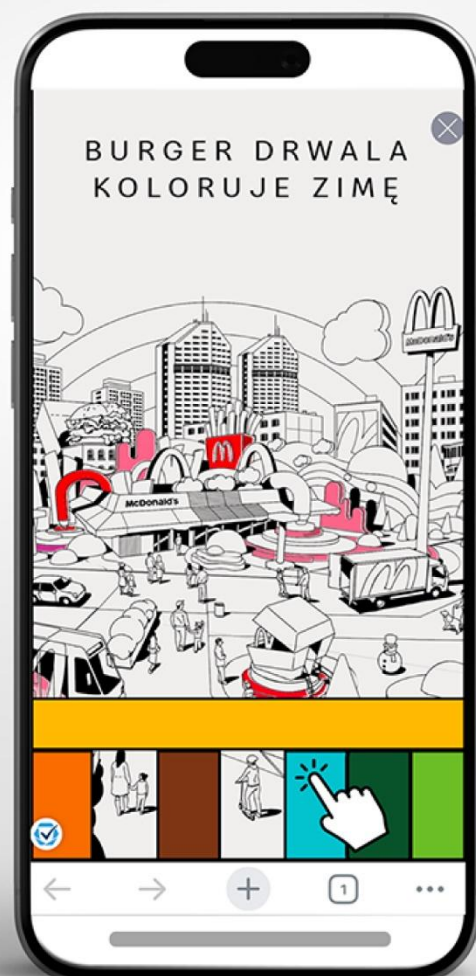
RISIKOBEWERTUNG UND -MANAGEMENT

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

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

04 KONZERNABSCHLUSS

KONZERNGESAMTERGEBNISRECHNUNG	46
KONZERNBILANZ	47
KONZERNKAPITALFLUSSRECHNUNG	48
ENTWICKLUNG DES KONZERNEIGENKAPITALS	49
AUSGEWÄHLTE ERLÄUTERENDE ANGABEN ZUM KONZERNZWISCHENABSCHLUSS	50
VERSICHERUNG DER GESETZLICHEN VERTRETER	64



KONZERNGESAMTERGEBNISRECHNUNG

Alle Angaben in EUR.

KONZERNGEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG	Q1/2026	Q1/2025
Umsatzerlöse	8.005.477	7.299.378
Aktivierete Eigenleistungen	301.996	262.764
Sonstige betriebliche Erträge	190.913	100.018
Gesamtleistung	8.498.386	7.662.160
Materialaufwand	4.544.969	4.025.096
Personalaufwand	2.747.391	2.576.708
Sonstige betriebliche Aufwendungen davon 0 aus Wertberichtigung von Forderungen (Q1/2025: 160)	1.031.858	940.481
Operatives Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)	174.168	119.875
Abschreibungen	543.336	458.584
Operatives Ergebnis	-369.168	-338.709
Finanzerträge	39	0
Finanzaufwendungen	32.849	47.628
Finanzergebnis	-32.810	-47.628
Ergebnis vor Steuern	-401.978	386.337
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	51.041	61.220
Latenter Steueraufwand/ Steuertrag	4.976	4.976
Ergebnis nach Steuern	-448.043	-442.581
KONZERNPERIODENERGEBNIS	-448.043	-442.581
ERGEBNIS JE AKTIE	Q1/2026	Q1/2025
Ergebnis je Aktie unverwässert	-0,13	-0,13
Ergebnis je Aktie verwässert	-0,13	-0,13
KONZERNGESAMTERGEBNISRECHNUNG	Q1/2026	Q1/2025
Ergebnis nach Steuern	-448.043	-442.581
Effekte, die künftig in die Gewinn- und Verlustrechnung reklassifiziert werden können:		
Versicherungsmathematische Gewinne / Verluste aus Pensionen	-3.977	0
Unrealisierte Ergebnisse aus der Währungsumrechnung	-36.274	-13.754
Sonstiges Ergebnis	-40.251	-13.754
KONZERNGESAMTERGEBNIS	-488.294	-456.335

KONZERNBILANZ

Alle Angaben in EUR.

AKTIVA	31.03.2026	31.12.2025
Langfristige Vermögenswerte	11.618.728	11.361.126
Sachanlagen	366.467	377.826
Geschäfts- oder Firmenwert	1.623.898	1.623.898
Immaterielle Vermögenswerte	5.974.364	5.680.708
Nutzungsrechte aus Leasing	1.934.150	1.961.125
Aktive latente Steuern	1.719.849	1.717.569
Kurzfristige Vermögenswerte	8.816.540	12.226.755
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	6.019.949	7.719.229
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	617.949	397.051
Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten	2.178.642	4.110.475
SUMME VERMÖGENSWERTE	20.435.268	23.587.881
PASSIVA	31.03.2026	31.12.2025
Eigenkapital	7.330.751	7.819.044
Gezeichnetes Kapital	3.476.478	3.476.478
Kapitalrücklage	22.053.357	22.053.357
Kumulierte Verluste	-18.097.980	-17.645.961
Unterschiedsbetrag aus Währungsumrechnungen	-101.104	-64.830
Langfristige Schulden	1.878.565	1.930.934
Rückstellungen	92.115	92.298
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	25.810	34.875
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	94.949	94.949
Verbindlichkeiten aus Leasing	1.632.145	1.679.242
Pensionsrückstellungen	33.546	29.570
Kurzfristige Schulden	11.225.952	13.837.903
Vertragsverbindlichkeiten	198.483	231.107
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	3.244.399	4.695.146
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	37.316	37.316
Sonstige Verbindlichkeiten	949.649	1.351.178
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	4.627.150	6.752.591
Verbindlichkeiten aus Leasing	459.287	433.575
Verbindlichkeiten aus laufenden Steuern	385.847	336.990
Rückstellungen	1.323.821	0
SUMME EIGENKAPITAL UND SCHULDEN	20.435.268	23.587.881

KONZERNKAPITALFLUSSRECHNUNG

Alle Angaben in EUR.

KONZERNKAPITALFLUSSRECHNUNG	Q1/2026	Q1/2025
Konzernperiodenergebnis	-448.043	-442.581
Abschreibungen	543.336	458.584
Erfolgswirksam erfasste Steuern	51.041	61.220
Latenter Steueraufwand/ Steuertrag	-4.976	-4.976
Erfolgswirksam erfasste Zinsen	32.810	47.628
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge ⁹	-37.142	-155.071
Veränderungen Forderungen und sonstiger Aktiva ¹⁰	1.478.381	3.058.358
Veränderungen Verbindlichkeiten und sonstiger Passiva ¹¹	-4.057.170	-4.902.041
Veränderungen Rückstellungen ¹²	1.327.614	771.955
Erhaltene Zinsen	39	0
Gezahlte Zinsen	-6.348	-17.030
Gezahlte Zinsen aus Leasing	-26.500	-30.598
Gezahlte Steuern	-38.726	-437
Operativer Cash-Flow	-1.185.684	-1.154.989
Investitionen in Sachanlagen	-23.692	-71.467
Investitionen in immaterielle Vermögenswerte	-83.163	-46.454
Auszahlungen für Entwicklungskosten	-474.025	-538.591
Veräußerungen von Sachanlagen	390	647
Cash-Flow aus Investitionstätigkeiten	-580.490	-655.865
Tilgung von Leasingverbindlichkeiten	-156.596	-49.250
Darlehensrückzahlungen	-9.064	-61.090
Inanspruchnahme Betriebsmittellinie	577.104	506.325
Rückführung Betriebsmittellinie	-577.104	-623.504
Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeiten	-165.660	-227.519
Nettozunahme/-abnahme	-1.936.355	-2.023.790
Wechselkurseffekte auf Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	4.521	-14.583
Gesamtveränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-1.931.834	-2.038.373
FINANZMITTELFONDS ZU BEGINN DER BERICHTSPERIODE	4.110.475	3.973.839
FINANZMITTELFONDS ZUM ENDE DER BERICHTSPERIODE	2.178.641	1.935.466

⁹ Aufwendungen, (+) Erträge (-)

¹⁰ Erhöhung (-), Verminderung (+)

¹¹ Erhöhung (+), Verminderung (-)

¹² Erhöhung (+), Verminderung (-)

ENTWICKLUNG DES KONZERNEIGENKAPITALS

Alle Angaben in EUR.

ENTWICKLUNG DES KONZERN- EIGENKAPITALS	GEZEICH- NETES KAPITAL	KAPITAL- RÜCKLAGE	KUMLIERTE VERLUSTE	UNTER- SCHIEDS- BETRAG AUS WÄHRUNG- UMRECH- NUNGEN	GESAMT
Per 01.01.2025	3.476.478	22.053.357	-17.205.865	-26.620	8.297.350
Ergebnis nach Steuern	0	0	-442.581	0	-442.581
Unterschiedsbetrag aus Währungsumrechnungen	0	0	0	-13.754	-13.754
Gesamtergebnis	0	0	-442.581	-13.754	-456.335
PER 31.03.2025	3.476.478	22.053.357	-17.648.446	-40.374	7.841.015

ENTWICKLUNG DES KONZERN- EIGENKAPITALS	GEZEICH- NETES KAPITAL	KAPITAL- RÜCKLAGE	KUMLIERTE VERLUSTE	UNTER- SCHIEDS- BETRAG AUS WÄHRUNG- UMRECH- NUNGEN	GESAMT
Per 01.01.2026	3.476.478	22.053.357	-17.645.961	-64.830	7.819.044
Ergebnis nach Steuern	0	0	-448.043	0	-448.043
Versicherungsmathematische Gewinne/ Verluste aus Pensionen	0	0	-3.977	0	-3.977
Unterschiedsbetrag aus Währungsumrechnungen	0	0	0	-36.274	-36.274
Gesamtergebnis	0	0	-452.020	-36.274	-488.294
PER 31.03.2026	3.476.478	22.053.357	-18.097.981	-101.104	7.330.750

Es bestehen keine Anteile nicht beherrschender Gesellschafter.

AUSGEWÄHLTE ERLÄUTERENDE ANGABEN ZUM KONZERNZWISCHENABSCHLUSS

1. ALLGEMEINE INFORMATIONEN ZUM UNTERNEHMEN UND GRUNDLAGEN DER ABSCHLUSSERSTELLUNG

1.1 INFORMATIONEN ZUM UNTERNEHMEN

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

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

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

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

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

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

1.2 GRUNDLAGEN DER ABSCHLUSSERSTELLUNG

Der Finanzbericht der YOC AG zum 31. März 2026 erfüllt die Anforderungen des Wertpapierhandelsgesetzes.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Die dargestellten Tabellen und Angaben können rundungsbedingte Differenzen enthalten.

1.3 NEUE RECHNUNGSLEGUNGSVORSCHRIFTEN

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

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

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

STANDARD	ÄNDERUNGEN / INTERPRETATIONEN ¹³	ZEITPUNKT DES INKRAFT-TRETENS	ERWARTETE AUSWIRKUNGEN
IFRS 7 IFRS 9	Änderungen an IFRS 9 und IFRS 7, Klassifizierung und Bewertung von Finanzinstrumenten	01. Januar 2026	unwesentlich
IFRS 9 IFRS 7	Änderungen an IFRS 9 und IFRS 7, Verträge über naturabhängige Stromversorgung	01. Januar 2026	keine
IFRS 1 IFRS 7 IFRS 9 IFRS 10 IAS 7	Jährliche Verbesserungen der IFRS (Band 11)	01. Januar 2026	unwesentlich

¹³ EFRAG EU Endorsement Status Report (Stand: 16. Februar 2026)

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

Der IASB hat nachfolgend aufgelistete Änderungen von Standards und Interpretationen veröffentlicht, die erst in späteren Berichtsperioden in Kraft treten.

Der Vorstand der YOC AG geht davon aus, dass die aufgeführten Standards und Interpretationen bei Vorliegen entsprechender Anwendungsfälle in dem Konzernabschluss des Geschäftsjahres angewendet werden, in dem sie verpflichtend anzuwenden sind.

STANDARD	ÄNDERUNGEN / INTERPRETATIONEN ¹⁴	ZEITPUNKT DES INKRAFT-TRETENS	ERWARTETE AUSWIRKUNGEN
IFRS 18	Darstellung und Angaben im Abschluss	01. Januar 2027	in Prüfung

IFRS 18 ersetzt den bisherigen Standard IAS 1 Darstellung des Abschlusses. Der YOC-Konzern ermittelt derzeit noch die genauen Auswirkungen, welche die Änderungen auf die primären Abschlussbestandteile und den Anhang haben werden.

Daher lässt sich derzeit noch keine quantitative Aussage hinsichtlich möglicher Effekte auf den Konzernabschluss des YOC-Konzerns treffen.

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

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

Der IASB und das IFRIC haben im Geschäftsjahr 2026 sowie in den Vorjahren weitere Standards, Änderungen zu Standards und Interpretationen verabschiedet, die für das Geschäftsjahr 2026 noch nicht verpflichtend anzuwenden sind.

Die Anwendung dieser IFRS setzt die noch ausstehende Anerkennung durch die EU voraus.

STANDARD	ÄNDERUNGEN / INTERPRETATIONEN ²⁶	ZEITPUNKT DES INKRAFT-TRETENS	ERWARTETE AUSWIRKUNGEN
IFRS 19	Tochterunternehmen ohne öffentliche Rechenschaftspflicht	01. Januar 2027	in Prüfung
IFRS 19	Änderungen an IFRS 19, Tochterunternehmen ohne öffentliche Rechenschaftspflicht: Angaben	01. Januar 2027	in Prüfung
IAS 21	Änderungen an IAS 21, Auswirkungen von Wechselkursänderungen: Umstellung auf eine Währung für die Darstellung in Hyperinflationen-ländern	01. Januar 2027	in Prüfung

¹⁴ EFRAG EU Endorsement Status Report (Stand: 16. Februar 2026)

1.4 GRUNDSÄTZE DER KONSOLIDIERUNG

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

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

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

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

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

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

1.5 KONSOLIDIERUNGSKREIS

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

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

2. ERLÄUTERUNGEN ZU WESENTLICHEN ENTWICKLUNGEN DER KONZERNGESAMTERGEBNISRECHNUNG

2.1 EBITDA

Das **operative Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)** belief sich in der Berichtsperiode auf 174 TEUR (Q1/2025: 120 TEUR).

2.2 ERGEBNIS NACH STEUERN

Der YOC-Konzern verzeichnete planmäßige Abschreibungen in Höhe von insgesamt 543 TEUR (Q1/2025: 459 TEUR). Der Anstieg ist im Wesentlichen auf die Zunahme planmäßiger Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte zurückzuführen.

Das Finanzergebnis betrug -33 TEUR (Q1/2025: -48 TEUR). Die Steuern vom Einkommen und Ertrag summierten sich auf 46 TEUR (Q1/2025: 56 TEUR).

Das **Ergebnis nach Steuern** beträgt somit -448 TEUR (Q1/2025: -443 TEUR).

2.3 KONZERNPERIODENERGEBNIS DES YOC-KONZERNS

Das erste Quartal 2026 beendet der YOC-Konzern in Summe der dargestellten Effekte mit einem **Konzernperiodenergebnis** in Höhe von -448 TEUR (Q1/2025: -443 TEUR).

2.4 ERGEBNIS JE AKTIE

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

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

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

2.5 SEGMENTBERICHTERSTATTUNG

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Der YOC-Konzern steigerte im laufenden Geschäftsjahr 2026 seine Umsatzerlöse auf Konzern-ebene um 10% auf 8.005 TEUR (Q1/2025: 7.299 TEUR). Dabei entwickelte sich insbesondere das internationale Segment des YOC-Konzerns mit einem deutlichen Umsatzanstieg im Vergleich zum Vorjahreszeitraum anhaltend positiv.

Das operative Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) belief sich in der Berichtsperiode auf 174 TEUR (Q1/2025: 120 TEUR).

Der Rohertrag entwickelte sich im Vergleich zum Vorjahreszeitraum durch anhaltende markt- und kundenseitige Rahmenbedingungen rückläufig.

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

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

Diese Kunden des YOC-Konzerns sind dem Segment National sowie dem Segment International zuzuordnen. Der YOC-Konzern hat im laufenden Geschäftsjahr 2026 mit keinem Kunden einen Umsatz erwirtschaftet, der mehr als 10% der gesamten Umsatzerlöse im YOC-Konzern ausmachen würde (Q1/2025: zwei Kunden).

Im **nationalen Segment** summierte sich der externe **Umsatz** im abgelaufenen ersten Quartal 2026 auf 4.210 TEUR (Q1/2025: 4.189 TEUR). In Konsequenz dessen resultiert ein **operatives Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)** in Höhe von 1.130 TEUR (Q1/2025: 1.223 TEUR).

Die externen **Umsatzerlöse** der **internationalen Geschäftstätigkeiten** stiegen im ersten Quartal 2026 um 22% auf 3.795 TEUR (Q1/2025: 3.110 TEUR) an. Das Segment erzielte im Berichtszeitraum ein **operatives Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)** in Höhe von 113 TEUR (Q1/2025: -109 TEUR).

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

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

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

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

SEGMENTBERICHT- ERSTATTUNG 01.01.2025 - 31.03.2025 (IN TEUR)	NATIONAL	INTER- NATIONAL	CORPORATE FUNCTIONS	KONSOLI- DIERUNG	GESAMT
Umsatz Direktkunden	2.275	2.320	0	0	4.595
Programmatischer Umsatz	1.914	790	0	0	2.704
Innenumsätze	9	7	0	-16	0
Gesamtumsatz	4.198	3.117	0	-16	7.299
Aktivierete Eigenleistungen	0	0	263	0	263
Sonstiger betrieblicher Ertrag	10	21	69	0	100
Gesamtleistung	4.208	3.138	332	-16	7.662
Materialaufwand	2.377	1.759	0	-111	4.025
Personalkosten	518	1.126	933	0	2.577
Sonstiger betrieblicher Aufwand	90	362	488	0	940
EBITDA	1.223	-109	-1.089	95	120
Investitionstätigkeiten ¹⁵	6	0	650	0	656
Forschungs- und Entwicklungskosten	0	0	389	0	389

SEGMENTBERICHT- ERSTATTUNG 01.01.2026 - 31.03.2026 (IN TEUR)	NATIONAL	INTER- NATIONAL	CORPORATE FUNCTIONS	KONSOLI- DIERUNG	GESAMT
Umsatz Direktkunden	2.612	3.062	0	0	5.674
Programmatischer Umsatz	1.598	733	0	0	2.331
Innenumsätze	85	10	0	-95	0
Gesamtumsatz	4.295	3.805	0	-95	8.005
Aktivierete Eigenleistungen	0	0	302	0	302
Sonstiger betrieblicher Ertrag	37	56	98	0	191
Gesamtleistung	4.332	3.861	400	-95	8.498
Materialaufwand	2.562	2.210	0	-227	4.545
Personalkosten	579	1.203	965	0	2.747
Sonstiger betrieblicher Aufwand	61	335	636	0	1.032
EBITDA	1.130	113	-1.201	132	174
Investitionstätigkeiten ¹⁵	0	21	559	0	580
Forschungs- und Entwicklungskosten	0	0	636	0	636

¹⁵ Die Angabe umfasst die Investitionstätigkeiten in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen.

Zum 31. März 2026 betragen die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen im **nationalen Segment** 1.921 TEUR (31. Dezember 2025: 2.712 TEUR), 2.457 TEUR (31. Dezember 2025: 2.686 TEUR) im **internationalen Segment** sowie 1.642 TEUR (31. Dezember 2025: 2.321 TEUR) in den **Corporate Functions**, welche den programmatischen Umsatzerlösen zuzuordnen sind.

Daneben beliefen sich die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen per 31. März 2026 im **nationalen Segment** auf 1.935 TEUR (31. Dezember 2025: 2.365 TEUR), auf 1.096 TEUR (31. Dezember 2025: 1.785 TEUR) im **internationalen Segment** sowie auf 213 TEUR (31. Dezember 2025: 545 TEUR) im Bereich **Corporate Functions**.

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

ÜBERLEITUNGSRECHNUNG (IN TEUR)	Q1/2026	Q1/2025
Operatives Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)	174	120
Abschreibungen und Wertminderungen	-543	-458
Finanzergebnis	-33	-48
ERGEBNIS VOR STEUERN	-402	-386

3. ERLÄUTERUNGEN ZU WESENTLICHEN ENTWICKLUNGEN DER KONZERNBILANZ

3.1 EIGENKAPITAL

Zum 31. März 2026 valuiert das **Eigenkapital** des YOC-Konzerns bei 7.331 TEUR (31. Dezember 2025: 7.819 TEUR).

Der Rückgang des Eigenkapitals gegenüber dem Vorjahr basiert hauptsächlich auf dem **Konzernperiodenergebnis** in Höhe von -448 TEUR (Q1/2025: -443 TEUR).

Die das Eigenkapital beeinflussenden **Währungsumrechnungsdifferenzen** in Höhe von -36 TEUR (31. Dezember 2025: -14 TEUR) resultieren aus der Umrechnung der Jahresabschlüsse der Tochtergesellschaften in Polen, der Schweiz sowie in Schweden.

Im Rahmen der Bilanzierung der **Pensionsrückstellungen** gemäß IAS 19 ergaben sich versicherungsmathematische Gewinne und Verluste in Höhe von -4 TEUR (Q1/2025: 0 TEUR), die entsprechend erfolgsneutral im Eigenkapital erfasst wurden.

Infolgedessen ergibt sich für die Berichtsperiode ein **Konzerngesamtergebnis** in Höhe von -488 TEUR (Q1/2025: -456 TEUR).

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

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

Entsprechend der durch die Aktionäre der YOC AG erfolgten gesetzlichen Stimmrechtsanzeigen wird der **Aktienbesitz** zum 31. März 2026 wie folgt gehalten:

AKTIENBESITZ	ANTEIL
Vorstand ¹⁶	19,10%
Aufsichtsrat	1,66%
Dr. Kyra Heiss	10,25%
Karl-J. Kraus	5,15%
Dr. Martin Steinmeyer	3,97%
HHS Grundstücks- und Beteiligungsgesellschaft mbH & Co. KG	3,30%
Free float	56,57%
GESAMTBESTAND	100,00%

Die **kumulierten Verluste** des laufenden Geschäftsjahres wiesen zum 31. März 2026 einen Betrag in Höhe von -18.098 TEUR (Q1/2025: -17.646 TEUR) aus.

3.2 SONSTIGE ANGABEN ZU DEN FINANZINSTRUMENTEN

Die Buchwerte von Zahlungsmitteln, Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, kurzfristigen sonstigen Vermögenswerten und sonstigen kurzfristigen finanziellen Verbindlichkeiten entsprechen aufgrund der kurzen Laufzeiten dieser Instrumente nahezu ihren beizulegenden Zeitwerten.

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

Die folgende Tabelle zeigt die Überleitung zwischen den Bilanzpositionen und den Kategorien nach IFRS 9, aufgegliedert pro Kategorie und beizulegenden Zeitwerten pro Klasse per 31. März 2026.

BILANZPOSITIONEN UND KATEGORIEN NACH IFRS 9 (IN TEUR)	BEWER- TUNGS- KATE- GORIE NACH IFRS 9	BUCH- WERT ZUM 31.03.2026	FORTGE- FÜHRTE AN- SCHAF- FUNGS- KOSTEN	ERFOLGS- NEUTRAL ZUM BEIZULE- GENDEN ZEIT- WERT	ERFOLGS- WIRKSAM ZUM BEIZULE- GENDEN- ZEIT- WERT	BEIZU- LEGENDER ZEIT- WERT ZUM 31.03.2026	LEVEL INNER- HALB DER FAIR- VALUE- HIERACHIE
Vermögenswerte							
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	FAAC	6.020	6.020	0	0	n/a	-
Zahlungsmittel und Zahlungs- mitteläquivalente	FAAC	2.179	2.179	0	0	n/a	-
Finanzielle Vermögenswerte		618	618	0	0	618	
davon kurzfristig	FAAC	618	618	0	0	618	3
davon langfristig	FAAC	0	0	0	0	0	-
Verbindlichkeiten							
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	FLAC	3.244	3.244	0	0	n/a	-

¹⁶ Die Beteiligung der dkam GmbH ist Herrn Dirk-Hilmar Kraus zuzurechnen.

Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten		4.722	4.627	0	95	4.722	
davon kurzfristig	FLAC	4.627	4.627	0	0	4.627	2
davon langfristig	FV	95	0	0	95	95	3
Leasing-Verbindlichkeiten		2.091	2.091	0	0		
davon kurzfristig	n/a	459	459	0	0	n/a	-
davon langfristig	n/a	1.632	1.632	0	0	n/a	-
Verbindlichkeiten Kreditinstitute		63	63	0	0	63	
davon kurzfristig	FLAC	37	37	0	0	37	2
davon langfristig	FLAC	26	26	0	0	26	2

BILANZPOSITIONEN UND KATEGORIEN
NACH IFRS 9
(IN TEUR)

BEWERTUNGS-
KATEGORIE
NACH IFRS 9

BUCHWERT
ZUM
31.03.2026

Davon aggregiert nach IFRS-9-Kategorien:

Finanzielle Vermögenswerte zu fortgeführten Anschaffungskosten / Financial Assets Measured at Amortized Cost	FAAC	8.817
Finanzielle Verbindlichkeiten zum beizulegenden Zeitwert Measured at Fair Value through Profit and Loss	FV	95
Finanzielle Verbindlichkeiten zu fortgeführten Anschaffungskosten / Financial Liabilities Measured at Amortized Cost	FLAC	7.934

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

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

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

Die zum 31. März 2026 bilanzierten sonstigen kurzfristigen finanziellen Verbindlichkeiten enthalten im Wesentlichen umsatzrelativ erfasste Rückvergütungsverbindlichkeiten in Höhe von 3.623 TEUR (31. Dezember 2025: 4.397 TEUR) sowie Verbindlichkeiten aus nicht erhaltenen Eingangsrechnungen (Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen).

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

4. ERLÄUTERUNGEN ZUR CASH-FLOW RECHNUNG

4.1 CASH-FLOW DER EINZELNEN TÄTIGKEITEN

OPERATIVER CASH-FLOW

Die Ermittlung des **operativen Cash-Flows** erfolgt nach der indirekten Methode. Ausgangspunkt für die Ermittlung ist das Konzernperiodenergebnis des abgelaufenen ersten Quartals 2026 in Höhe von -448 TEUR (Q1/2025: -443 TEUR).

Der operative Cash-Flow betrug im Berichtszeitraum -1.186 TEUR (Q1/2025: -1.155 TEUR).

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

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

CASH-FLOW AUS INVESTITIONSTÄTIGKEITEN

Der **Mittelabfluss aus Investitionstätigkeiten** in Höhe von -580 TEUR (Q1/2025: -656 TEUR) umfasst primär die Entwicklungskosten im Zusammenhang mit der Weiterentwicklung der Technologieplattform VIS.X® sowie der Erweiterung der Produktpalette an innovativen High-Impact Werbeformaten (Sonderformaten) des Unternehmens.

CASH-FLOW AUS FINANZIERUNGSTÄTIGKEITEN

Der Cash-Flow aus **Finanzierungstätigkeiten** in Höhe von -166 TEUR (Q1/2025: -228 TEUR) resultiert aus der Aufnahme und Tilgung von Leasing- sowie Darlehensverbindlichkeiten.

4.2 FINANZMITTELFONDS

Der **Finanzmittelfonds** umfasst sämtliche Bank- und Kassenbestände des YOC-Konzerns und betrug 2.179 TEUR zum 31. März 2026 (31. Dezember 2025: 4.110 TEUR).

5. ERLÄUTERUNGEN ZU DEN KAPITALVERÄNDERUNGEN

Neben dem in den kumulierten Verlusten erfassten Konzernperiodenergebnis in Höhe von -448 TEUR (Q1/2025: -443 TEUR) wirkten sich Währungsumrechnungseffekte in Höhe von -36 TEUR (Q1/2025: -2 TEUR) sowie die erfolgsneutrale Erfassung der Nettoschuld der Pensionsverpflichtungen in Höhe von -4 TEUR (Q1/2025: 0 TEUR) auf das Konzerneigenkapital zum 31. März 2026 aus.

6. SONSTIGE ERLÄUTERUNGEN

6.1 HAFTUNGSVERHÄLTNISSE, GEWÄHRLEISTUNGEN, EVENTUALVERBINDLICHKEITEN ODER ÄHNLICHES

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

Der Basispreis zum Zuteilungstag am 01. Oktober 2014 betrug 1,92 Euro. Diese virtuellen Aktienoptionen würden bei der vorzeitigen Beendigung oder des Auslaufens des Vorstandsdienstvertrages verfallen. Zum Stichtag wurden hieraus keine resultierenden Verbindlichkeiten bilanziert. Zusätzlich enthält der Dienstvertrag des Vorstands Dirk-Hilmar Kraus mit einer Laufzeit bis zum 31. März 2029 eine einmalige, erfolgsabhängige Vergütung unter der Bedingung eines Kontrollwechsels infolge eines Übernahmeangebots.

Die je nach Börsenkurs zum Transaktionszeitpunkt gestaffelte erfolgsabhängige Vergütung beträgt maximal 1,5% des Transaktionsvolumens. Eine überwiegende Eintrittswahrscheinlichkeit ist in absehbarer Zukunft nicht gegeben, weshalb hieraus keine resultierenden Verbindlichkeiten bilanziert wurden. Die Eintrittswahrscheinlichkeit wird zum Bilanzstichtag als gering eingeschätzt.

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

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

6.2 EREIGNISSE NACH DEM BILANZSTICHTAG

Die Geschäftstätigkeit des YOC-Konzerns wird – trotz des primären Fokus auf den europäischen Markt – weiterhin von globalen wirtschaftlichen und geopolitischen Entwicklungen beeinflusst. Anhaltende geopolitische Instabilität, darunter bewaffnete Konflikte, Spannungen zwischen führenden Volkswirtschaften sowie politische Unsicherheiten in verschiedenen Regionen, führen zu wirtschaftlichen Schwankungen und erschweren die Prognose von Wachstum und Marktstabilität.

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

Der YOC-Konzern beobachtet diese Entwicklungen kontinuierlich.

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

6.3 FINANZRISIKOMANAGEMENT

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

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

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

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

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

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

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

6.4 ANGABEN ZU BEZIEHUNGEN ZU NAHESTEHENDEN UNTERNEHMEN UND PERSONEN

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

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

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

6.5 ERKLÄRUNG ZUM DEUTSCHEN CORPORATE GOVERNANCE KODEX

Die Entsprechenserklärung zum Deutschen Corporate Governance Kodex gemäß § 161 AktG wurde vom Vorstand und Aufsichtsrat abgegeben und wurde den Aktionären der YOC AG auf der Internetseite www.yoc.com im Bereich „Investor Relations“ dauerhaft zugänglich gemacht.

VERSICHERUNG DER GESETZLICHEN VERTRETER

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

Berlin, 26. Mai 2026



Der Vorstand

Dirk-Hilmar Kraus

IMPRESSUM

HERAUSGEBER

YOC AG

Greifswalder Straße 212
10405 Berlin
Deutschland

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

Registereintragung: Amtsgericht Berlin HRB 77 285

GESTALTUNG UND REDAKTION

YOC AG

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

STOP ADVERTISING.

START TELLING A STORY.

