



# GESCHÄFTSBERICHT 1. QUARTAL 2015

Berlin, 28. Mai 2015

# INHALT

	SEITE
Brief an die Aktionäre	02
YOC im Überblick	04
Konzernzwischenlagebericht	05
Konzernzwischenabschluss	11
YOC Adressen	21
Finanzkalender	22
Impressum	23

# Brief an die Aktionäre

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

die YOC AG ist einer der Pioniere für Werbung auf mobilen Endgeräten - „Mobile first“ seit 2001. Wenngleich sich unser Marktumfeld verändert hat - der Trend hin zu steigenden Werbebudgets im Bereich Mobile Advertising ist unverkennbar. Die Menschen individuell, profilbasiert und unabhängig von Zeit und Raum auf ihrem elektronischen Begleiter zu erreichen, ist die Vision, die uns und unsere Branche seit jeher antreibt.

Erstmals seit Q4/2012 verzeichnet die YOC-Gruppe ein Umsatzwachstum im Kernbereich Mobile Advertising im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Die Etablierung des neuen spanischen Teams zeigte nach einem schwierigen Geschäftsjahr 2014 Wirkung: Im abgelaufenen Quartal präsentierte sich dieser Markt mit einer deutlich verbesserten Umsatzentwicklung. In Großbritannien stabilisierten sich die Geschäfte, was hauptsächlich auf die Einführung neuer Produkte zurückzuführen ist. Die Umsätze im deutschsprachigen Markt weisen ein Wachstum in Höhe von 35 % aus. Neben dem Heimatmarkt Deutschland basiert dieses Ergebnis auf der Marktführerschaft von YOC in Österreich.

Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum stieg der Gesamtumsatz um 13 % auf 2,1 Mio. EUR (Q1/2014: 1,8 Mio. EUR).

Parallel dazu erhöhen wir kontinuierlich die Rohertragsmarge durch den Einsatz und die Implementierung unserer programmatischen Produkte. So konnten wir im abgelaufenen ersten Quartal 2015 die Rohertragsmarge im Vergleich zum Vorjahreszeitraum von rund 19 % auf 31 % deutlich steigern.

Die Anpassung der Kostenstruktur führte im Q1/2015 zu einer Entlastung in Höhe von rd. 0,8 Mio. EUR gegenüber dem Vorjahr - weitere Maßnahmen zur Kostenreduktion im Geschäftsjahr 2015 wurden bereits umgesetzt.

Durch Umsatzsteigerung, Rohertragsverbesserung und Kosteneinsparungen beträgt das operative Ergebnis vor Abschreibungen -0,4 Mio. EUR per 31. März 2015 (Q1/2014: -0,5 Mio. EUR). Das um Sondereffekte aus Sanierungs- und Restrukturierungsmaßnahmen bereinigte EBITDA stieg um 0,9 Mio. EUR von -1,3 Mio. EUR (Q1/2014) auf -0,4 Mio. EUR per 31. März 2015.

Die Fokussierung auf die Kernkompetenz Mobile Advertising hat das Unternehmen im Geschäftsjahr 2014 reaktionsschneller gemacht. Dieser Schritt hat uns in die Lage versetzt, insbesondere die Produktentwicklung auf den Zukunftsmarkt Mobile Programmatic Advertising, den methodischen Ein- und Verkauf von Werbeplätzen über automatisierte Handelsplattformen, auszurichten.

In diesem Kontext hat YOC im abgelaufenen Quartal zunehmend sogenannte Private Market Places aufgesetzt und darüber hinaus neue Partner getestet. YOC stellt hier die Werbefläche unserer Publisher-Partner einer ausgewählten Gruppe von Advertisern zur Verfügung. Durch die Automatisierung der Werbeauslieferung und die festgelegten

Konditionen bietet das Verfahren die effiziente Abwicklung von Kampagnenbuchungen bei voller Transparenz über das angebotene Inventar.

Das in der Entwicklung befindliche Publisher Frontend steht vor seiner Markteinführung und wurde mit zahlreichen Features ausgestattet, die den Anforderungen unserer Partner entsprechen und eine Automatisierung interner wie externer Prozesse ermöglicht.

Das Unternehmen entwickelte im ersten Quartal 2015 neue kreative Werbeformate (Adformate) wie den Mobile Takeover, der mit McDonald's als Erstkunde verwirklicht wurde. Weitere mobile Werbeformate sind in der Testphase und werden im Jahresverlauf gelauncht. Darüber hinaus konnten international reichweitenstarke Publisher wie beispielsweise Shazam gewonnen werden.

Um die Weiterentwicklung des Geschäftsmodells zum Mobile Premium Programmatic-Anbieter zu fördern, hat die Gesellschaft kurz nach dem Berichtszeitraum im April 2015 eine Kapitalerhöhung mit einer begleitenden Fremdkapitalfinanzierung durchgeführt. Insgesamt flossen der Gesellschaft 1,1 Mio. EUR zu. Die Barkapitalerhöhung erfolgte unter Ausschluss des Bezugsrechts der Aktionäre im Rahmen einer Privatplatzierung. Sämtliche Aktien wurden an Bestands- und Neuinvestoren ausgegeben, darunter die Mitglieder von Vorstand und Aufsichtsrat der YOC AG.

Die Verbesserung der operativen Performance stimmt uns zuversichtlich - wengleich noch viel Arbeit vor uns liegt, um das Unternehmen wieder in die Profitabilität zu führen. Wir sind überzeugt davon, mit dem eingeschlagenen Weg YOC als einen führenden, innovativen Mobile Programmatic Advertising Anbieter positionieren zu können.

An dieser Stelle danken wir Ihnen für das entgegengebrachte Vertrauen und freuen uns auf die weitere Zusammenarbeit mit Ihnen.

Herzliche Grüße



Dirk Kraus



Michael Kruse

Der Vorstand  
YOC AG

# YOC im Überblick

(in TEUR)	Q1/2015	Q1/2014 (angepasst)	Veränderung absolut	Veränderung in %
<b>Umsatz und Ergebnis</b>				
Umsatz gesamt	2.054	1.825	229	13
D-A-CH	1.189	878	311	35
Restliches Europa	865	947	-82	-9
Gesamtleistung	2.492	3.284	-792	-24
EBITDA	-416	-476	60	13
EBITDA-Marge (in%)	-17	-14	k.A.	k.A.
Ergebnis nach Steuern (Mobile Advertising)	-489	-597	108	18
Ergebnis nach Steuern (YOC-Gruppe)	-489	-395	-94	-24
Ergebnis je Aktie verwässert in Euro (Mobile Advertising)	-0,17	-0,21	0,04	19
Ergebnis je Aktie unverwässert in Euro (Mobile Advertising)	-0,17	-0,21	0,04	19
Ergebnis je Aktie verwässert in Euro (YOC-Gruppe)	-0,17	-0,14	-0,03	-21
Ergebnis je Aktie unverwässert in Euro (YOC-Gruppe)	-0,17	-0,14	-0,03	-21
<b>Mitarbeiter</b>				
Durchschnittliche Anzahl Mitarbeiter <sup>*1</sup>	55	69	-14	-20
Mitarbeiterzahl zum 31. März	53	67	-14	-21
Umsatz je Mitarbeiter (in TEUR)	37	26	11	41
Gesamtleistung je Mitarbeiter (in TEUR)	45	48	-2	-5
<b>Bilanz und Kapitalflussrechnung</b>				
Bilanzsumme	3.448	4.135 <sup>*2</sup>	-687	-17
Operativer Cash-Flow	-765	-1.374	609	44

<sup>\*1</sup> Auf Basis der festgestellten Mitarbeiter

<sup>\*2</sup> Zum 31.12.2014

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

# Konzernzwischenlagebericht

(ungeprüft)

## Geschäftsentwicklung der YOC-Gruppe im ersten Quartal 2015

### Kennzahlenübersicht

Im ersten Quartal 2015 stieg der Gesamtumsatz der YOC-Gruppe im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 13 % auf 2,1 Mio. EUR (Q1/2014: 1,8 Mio. EUR).

Das Vorantreiben von rohertragsstärkeren Produktinnovationen im ersten Quartal 2015 führte zu einem Anstieg der Rohertragsmarge auf 31 % (Q1/2014: 19 %).

Das operative Ergebnis der YOC-Gruppe vor Abschreibungen lag in den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres 2015 bei -0,4 Mio. EUR (Q1/2014: -0,5 Mio. EUR).

Der operative Cash-Flow belief sich auf -0,8 Mio. EUR (Q1/2014: -1,4 Mio. EUR).

### Leistungsspektrum Mobile Advertising

Mit einer Smartphone-Durchdringung von durchschnittlich mehr als 57 % (comScore 2013) ist Mobile zu einem Leitmedium für digitale Werbung in Europa gereift. Einzelne Länder wie Großbritannien, Spanien und Italien haben nach aktuellen Studien bereits eine Abdeckung von Smartphones in Höhe von 70 % erreicht (comScore 2014).

YOC ist einer der größten, unabhängigen Mobile Premium Advertising Vermarkter in Europa und greift auf eine seit 2001 gewachsene Expertise in diesem Geschäftsfeld zurück. Mit einer verfügbaren Reichweite von mehreren Milliarden Ad Impressions im Monat erreichen wir rund 40 Millionen mobile Internetnutzer. YOC arbeitet mit über 300 ausgewählten internationalen Premium-Publishern wie Shazam, The Sun, Metro, krone.at oder Eurosport zusammen, die aufgrund der langjährigen Zusammenarbeit der Technologie- und Vermarktungskompetenz des Unternehmens vertrauen.

Basierend auf langjähriger Erfahrung, exklusiven Geschäftsbeziehungen zu Vermarktungspartnern und Werbekunden, erfolgreichen Produktinnovationen und skalierenden Inhouse-Technologien ist YOC ein innovativer Teilnehmer im immer relevanter werdenden Marktsegment der mobilen Zielgruppenansprache. Unser Fokus liegt auf dem strategischen Ausbau der Position als Spezialist für Mobile Advertising in den Kernmärkten Großbritannien, Deutschland, Österreich, Spanien und Frankreich.

Für App- wie mobile Web-Publisher aus allen Sparten bietet YOC direkten Zugang zu allen relevanten Media-Agenturen und Demand-Channeln. In Kombination mit state-of-the-art Advertising-Technologien setzen wir erfolgreich auf umfassende Monetarisierungsstrategien und stellen gleichzeitig das nachhaltige Wachstum der Nutzerschaft unserer Publisher sicher. Die YOC Premium Ad Formate erlauben ein gezieltes Branding, ohne dabei den Nutzer in seiner gewohnten Umgebung zu überfordern. YOC Mediation ermöglicht eine

hohe und gleichmäßige Auslastung und effektive Tausenderkontaktpreise über dem Marktdurchschnitt. Mit seinem Audience Targeting-Ansatz stellt YOC nach geprüften Datenschutz-Standards sicher, dass ausschließlich die Werbung dem Nutzer angezeigt wird, welche die größte Relevanz besitzt.

Unsere Werbekunden (Advertiser) profitieren von exklusiven Werbemöglichkeiten bei Premium-Publishern. Die von YOC eigens entwickelten und prämierten Werbeformate (Ad Formats) bieten zudem eine hohe kreative Branding-Wirkung und wurden unter anderem mit dem Cannes Lion Gold Award in der Kategorie Mobile ausgezeichnet. Das YOC Audience Targeting mit einer Vielzahl exklusiver Datenquellen garantiert das Erreichen der vom jeweiligen Advertiser anvisierten Zielgruppe. Mit unserem Full-Service-Ansatz sind wir ein verlässlicher Partner und bieten Sicherheit und Qualität bei der Auslieferung von Kampagnen. Mit seinem Trading Desk-Ansatz erreicht YOC über leistungsfähige Demand-Side-Plattformen (DSP) eine signifikante Reichweite an mobile Usern.

Die starke Verbreitung und Nutzung von Applikationen (Mobile Apps) und das dadurch entstandene App-Ökosystem nutzt YOC mit seinen Performance-Produkten für zusätzliches Umsatzpotenzial – genauer um neue Nutzer zu gewinnen oder Registrierungen für seine Kunden zu generieren. Der immer stärker werdende programmatische Mediahandel wird von YOC aktiv begleitet und eingesetzt, um die Kampagnenziele seiner Kunden zu erreichen und zusätzliche Erlösquellen für Publisher zu eröffnen.

YOC setzt mit Trading Desk-Partnern Private Market Places (PMP) auf. Ein Private Market Place ist ein Marktplatz, auf dem Premium-Publisher ihre Werbeflächen nur einer ausgewählten Gruppe von Advertisern zur Verfügung stellen. Im Gegensatz zur direkten Buchung einer Werbefläche, buchen sich Advertiser bei einem PMP über den programmatischen Media-Einkauf ein. Publisher und Advertiser können über die Anbindung privater Marktplätze an YOC einen ausgesuchten Handelskanal mit festgelegten Preisen und definiertem Inventar nutzen. Die Werbeplätze werden in Echtzeit gehandelt (Real-Time Bidding). Zudem können direkte Deals zwischen Publishern und Advertisern über Private Marketplaces stattfinden. Durch die Automatisierung der Werbeauslieferung und den festgelegten Konditionen bietet dieses Verfahren eine effiziente Abwicklung von Kampagnenbuchungen bei voller Transparenz über das angebotene Inventar.

# Vermögens-, Finanz- und Ertragslage

## **Ertragslage**

### **Umsatzentwicklung und Gesamtleistung**

In den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres 2015 lag der Umsatz der YOC-Gruppe bei 2,1 Mio. EUR (Q1/2014: 1,8 Mio. EUR).

Die Gesamtleistung des Konzerns liegt bedingt durch die im Vorjahresvergleichszeitraum erzielten positiven Sanierungseffekte in Höhe von 0,9 Mio. EUR mit 2,5 Mio. EUR unter dem Vorjahreswert (3,3 Mio. EUR).

### **Umsatz nach Regionen**

Die Umsätze stiegen auf dem deutschsprachigen Markt im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 35 % an. Insbesondere Österreich konnte im Vergleich zum Vorjahreszeitraum einen signifikanten Umsatzzanstieg in Höhe von 97 % verzeichnen. Der wichtige Heimatmarkt Deutschland verzeichnete einen Anstieg um 8 %. Im restlichen Europa sanken die Umsätze um 9% im Vergleich zum ersten Quartal 2014.

### **Rohhertrag**

Die Rohhertragsmarge stieg im ersten Quartal 2015 unter anderem durch Effekte aus der Umstellung auf neue Produktbereiche auf 31 % (Q1/2014: 19 %). Die Materialaufwendungen sanken um 5 % auf 1,4 Mio. EUR (Q1/2014: 1,5 Mio. EUR).

### **Personalaufwand und Personalentwicklung**

In den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres 2015 lag der durchschnittliche Personalbestand bei 55 Mitarbeitern (Q1/2014: 69 Mitarbeiter).

Der Personalaufwand lag mit 1,0 Mio. EUR unter dem Niveau des Vorjahres (Q1/2014: 1,2 Mio. EUR). Durch Effizienzsteigerungen und Reorganisation konnte die durchschnittliche Mitarbeiteranzahl insgesamt um 14 Mitarbeiter gesenkt werden - davon acht im Ausland. Konsequenterweise stieg der Umsatz je Mitarbeiter im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 41 % auf 37 TEUR (Q1/2014: 26 TEUR) an.

### **Sonstige betriebliche Aufwendungen**

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen lagen bei 0,5 Mio. EUR und damit 0,6 Mio. EUR unter den Aufwendungen des Vorjahres (Q1/2014: 1,1 Mio. EUR).

Die Anpassung der Kostenstrukturen im Rahmen der Ende 2014 abgeschlossenen Restrukturierung führte zu deutlichen Senkungen der laufenden Betriebskosten sowie der Kosten für diverse externe Beratungsleistungen im Rahmen der Restrukturierung.

Insgesamt zeigten sämtliche Kostensenkungsmaßnahmen ihre Wirkung, so dass die Relation der sonstigen betrieblichen Aufwendungen zur Gesamtleistung signifikant auf 18 % sank (Q1/2014: 32 %).



## EBITDA

Das operative Ergebnis vor Abschreibungen lag im Berichtszeitraum bei -0,4 Mio. EUR (Q1/2014: -0,5 Mio. EUR).

Bereinigt um die im ersten Quartal 2014 in den sonstigen betrieblichen Erträgen und Aufwendungen erzielten Sondereffekte aus Sanierungs- und Restrukturierungsmaßnahmen in Höhe von insgesamt 0,8 Mio. EUR, verbesserte sich das bereinigte EBITDA somit von -1,3 Mio. EUR im ersten Quartal 2014 auf -0,4 Mio. EUR im ersten Quartal 2015.

## Ergebnis nach Steuern

Das Konzernergebnis nach Steuern ist im Berichtszeitraum mit -0,5 Mio. EUR (Q1/2014: -0,6 Mio. EUR) leicht verbessert - neben der deutlichen Verbesserung aus dem operativen Geschäft fangen die im Rahmen der Restrukturierung aufgesetzten Maßnahmen sichtlich an zu greifen.

## Finanz- und Vermögenslage

Zum Stichtag beliefen sich die liquiden Mittel der YOC-Gruppe auf 0,4 Mio. Euro. Die Liquiditätsabnahme betrug somit 0,8 Mio. Euro im Vergleich zum 31. Dezember 2014.

Der operative Cash-Flow belief sich in den ersten drei Monaten 2015 auf -0,8 Mio. EUR (Vorjahr: -1,4 Mio. EUR).

Der Cash-Flow aus Investitionstätigkeiten in den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres ist nahezu ausgeglichen.

Insgesamt wurden 0,1 Mio. EUR in interne Entwicklungskosten im Zusammenhang mit der Weiterentwicklung technologischer Plattformen und neuer Produkte investiert.

Aus dem Verkauf von Betriebs- und Geschäftsausstattung an den in 2014 veräußerten Geschäftsbereich Affiliate Marketing konnten 0,1 Mio. EUR Erlöst werden.

Sämtliche an die Gesellschaft ausgereichten Darlehen wurden in 2014 abgelöst. Daher wurde im ersten Quartal 2015 kein Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeiten verzeichnet.

Im April 2015 flossen der Gesellschaft aus einer kombinierten Eigen- und Fremdkapitalerhöhung insgesamt 1,1 Mio. EUR an liquiden Mitteln zu. Die Mittel aus dieser Kapitalerhöhung dienen der Stärkung des Eigenkapitals und sollen zusammen mit den Mitteln aus der Fremdkapitalfinanzierung im Wesentlichen zur weiteren Geschäftsentwicklung, insbesondere der Entwicklung neuer Produkte, verwendet werden.

Weitere Kapitalmaßnahmen sind kurz- und mittelfristig nicht beabsichtigt.

# Chancen, Risiken und Ausblick

## Chancen und Risiken

Als international ausgerichtetes Dienstleistungsunternehmen ist die YOC-Gruppe in einem sich dynamisch entwickelnden Markt tätig, was naturgemäß unternehmens- und branchenspezifische sowie finanzwirtschaftliche Risiken in sich birgt. Schwerpunkte sind hierbei Markt- und Wettbewerbsrisiken, technologische Risiken, Haftungsrisiken, personelle Risiken, Planungsrisiken, organisatorische Risiken sowie Finanz- und Treasury-Risiken. Diese Risiken können sowohl aus eigenem unternehmerischem Handeln als auch aus externen Faktoren resultieren. Die YOC-Gruppe hat Maßnahmen getroffen, um solche möglichen Risiken rechtzeitig zu erkennen und zu reduzieren. Zu diesem Zweck wurde ein entsprechendes Risikomanagementsystem eingerichtet, in dessen Rahmen die Risiken durch eine unternehmensweite Risikoinventur in regelmäßigen Abständen erfasst, bewertet und gegebenenfalls laufend überwacht werden.

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

Durch das vorausschauende Risikocontrolling als Teilbereich des internen Kontrollsystems können Risiken und Chancen frühzeitig erkannt und bewertet werden, um somit im angemessenen Umfang zeitnah darauf zu reagieren und eine effiziente Steuerung für den Unternehmenserfolg zu gewährleisten. Die im Rahmen der Risikosteuerung zu treffenden Maßnahmen werden in den operativen Einheiten vollzogen.

## Ausblick

Die Fokussierung des Konzerns auf sein Kerngeschäft zeigt erste positive Effekte. In Folge der Restrukturierung und strategischen Neuausrichtung rechnet die YOC-Gruppe für das Jahr 2015 operativ mit einer im Vergleich zum Vorjahr verbesserten Umsatz- und Ertragslage. Der Vorstand kalkuliert für das Geschäftsjahr 2015 insgesamt noch mit negativen operativen Cash-Flows und hat zur Stärkung der Liquidität eine kombinierte Eigenkapital- und Fremdkapitalfinanzierung umgesetzt:

- Im Mai 2015 flossen der Gesellschaft im Rahmen einer Kapitalerhöhung gegen Bareinlagen im Rahmen eines Private Placements aus dem genehmigten Kapital liquide Mittel in Höhe von 0,8 Mio. EUR zu,
- eine begleitend zur Kapitalerhöhung durchgeführte Darlehensaufnahme führte im Mai 2015 zu einem weiteren Liquiditätszufluss in Höhe von 0,3 Mio. EUR.

Weitere Schritte zur Liquiditätsstärkung befinden sich in der Planung beziehungsweise in der Umsetzung.

Insgesamt rechnet die Gesellschaft für das Geschäftsjahr 2015 mit wachsenden Umsatzerlösen im zweistelligen Prozentbereich. Im ersten Quartal 2015 konnte mit dem Anstieg der Umsatzerlöse um 13 % im Vergleich zum Vorjahreszeitraum die Planung bestätigt werden.

Aufgrund der folgerichtigen strategischen Konzentration auf die Kernkompetenz Mobile Advertising und eine an die Erfordernisse der Branche angepasste Marktpositionierung ist darüber hinaus auch mittelfristig von einem beständigen Wachstum auszugehen. Die positiven wirtschaftlichen Rahmenbedingungen weltweit unterstützen diese Prognose.

Der Umbau der Gesellschaft hin zum Mobile Premium Programmatic Anbieter bringt die Gesellschaft auf ein neues Produktniveau und wird bei erwartungsgemäßer Entwicklung zu einer Stärkung der Positionierung im Markt führen und wird künftig durch die geplante Ausweitung dieser Dienstleistungen einen wesentlichen Teil der Gesamtumsätze ausmachen. Mit dem Ausbau dieses Bereiches werden Steigerungen der Rohertragsmarge erwartet und parallel die Unabhängigkeit von größeren Kooperationen vorangetrieben.

Voraussetzung dafür ist die planmäßige Entwicklung der internationalen Standorte. Investitionen in innovative Technologien und Produkte sind Bestandteil der Unternehmensstrategie, um die begonnene Entwicklung zu stärken und auszubauen. Die YOC-Gruppe rechnet für 2015 auf Basis der oben dargestellten Entwicklungen mit einer leichten Verbesserung der um Sondereffekte bereinigten operativen Ertragslage.

# Konzernzwischenabschluss

(ungeprüft)

## Konzerngesamterfolgsrechnung

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung (in EUR)	Q1/2015	Q1/2014 (angepasst)
Umsatzerlöse	2.054.158	1.825.541
Aktivierete Eigenleistungen	75.142	83.617
Sonstige betriebliche Erträge	362.281	1.374.792
<b>Gesamtleistung</b>	<b>2.491.581</b>	<b>3.283.950</b>
Materialaufwand	1.412.792	1.488.507
Personalaufwand	1.035.671	1.198.789
Sonstige betriebliche Aufwendungen	459.459	1.072.411
<b>Operatives Ergebnis vor Abschreibungen</b>	<b>-416.341</b>	<b>-475.758</b>
Abschreibungen	58.822	82.868
<b>Operatives Ergebnis</b>	<b>-475.163</b>	<b>-558.626</b>
Finanzerträge	99	811
Finanzaufwendungen	0	32.903
<b>Finanzergebnis</b>	<b>99</b>	<b>-32.092</b>
<b>Ergebnis vor Steuern</b>	<b>-475.064</b>	<b>-590.718</b>
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	14.265	6.386
<b>Ergebnis nach Steuern fortzuführender Geschäftsbereich</b>	<b>-489.329</b>	<b>-597.104</b>
Ergebnis nach Steuern nicht fortgeführte Geschäftsbereiche	0	202.524
<b>Periodenergebnis</b>	<b>-489.329</b>	<b>-394.580</b>
<b>Ergebnis je Aktie</b>		
Ergebnis je Aktie unverwässert	-0,17	-0,14
Ergebnis je Aktie verwässert	-0,17	-0,14
<b>Ergebnis je Aktie fortzuführender Geschäftsbereich</b>		
Ergebnis je Aktie unverwässert	-0,17	-0,21
Ergebnis je Aktie verwässert	-0,17	-0,21

Konzern-Gesamtergebnisrechnung (in EUR)	Q1/2015	Q1/2014 (angepasst)
<b>Ergebnis nach Steuern</b>	<b>-489.329</b>	<b>-394.580</b>
Effekte, die künftig in die Gewinn- und Verlustrechnung reklassifiziert werden können:		
Unrealisierte Ergebnisse aus der Währungsumrechnung	-117.895	-84.556
<b>Sonstiges Ergebnis</b>	<b>-117.895</b>	<b>-84.556</b>
<b>Gesamtergebnis</b>	<b>-607.224</b>	<b>-479.136</b>

► Die Angaben unterliegen keiner prüferischen Durchsicht.

Bei der Verwendung von gerundeten Zahlen können aufgrund kaufmännischer Rundungen Differenzen auftreten.

# Konzernbilanz

in EUR

31.03.2015

31.12.2014

## AKTIVA

<b>Langfristige Vermögenswerte</b>	<b>661.666</b>	<b>650.071</b>
Sachanlagen	89.686	144.765
Immaterielle Vermögenswerte	568.027	501.854
Latente Steuern	3.953	3.452
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>	<b>2.785.984</b>	<b>3.484.598</b>
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	1.648.234	1.610.764
Sonstige Vermögenswerte	698.144	641.381
Steuerforderungen	27.757	28.729
Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten	411.849	1.203.724
<b>Summe Vermögenswerte</b>	<b>3.447.650</b>	<b>4.134.669</b>

## PASSIVA

<b>Eigenkapital</b>	<b>-2.256.569</b>	<b>-1.650.250</b>
Gezeichnetes Kapital	2.858.500	2.858.500
Kapitalrücklage	19.903.444	19.902.539
Gewinnrücklagen	-24.709.544	-24.220.215
Unterschiedsbetrag aus Währungsumrechnungen	-258.650	-140.755
Eigene Aktien	-50.319	-50.319
<b>Langfristige Schulden</b>	<b>73.628</b>	<b>64.828</b>
Rückstellungen	73.628	64.828
<b>Kurzfristige Schulden</b>	<b>5.630.591</b>	<b>5.720.091</b>
Erhaltene Anzahlungen	15.788	9.300
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2.668.744	2.520.603
Sonstige Verbindlichkeiten	841.929	771.153
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	1.658.705	2.395.870
Steuerschulden	37.366	23.165
Rückstellungen	408.059	0
<b>Summe Eigenkapital und Schulden</b>	<b>3.447.650</b>	<b>4.134.669</b>

> Die Angaben unterliegen keiner prüferischen Durchsicht.

Bei der Verwendung von gerundeten Zahlen können aufgrund kaufmännischer Rundungen Differenzen auftreten.

# Konzern-Kapitalflussrechnung

in EUR	Q1/2015	Q1/2014
<b>Ergebnis nach Steuern aus fortgeführten Geschäftsbereichen</b>	<b>-489.329</b>	<b>-597.103</b>
<b>Ergebnis nach Steuern aus nicht fortgeführten Geschäftsbereichen</b>	<b>0</b>	<b>202.523</b>
Abschreibungen	58.822	106.299
Erfolgswirksam erfasste Steuern	14.265	4.177
Erfolgswirksam erfasste Zinsen	-99	32.011
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge	-116.990	-1.288.389
<b>Cash-Earnings</b>	<b>-533.331</b>	<b>-1.540.482</b>
Gewinne aus Anlagenabgängen	-48.771	-171.291
Veränderungen Forderungen, Anzahlungen und sonstige Vermögenswerte	-93.261	883.285
Veränderungen Verbindlichkeiten, Anzahlungen und sonstige Schulden	-506.564	-620.615
Veränderungen Rückstellungen	416.859	79.105
Erhaltene Zinsen	-99	1.320
Gezahlte Zinsen	0	-5.304
<b>Operativer Cash-Flow</b>	<b>-765.167</b>	<b>-1.373.982</b>
Investitionen in Sachanlagen	-6.552	-13.340
Auszahlungen für Entwicklungskosten	-98.155	-96.154
Veräußerung von Sachanlagen	78.000	318.337
<b>Cash-Flow aus Investitionstätigkeit</b>	<b>-26.707</b>	<b>208.843</b>
Tilgung von Schulden aus Finanzierungsleasing	0	-3.098
Darlehensrückzahlung	0	-250.000
Darlehensaufnahme	0	1.474.704
<b>Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit</b>	<b>0</b>	<b>1.221.606</b>
<b>Nettozunahme/-abnahme</b>	<b>-791.875</b>	<b>56.468</b>
<b>Finanzmittelfonds zu Beginn der Berichtsperiode</b>	<b>1.203.724</b>	<b>531.087</b>
<b>Finanzmittelfonds zum Ende der Berichtsperiode</b>	<b>411.849</b>	<b>587.555</b>

› Die Angaben unterliegen keiner prüferischen Durchsicht.

Bei der Verwendung von gerundeten Zahlen können aufgrund kaufmännischer Rundungen Differenzen auftreten.

# Entwicklung des Konzern-Eigenkapitals

in EUR	Gezeichnetes Kapital	Kapital- rücklage	Gewinn- rücklagen	Unterschiedsbetrag aus Währungs- umrechnungen	Eigene Aktien	Gesamt
<b>per 01.01.2014</b>	<b>2.858.500</b>	<b>20.226.168</b>	<b>-27.781.828</b>	<b>69.085</b>	<b>-50.319</b>	<b>-4.678.394</b>
Ergebnis nach Steuern			-394.580			-394.580
Unterschiedsbetrag aus Währungsumrechnungen				-84.556		-84.556
<b>Gesamtergebnis</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>-394.580</b>	<b>-84.556</b>	<b>0</b>	<b>-479.136</b>
Aktienoptionsprogramm		14.576				14.576
<b>per 31.03.2014</b>	<b>2.858.500</b>	<b>20.240.744</b>	<b>-28.176.408</b>	<b>-15.471</b>	<b>-50.319</b>	<b>-5.142.954</b>
<b>per 01.01.2015</b>	<b>2.858.500</b>	<b>19.902.539</b>	<b>-24.220.215</b>	<b>-140.755</b>	<b>-50.319</b>	<b>-1.650.250</b>
Ergebnis nach Steuern			-489.329			-489.329
Unterschiedsbetrag aus Währungsumrechnungen				-117.895		-117.895
<b>Gesamtergebnis</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>-489.329</b>	<b>-117.895</b>	<b>0</b>	<b>-607.224</b>
Aktienoptionsprogramm		905				905
<b>per 31.03.2015</b>	<b>2.858.500</b>	<b>19.903.444</b>	<b>-24.709.544</b>	<b>-258.650</b>	<b>-50.319</b>	<b>-2.256.569</b>

» Es bestehen keine Anteile nicht beherrschender Gesellschafter

» Die Angaben unterliegen keiner prüferischen Durchsicht

Bei der Verwendung von gerundeten Zahlen können aufgrund kaufmännischer Rundungen Differenzen auftreten

# Konzernanhang

## 1. Allgemeine Informationen

Die YOC AG ist ein in Berlin, Greifswalder Str. 212, Deutschland, ansässiges Unternehmen, das als Anbieter für Mobile Advertising international tätig ist.

Die YOC AG ist unter der Kennnummer WKN 593273 / ISIN DE 0005932735 im Prime Standard der Frankfurter Wertpapierbörse gelistet.

## 2. Grundlagen der Aufstellung des Abschlusses und Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

### Grundlagen der Aufstellung des Abschlusses

Der Quartalsbericht der YOC AG zum 31. März 2015 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 der Vorschriften der am Abschlussstichtag gültigen und von der Europäischen Union (EU) anerkannten International Financial Reporting Standards (IFRS) des International Accounting Standards Board (IASB) sowie den vom IASB gebilligten Interpretationen des IFRS Interpretations Committee (IFRS IC).

Der verkürzte und ungeprüfte Konzernzwischenabschluss der YOC AG enthält nicht alle erforderlichen Angaben und Informationen, wie sie im Rahmen eines vollständigen Konzernabschlusses zum Geschäftsjahresende präsentiert werden. Es empfiehlt sich daher, den Zwischenbericht zusammen mit dem Konzernabschluss 2014 zu lesen.

### Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

In den ersten drei Monaten 2015 wurden sämtliche ab dem 01. Januar 2015 verpflichtend anzuwendenden Standards beachtet:

- **IFRIC 21 - Abgaben: Leitlinien zum Ansatz einer Schuld für eine Abgabe, die von einer Regierung, einer Regierungsbehörde oder ähnlichen Organen auferlegt wird** hat auf die Gesellschaft keine Auswirkungen. Die Interpretation ist erstmalig anzuwenden auf Geschäftsjahre, die am oder nach dem 17. Juni 2014 beginnen. Es gibt keinen Anwendungsfall für die YOC AG.
- **Verbesserungen zu IFRS (2011-2013)**  
Bei den Verbesserungen handelt es sich um einen Sammelstandard, der Änderungen in diversen IFRS zum Gegenstand hat. Die Verbesserungen sind erstmalig auf Geschäftsjahre anzuwenden, die am oder nach dem 01. Juli 2014 beginnen. Für die YOC AG ergeben sich keine Änderungen.



- **Änderung von IAS 19 - Beiträge von Arbeitnehmern**

Die Änderung ist erstmals auf Geschäftsjahre anzuwenden, die am oder nach dem 01. Juli 2014 beginnen. Die Änderung regelt die Erfassung von Beiträgen von Arbeitnehmern oder Dritten zum Pensionsplan als Reduktion des Dienstzeitaufwands. Sie hat keine Auswirkungen auf den Abschluss der YOC AG.

Zusammengefasst haben die im Geschäftsjahr 2015 erstmalig anzuwendenden Rechnungslegungsnormen keinen Einfluss auf die Darstellung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage im Konzernzwischenabschluss.

### 3. Angaben zu wesentlichen Entwicklungen der Bilanz und der Konzerngesamterfolgsrechnung

#### Sonstige Angaben zu Finanzinstrumenten

Die nachfolgende Tabelle zeigt die Buchwerte, die beizulegenden Zeitwerte, die Kategorisierung gemäß IAS 39 sowie die Fair Value-Hierarchie der im Konzernzwischenabschluss erfassten finanziellen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten:

31.03.2015 (in TEUR)	Buchwert	beizulegender Zeitwert	Bewertungs- kategorie gem. IAS 39 <sup>1)</sup>	Fair Value Hierarchie
<b>Finanzielle Vermögenswerte</b>				
Zahlungsmittel	412	412	LaR	n/a
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	1.648	1.648	LaR	n/a
Sonstige Vermögenswerte	698	698	LaR	n/a
<b>Finanzielle Verbindlichkeiten</b>				
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2.669	2.669	FLAC	n/a
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	1.659	1.659	FLAC	n/a

31.12.2014 (in TEUR)	Buchwert	beizulegender Zeitwert	Bewertungs- kategorie gem. IAS 39 <sup>1)</sup>	Fair Value Hierarchie
<b>Finanzielle Vermögenswerte</b>				
Zahlungsmittel	1.204	1.204	LaR	n/a
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	1.611	1.611	LaR	n/a
Sonstige Vermögenswerte	641	641	LaR	n/a
<b>Finanzielle Verbindlichkeiten</b>				
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2.521	2.521	FLAC	n/a
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	2.396	2.396	FLAC	n/a
davon aus Finanzierungs-Leasingverhältnissen	3	3	FLAC	Stufe 2

- 1) AfS: zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte (available for sale financial assets);  
LaR: Kredite und Forderungen (loans and receivables);  
FLAC: zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertete finanzielle Verbindlichkeiten (other financial liabilities measured at amortized cost);

Die Buchwerte von Zahlungsmitteln, Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, kurzfristigen sonstigen Vermögenswerten und sonstigen kurzfristigen finanziellen Verbindlichkeiten entsprechen hauptsächlich aufgrund der kurzen Laufzeiten dieser Instrumente nahezu ihren beizulegenden Zeitwerten. Aus Wesentlichkeitsgründen wird der Zeitwert für diese kurzfristigen Bilanzposten dem Bilanzwert gleichgesetzt.

### Umsatzerlöse

Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum konnte der YOC-Konzern die Umsatzerlöse um 13 % steigern. In der Region D-A-CH stiegen die Umsätze um 35 % auf 1.189 TEUR (Q1/2014: 878 TEUR). Im restlichen Europa sanken die Umsätze um 9 % auf 865 TEUR (Q1/2014: 947 TEUR).

### Sonstige betriebliche Erträge

In den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres 2015 sind die sonstigen betrieblichen Erträge durch den Verkauf von Betriebs- und Geschäftsausstattung in Höhe von 49 TEUR beeinflusst. Im Vergleichszeitraum des Vorjahres wurde ein Sanierungsgewinn in Höhe von 900 TEUR ertragswirksam realisiert.

### Sonstige betriebliche Aufwendungen

Im ersten Quartal 2015 sanken die sonstigen betrieblichen Aufwendungen von 1.072 TEUR um 613 TEUR auf 459 TEUR. Die im Rahmen der Restrukturierung umgesetzten Maßnahmen wirken vollumfänglich. Die Reduktion der sonstigen betrieblichen Aufwendungen basiert hauptsächlich auf drei Faktoren:

- Insbesondere Einsparungen bei Mietkosten trugen zum Rückgang der Kosten des Geschäftsbetriebs in Höhe von insgesamt 166 TEUR auf 168 TEUR (-50 %) im Vergleich zum Vorjahreszeitraum bei.
- Rechts- und Beratungskosten sowie Kosten der Buchführung und Jahresabschlussprüfungskosten sanken im Vergleich zum Vorjahresquartal insgesamt um 170 TEUR auf 60 TEUR (-74 %).
- Im Vergleichszeitraum des Vorjahres verzeichnete die Gesellschaft Aufwendungen im Rahmen der Restrukturierung in Höhe von 96 TEUR. Diese entfielen im aktuellen Berichtszeitraum.

### Operatives Ergebnis vor Abschreibungen und Steuern (EBITDA)

Unter Berücksichtigung der genannten Effekte stieg das EBITDA leicht um 60 TEUR auf -416 TEUR (Q1/2014: -476 TEUR).

Wird der im Vorjahreszeitraum erzielte Saldo aus Sanierungserträgen und -aufwendungen in Höhe von 804 TEUR außer Betracht gelassen, verzeichnete die Gesellschaft im ersten Quartal 2015 eine signifikante Steigerung der operativen Ergebnisse um insgesamt 864 TEUR im Vergleich zum Vorjahreszeitraum.

## 4. Segmentberichterstattung

Die Segmentberichterstattung erfolgt auf Grundlage der internen Managementstruktur. Der Konzern gliedert sich demnach in folgende berichtspflichtige Geschäftssegmente:

1. Region D-A-CH (Deutschland, Österreich und Schweiz)
2. Region restliches Europa

Zur Bildung der vorstehenden berichtspflichtigen Geschäftssegmente werden die Geschäftssegmente Deutschland und Österreich (inklusive Schweiz) im Segment D-A-CH sowie Großbritannien, Spanien und Frankreich im Segment Restliches Europa zusammengefasst, da sie vergleichbare wirtschaftliche Merkmale aufweisen und auch hinsichtlich ihrer Produkte, Dienstleistungen, Kunden, Prozesse und Vertriebsmethoden vergleichbar sind.

Die Corporate Functions beinhalten Erträge und Aufwendungen, die in der Muttergesellschaft anfallen und keinem Geschäftssegment direkt zuordenbar sind.

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

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

Segmentberichterstattung (in TEUR)	D-A-CH	Restliches Europa	Corporate Functions	Konsolidierung	YOC-Gruppe
<b>01.01.2015 - 31.03.2015</b>					
Umsatz	1.189	865			2.054
Innenumsatz	125	0		-125	0
<b>Gesamtumsatz</b>	<b>1.314</b>	<b>865</b>		<b>-125</b>	<b>2.054</b>
Aktiviert Eigenleistungen	75	0			75
Sonstiger betr. Ertrag	346	16			362
<b>Gesamtleistung</b>	<b>1.610</b>	<b>881</b>			<b>2.492</b>
Materialaufwand	722	691			1.413
Personalaufwand	465	324	247		1.036
Sonstiger betr. Aufwand	131	144	184		459
<b>EBITDA</b>	<b>292</b>	<b>-278</b>	<b>-431</b>		<b>-416</b>

<b>01.01.2014 - 31.03.2014</b>					
Umsatz	878	947			1.825
Innenumsatz	122	0		-122	0
<b>Gesamtumsatz</b>	<b>1.000</b>	<b>947</b>		<b>-122</b>	<b>1.825</b>
Aktiviert Eigenleistungen	84	0			84
Sonstiger betr. Ertrag	440	108	827		1.375
<b>Gesamtleistung</b>	<b>1.402</b>	<b>1.055</b>	<b>827</b>		<b>3.284</b>
Materialaufwand	771	718			1.489
Personalaufwand	573	388	238		1.199
Sonstiger betr. Aufwand	261	365	446		1.072
<b>EBITDA</b>	<b>-203</b>	<b>-416</b>	<b>143</b>		<b>-476</b>

Die operativen Ergebnisse der einzelnen Segmente sind aufgrund verbesserter Rotertragsmargen sowie der konsequent umgesetzten Einsparungen auf der Kostenseite sowohl in der Region D-A-CH als auch im restlichen Europa deutlich verbessert.

Die Rotertragsmarge stieg in der Region D-A-CH deutlich auf 39 %. Im restlichen Europa wirkten insbesondere Kostenminimierungen ergebnisverbessernd, so dass ein Anstieg des EBITDA um 138 TEUR erzielt werden konnte.

Insgesamt zeigt sich das EBITDA im Vergleich zum Vorjahr um 60 TEUR verbessert. Im Vorjahreszeitraum sind jedoch Einmaleffekte in den sonstigen betrieblichen Erträgen in Höhe von 827 TEUR im Bereich der Corporate Functions enthalten.

Zum 31. März 2015 betragen die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen in der Region D-A-CH 682 TEUR (Q1/2014: 484 TEUR) sowie 962 TEUR (Q1/2014: 1.705 TEUR) im restlichen Europa.

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

Überleitungsrechnung (in TEUR)	Q1/2015	Q1/2014
<b>EBITDA</b>	<b>-416</b>	<b>-476</b>
Abschreibungen	-59	-83
Finanzergebnis	0	-32
<b>Ergebnis vor Steuern</b>	<b>-475</b>	<b>-591</b>
Steuern	-14	-6
Ergebnis aus nicht fortgeführten Geschäftsbereichen	0	202
<b>Ergebnis nach Steuern</b>	<b>-489</b>	<b>-395</b>

## 5. Cash-Flow Rechnung

Zum Stichtag beliefen sich die liquiden Mittel der YOC-Gruppe auf 0,4 Mio. Euro. Die Liquiditätsabnahme betrug somit 0,8 Mio. Euro im Vergleich zum 31. Dezember 2014.

Der operative Cash-Flow belief sich im ersten Quartal 2015 auf -0,8 Mio. EUR (Vorjahr: -1,4 Mio. EUR).

Der Cash-Flow aus Investitionstätigkeiten in den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres ist nahezu ausgeglichen.

Insgesamt wurden 0,1 Mio. EUR in interne Entwicklungskosten im Zusammenhang mit der Weiterentwicklung technologischer Plattformen und neuer Produkte investiert.

Aus dem Verkauf von Betriebs- und Geschäftsausstattung an den in 2014 veräußerten Geschäftsbereich Affiliate Marketing konnten 0,1 Mio. EUR Erlöst werden.

Sämtliche an die Gesellschaft ausgereichten Darlehen wurden in 2014 abgelöst. Folglich wurde im ersten Quartal 2015 kein Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeiten verzeichnet.

## **6. Haftungsverhältnisse, Eventualverbindlichkeiten und Ähnliches**

Unverändert zum Konzernabschluss vom 31. Dezember 2014 liegen keine Haftungsverhältnisse, Eventualverbindlichkeiten oder Ähnliches vor.

## **7. Angaben zu Beziehungen zu nahe stehenden Unternehmen und Personen**

Im Berichtszeitraum fanden keine wesentlichen Geschäftsvorfälle mit nahe stehenden Unternehmen und Personen statt.

## **8. Ereignisse nach der Zwischenberichtsperiode**

Am 22. April 2015 beschlossen Vorstand und Aufsichtsrat der YOC AG eine Kapitalerhöhung aus dem genehmigten Kapital gegen Bareinlagen im Umfang von 253.973 neuen Aktien unter Ausschluss des Bezugsrechts der bestehenden Aktionäre. Mit einem Ausgabepreis von 3,15 EUR je Aktie erzielte die Gesellschaft einen Bruttoemissionserlös in Höhe von 0,8 Mio. EUR.

Darüber hinaus vereinbarte die Gesellschaft eine begleitende Darlehensaufnahme in Höhe von 0,3 Mio. EUR zu marktüblichen Konditionen und mit einer Laufzeit bis Mitte 2017.

Beide Maßnahmen dienen der Stärkung des Eigenkapitals und sollen der weiteren Geschäftsentwicklung, insbesondere durch die Entwicklung neuer Produkte, Aufschwung verleihen.

Bis zum Zeitpunkt der Veröffentlichung des Konzernzwischenabschlusses haben sich keine weiteren wesentlichen Ereignisse nach dem 31. März 2015 ergeben.

# YOC Adressen

## Berlin (Hauptsitz)

YOC AG  
YOC Mobile Advertising GmbH

Greifswalder Straße 212  
10405 Berlin  
Deutschland

T +49 (0) 30 72 61 62 - 0  
F +49 (0) 30 72 61 62 - 222

## London

YOC Mobile Advertising Ltd.

Morelands Buildings, 17-21 Old Street  
3<sup>rd</sup> Floor, Block D  
London, EC1V 9HL, UK

T +44 (0) 20 71 99 61 60

## Paris

YOC France SAS

33 Rue du Docteur Roux  
75015 Paris  
Frankreich

T +33 (1) 43 06 33 34

## Madrid

YOC Spain S.L.

Orense, 20, 1<sup>a</sup> Planta, Oficina 4  
28020 Madrid  
Spanien

T +34 (0) 91 392 41 87

## Wien

YOC Central Eastern Europe GmbH

Neubaugasse 10/2/17  
1070 Wien  
Österreich

T +43 (0) 1 522 5006 - 0  
F +43 (0) 1 522 5006 - 116

# Finanzkalender

**25. August 2015**

Ordentliche Hauptversammlung

**27. August 2015**

Veröffentlichung des Berichts zum 2. Quartal 2015

**26. November 2015**

Veröffentlichung des Berichts zum 3. Quartal 2015

# Impressum

## Herausgeber

YOC AG  
Greifswalder Str. 212  
10405 Berlin  
T +49 (0) 30 72 61 62 - 0  
F +49 (0) 30 72 61 62 - 222  
[info@yoc.com](mailto:info@yoc.com)

## Gesamtkonzept und Redaktion

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

[www.yoc.com](http://www.yoc.com)