

BERICHT ZUM DRITTEN QUARTAL 2016 **YOC AG**



**MOBILE
ADVERTISING**

INHALT

	SEITE
Brief an die Aktionäre	02
YOC im Überblick	04
Konzernzwischenlagebericht	05
Konzernzwischenabschluss	12
YOC Standorte	26
Finanzkalender	27
Impressum	28

Brief an die Aktionäre

Sehr verehrte 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 nimmt spürbar zu. Die Menschen individuell, profilbasiert, kreativ und unabhängig von Zeit und Raum auf ihrem elektronischen Begleiter zu erreichen und mit ihnen zu interagieren, ist die Vision, die uns selbst und unsere Branche seit jeher antreibt.

Im dritten Quartal konnten wir die Umsatzerlöse um 25 % auf 2,73 Mio. EUR (Q3/2015: 2,18 Mio. EUR) steigern. Damit einhergehend verzeichnet die YOC-Gruppe ein Umsatzwachstum in Höhe von 22 % auf 7,98 Mio. EUR (9M/2015: 6,54 Mio. EUR) per 30. September 2016. In Konsequenz stieg der Umsatz je Mitarbeiter im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 24 % auf 151 TEUR (9M/2015: 121 TEUR) an. Diese insgesamt positive Entwicklung ist auf den zunehmenden Einsatz unserer eigenentwickelten Mobile Advertising Produkte zurückzuführen.

In den ersten neun Monaten des laufenden Geschäftsjahres entwickelte sich insbesondere die spanische Tochtergesellschaft mit einer Umsatzsteigerung in Höhe von 94 % auf einem gleichbleibend hohen Niveau vor dem Heimatmarkt Deutschland mit einer Steigerung in Höhe von 34 % und Österreich in Höhe von 20 %. Auch der für die YOC-Gruppe neue Markt Polen erzielt zunehmend wachsende Umsatzbeiträge. Noch nicht zufriedenstellend verlief die Geschäftsentwicklung in Großbritannien im bisherigen Geschäftsjahr. Allerdings beginnen hier die getroffenen Personalmaßnahmen sowie die konsequente Einführung programmatischer Produkte Wirkung zu entfalten, sodass wir im laufenden vierten Quartal einen beachtenswerten Fortschritt registrieren können. Dies freut uns besonders, da somit nicht nur alle Länder, in denen YOC aktiv ist, wieder wachsen, sondern auch deshalb, weil der britische Standort wegen seiner Vorreiterrolle im internationalen Mobile Advertising-Markt für die YOC-Gruppe eine besondere Bedeutung hat.

Zum 30. September 2016 beträgt das operative Ergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) -1,30 Mio. EUR (9M/2015: -1,03 Mio. EUR). Bei Berücksichtigung von positiven Sondereffekten des Vorjahres stellt dies eine Verbesserung in Höhe von 0,64 Mio. EUR (+32,0 %) gegenüber dem Vorjahr dar.

Durch unsere neu eingeführten Produkte beziehungsweise Produktversionen sind wir im laufenden Geschäftsjahr entsprechend unserer strategischen Vorgabe spürbar vorangekommen. Die Gesellschaft bietet ihren Publisher-Partnern als auch den Werbetreibenden verstärkt produktbasierte Mehrwerte. Seit dem dritten Quartal 2016 ist die YOC-Gruppe in der Lage, ihre selbst entwickelten mobilen Werbeformate wie das YOC Understitial Ad, das YOC Mystery Ad sowie das YOC Inline Video Ad zusätzlich über den Handel in programmatischen Plattformen automatisiert auszuliefern.

Die Formierung als produktbasierter Mobile Advertising Anbieter, der sowohl über programmatische Kanäle im Rahmen von privaten Marktplätzen sowie über den klassischen Direktvertrieb eine optimale Monetarisierung für seine Publisher-Partner realisiert, führt zu einer strategisch nachhaltigeren Marktpositionierung. Infolge dessen führte dies zu einem weiteren Anstieg der Rohertragsmarge auf 35 % (9M/2015: 33 %, 9M/2014: 30 %).

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre, für das gesamte Geschäftsjahr 2016 erwarten wir einen Anstieg des Umsatzes in Höhe von bis zu 20 %. Parallel dazu werden wir die Kostenstruktur auf dem Vorjahreswert halten, sodass sich die Ertragslage der YOC-Gruppe weiter verbessern wird. Diese Tendenz wird sich auch im kommenden Geschäftsjahr 2017 fortsetzen.

Wir danken Ihnen herzlich für Ihr Vertrauen und freuen uns auf die weitere Zusammenarbeit.

Mit den besten Grüßen,



Dirk-Hilmar Kraus

Vorstand YOC AG

YOC im Überblick

Mobile Advertising (in TEUR)	9M/2016	9M/2015	Veränderung absolut	Veränderung in %
Umsatz und Ergebnis				
Umsatz gesamt	7.984	6.545	1.439	22
Mittel- und Osteuropa ¹⁾	5.633	4.056	1.576	39
Restliches Europa ²⁾	2.351	2.488	-137	-6
Rohertragsmarge (in %)	35,1	33,5	2	5
Gesamtleistung	8.420	7.964	456	6
EBITDA	-1.299	-1.031 ³⁾	-268	26
EBITDA-Marge (in %)	-15	-13	k.A.	k.A.
Ergebnis nach Steuern	-1.683	-1.289	-395	31
Ergebnis je Aktie verwässert in Euro	-0,51	-0,41	-0,10	24
Ergebnis je Aktie unverwässert in Euro	-0,51	-0,41	-0,10	24
Mitarbeiter				
Durchschnittliche Anzahl Mitarbeiter ⁴⁾	53	54	-1	-2
Mitarbeiterzahl zum 30. September	49	54	-5	-9
Umsatz je Mitarbeiter (in TEUR)	151	121	29	24
Gesamtleistung je Mitarbeiter (in TEUR)	159	147	11	8
Bilanz und Kapitalflussrechnung				
Bilanzsumme	3.607	3.868 ⁵⁾	-261	-7
Operativer Cash-Flow	-1.227	-1.580	353	-22

¹⁾ D-A-CH und Polen

²⁾ Spanien und Vereinigtes Königreich

³⁾ Beinhaltet einmalige nicht-operative Sondereffekte in Höhe von 907 TEUR

⁴⁾ Auf Basis der festgestellten Mitarbeiter

⁵⁾ Zum 31.12.2015

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

Konzernzwischenlagebericht

(ungeprüft)

Geschäftsentwicklung der YOC-Gruppe in den ersten neun Monaten 2016

Kennzahlenübersicht

In den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2016 verzeichnete die YOC-Gruppe einen Gesamtumsatz in Höhe von 7.984 TEUR (9M/2015: 6.545 TEUR). Dies entspricht einem Anstieg in Höhe von 22,0 % im Vergleich zum Vorjahreszeitraum.

Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum führte das Vorantreiben von rohertragsstärkeren Produktinnovationen zu einem Anstieg der Rohertragsmarge auf 35,1 % (9M/2015: 33,5 %). Diese Entwicklung unterstreicht die Repositionierung des Unternehmens als produktbasierten Anbieter im Mobile Advertising und stellt einen wichtigen Baustein für eine nachhaltige positive Unternehmensentwicklung dar.

Das operative Ergebnis der YOC-Gruppe vor Abschreibungen lag in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2016 bei -1.299 TEUR (9M/2015: -1.031 TEUR). Bei Berücksichtigung von positiven Sondereffekten des Vorjahres stellt dies eine Verbesserung in Höhe von 639 TEUR (+32,0 %) gegenüber dem Vorjahr dar.

Der operative Cash-Flow belief sich in der Berichtsperiode auf -1.227 TEUR (9M/2015: -1.580 TEUR).

Leistungsspektrum

YOC ist einer der führenden unabhängigen Mobile Premium Advertising Anbieter in Europa und greift auf eine seit 2001 gewachsene Expertise in diesem Geschäftsfeld zurück. Mit einer verfügbaren Reichweite von mehreren Mrd. Ad Impressions im Monat erreichen wir rund 100 Millionen mobile Internetnutzer weltweit. YOC arbeitet mit über 400 ausgewählten internationalen Premium-Publishern zusammen, darunter Shazam, The Telegraph, krone.at, Tagesspiegel oder Eurosport. Sie vertrauen dem Unternehmen aufgrund seiner Produkt-, Technologie- und Vermarktungskompetenz sowie einer über Jahre gewachsenen erfolgreichen Zusammenarbeit mit YOC. Mit exklusiven Geschäftsbeziehungen zu Vermarktungspartnern und Werbekunden, neuen erfolgreichen Produkten und skalierenden Inhouse-Technologien hat sich YOC zu einem innovativen Anbieter für Mobile Advertising entwickelt. Unser Fokus liegt auf dem strategischen Ausbau der Position als Spezialist für Mobile Advertising in den Kernmärkten Großbritannien, Deutschland, Österreich und Spanien sowie in der im Februar 2016 hinzugekommenen Region Polen.

Premium Monetarisierung für Publisher

Für App und Mobile Internet Publisher aus allen Sparten bietet YOC direkten Zugang zu allen relevanten Media-Agenturen, Trading Desks und Direktkunden. In Kombination mit modernsten Advertising-Technologien setzen wir auf ganzheitliche Monetarisierungsstrategien für unsere Mediapartner und stellen somit das nachhaltige Wachstum ihrer durch YOC generierten Reichweite und Werbeeinnahmen sicher.

Das Produkt YOC Mediation ermöglicht für unsere Publisher eine hohe und gleichmäßige Auslastung sowie effektive Tausenderkontaktpreise über dem Marktdurchschnitt.

Mit dem inhouse entwickelten YOC Hub hat YOC ein Reporting- und Analyse-Werkzeug speziell für seine Publisher entwickelt. Die Mediapartner besitzen damit die Möglichkeit, die Vermarktungsaktivitäten von YOC auf einen Blick auszuwerten und zu verwalten.

Mobile Premium Advertising für Werbetreibende

Unsere Werbekunden (Advertiser) profitieren von exklusiven Werbemöglichkeiten bei Premium-Publishern. Die von YOC intern entwickelten und prämierten Mobile Werbeformate (Ad Formats) bieten darüber hinaus eine hohe kreative Branding-Wirkung. Das YOC Mystery Ad wurde 2012 mit dem Cannes Lion Gold Award in der Kategorie Mobile ausgezeichnet und konsequent auf die Bedürfnisse der Werbekunden weiterentwickelt. Im Geschäftsjahr 2015 haben wir mit dem YOC Understitial Ad ein neues kreatives und wandelbares Werbeformat entwickelt, das erstmalig die Nutzerfreundlichkeit von großflächiger Werbung verbessert. Das YOC Understitial Ad regt durch die Kombination mit Bildern, Videos oder HTML5-Inhalten (z. B. interaktive Elemente) den mobilen Internetnutzer an, sich aktiv mit einer Marke oder einem Produkt zu beschäftigen, ohne aufdringlich zu sein. Das aktuell in den Markt eingeführte YOC Inline Video Ad ist ein weiteres Beispiel für die neue, interaktiv getriebene Generation von YOC Werbeformaten. Wie das YOC Understitial Ad kann das YOC Inline Video Ad nach dem neuesten Standard der digitalen Mediabranche – der sogenannten Viewability – abgerechnet werden. Dies bezeichnet die Abrechnung je nach Sichtbarkeit der Mobilien Werbung.

Im stetig wachsenden Marktsegment der mobilen Zielgruppenansprache (z. B. Audience Targeting, Re-Engagement, Cross Device Tracking) bietet YOC für Werbetreibende zudem die ideale Auswahl an Targeting-Technologien und -Daten, um die anvisierte Zielgruppe bestmöglich zu erreichen.

Mobile Programmatic Advertising

Der immer stärker werdende programmatische Mediahandel ist in der Unternehmensvision von YOC verankert und wird immer öfter eingesetzt, um Kampagnenziele der Advertiser zu erreichen und zusätzliche Erlösquellen für Publisher zu öffnen.

Mit seinen Trading Desk-Produkten erreicht YOC für seine Werbekunden über leistungsfähige Demand-Side-Plattformen (DSP) eine signifikante Reichweite an mobilen Internetnutzern.

Mit unserem Full-Service-Ansatz ist YOC ein verlässlicher Partner, der auch in diesem Bereich größtmögliche Sicherheit und Qualität bei der Auslieferung von Kampagnen gewährleistet.

Ein besonderer Baustein der programmatischen Monetarisierung ist das Einrichten und Optimieren von exklusiven Private Market Places (PMP) durch YOC. Hierbei handelt es sich um Marktplätze, auf denen Premium-Publisher ihre Werbeflächen nur einer ausgewählten Gruppe von Advertisern zur Verfügung stellen, die die Werbeflächen eigenständig und programmatisch belegen. Diese Werbepplätze werden dann in Echtzeit gehandelt. Durch die Automatisierung der Werbeauslieferung und die festgelegten Konditionen bietet dieses Verfahren eine effiziente Abwicklung von Kampagnenbuchungen bei kompletter Transparenz über das angebotene Inventar.

Mobile Performance Marketing

YOC hat sein Portfolio kontinuierlich erweitert und baut sein Geschäftsfeld seit Anfang dieses Jahres neben Branding Advertising auch auf der Ebene des Performance Advertising aus. In diesem Bereich aggregiert YOC eine Vielzahl von leistungsfähigen Inventar-Quellen – von direkten Publishern bis hin zu internationalen Performance-Netzwerken – um für nationale wie internationale Werbekunden wie Deutsche Bahn, Trainline, L'Oréal, vente-privée, Scout24-Gruppe, UCWeb Inc., Amazon etc. mobile Werbekampagnen mit leistungsbasierter Abrechnung erfolgreich umzusetzen.

Für die wachsende Bedeutung des mobilen Handels bietet YOC individuelle Mobile Performance-Produkte, um neue App-Nutzer zu gewinnen oder die bestehende Nutzerbasis einer Applikation zu optimieren und Kundenbindung über die mobile Applikation zu ermöglichen. Je nach Ziel des Kunden werden die Anzahl der zahlenden Kunden erhöht oder inaktive Nutzer wieder aktiviert.

Vermögens-, Finanz- und Ertragslage

Ertragslage

Umsatzentwicklung und Gesamtleistung

In den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2016 verzeichnete die YOC-Gruppe einen Gesamtumsatz in Höhe von 7.984 TEUR (9M/2015: 6.545 TEUR). Dies entspricht einem Anstieg in Höhe von 22,0 % im Vergleich zum Vorjahr.

Die Gesamtleistung des Konzerns lag bei 8.420 TEUR (9M/2015: 7.964 TEUR).

Für diesen Zeitraum betragen die sonstigen betrieblichen Erträge 311 TEUR und liegen somit 918 TEUR unter dem Vorjahreswert (9M/2015: 1.229 TEUR). Dies ist im Wesentlichen auf die im Vorjahr verzeichneten positiven Sondereffekte (Erträge aus einem außergerichtlichen Vergleich in Höhe von 750 TEUR, Ausbuchung verjährter Verbindlichkeiten in Höhe von 192 TEUR (9M/2016: 60 TEUR), Weiterbelastungen an die in 2014 veräußerte belboon GmbH in Höhe von 45 TEUR (9M/2016: 1 TEUR) und dem Verkauf nicht betriebsnotwendigen Anlagevermögens in Höhe von 51 TEUR (9M/2016: 7 TEUR) zurückzuführen.

Rohrertrag

Da der Materialaufwand im Vergleich zur Umsatzentwicklung leicht unterproportional um 19,0 % auf 5.181 TEUR (9M/2015: 4.355 TEUR) anstieg, konnte in Konsequenz dessen die Rohertragsmarge in den ersten neun Monaten 2016 von 33,5 % im Vergleichszeitraum auf 35,1 % gesteigert werden.

Personalaufwand und Personalentwicklung

In den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2016 lag der durchschnittliche Personalbestand bei 53 Mitarbeitern (9M/2015: 54 Mitarbeiter). Der Personalaufwand lag mit 2.988 TEUR leicht unterhalb des Vorjahreswertes (9M/2015: 3.013 TEUR).

Der Umsatz je Mitarbeiter stieg im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 24,3 % auf 151 TEUR (9M/2015: 121 TEUR) an.

Sonstige betriebliche Aufwendungen

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen lagen bei 1.549 TEUR und damit unterhalb des Vorjahresniveaus (9M/2015: 1.627 TEUR).

Die Relation der sonstigen betrieblichen Aufwendungen zur Gesamtleistung verbesserte sich von 20,4 % auf 18,4 %.

EBITDA

Das operative Ergebnis der YOC-Gruppe vor Abschreibungen lag in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2016 bei -1.299 TEUR (9M/2015: -1.031 TEUR).

Bereinigt um die positiven Sondereffekte des Vorjahres in Höhe von insgesamt 907 TEUR (Nettoerträge aus einem außergerichtlichen Vergleich in Höhe von 687 TEUR, Ausbuchung von verjährten Verbindlichkeiten in Höhe von 192 TEUR (9M/2016: 60 TEUR), Weiterbelastungen an die in 2014 veräußerte belboon GmbH in Höhe von 45 TEUR (9M/2016: 1 TEUR) sowie dem Verkauf nicht betriebsnotwendigen Anlagevermögens in Höhe von 51 TEUR (9M/2016: 7 TEUR), die in den sonstigen betrieblichen Erträgen abgebildet sind, verbesserte sich das EBITDA um 639 TEUR im Vergleich zum Vorjahr (9M/2015: 1.938 TEUR).

Ursächlich hierfür sind insbesondere das Umsatzwachstum von 22 %, der Anstieg der Rohertragsmarge von zwei Prozentpunkten sowie eine weiter steigende Kosteneffizienz.

Ergebnis nach Steuern

Das Konzernergebnis nach Steuern beträgt 1.683 TEUR (9M/2015: -1.513 TEUR).

Finanz- und Vermögenslage

Zum 30. September 2016 beliefen sich die liquiden Mittel der YOC-Gruppe auf 455 TEUR.

Der operative Cash-Flow konnte weiter verbessert werden und belief sich im Berichtszeitraum auf -1.227 TEUR (9M/2015: -1.580 TEUR).

Der Cash-Flow aus Investitionstätigkeiten beläuft sich in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2016 auf -160 TEUR (9M/2015: -190 TEUR) und bewegt sich somit ungefähr auf Vorjahresniveau.

Insgesamt wurden interne Entwicklungskosten in Höhe von 125 TEUR im Zusammenhang mit der Weiterentwicklung technologischer Plattformen und neuer Produkte investiert.

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 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

Aufgrund der an die Erfordernisse der Branche angepassten Marktpositionierung sowie der kontinuierlichen Fokussierung auf das Entwickeln neuer Produkte (effektive Mobile Advertising Werbeformate mit Targeting) ist mittelfristig von einem beständigen Wachstum auszugehen. Die positiven wirtschaftlichen Rahmenbedingungen 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 Marktpositionierung führen. Mit dem Ausbau dieses Bereiches werden weitere 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 sowie die Automatisierung interner Prozesse sind Bestandteil der Unternehmensstrategie, um die begonnene Entwicklung zu stärken und auszubauen.

Nach einem Umsatzwachstum von 22,0 % in den ersten neun Monaten 2016 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum liegt das Augenmerk des Vorstands insbesondere auf der Stabilisierung beziehungsweise der Neupositionierung der Geschäftsaktivitäten der Gesellschaft in Großbritannien. Aufgrund der dortigen nicht zufriedenstellenden Entwicklung wurde die Neuorganisation der Gesellschaft vorangetrieben und mit der Neubesetzung von Schlüsselpositionen und der Verabschiedung einer an die britischen Marktgegebenheiten angepassten Strategie abgeschlossen. Die Erwartungen für das laufende vierte Quartal 2016 sind optimistisch.

In den Märkten Deutschland, Österreich und Spanien konnten die gesteckten Ziele erreicht beziehungsweise übertroffen werden.

Bereits im laufenden vierten Quartal 2016 zeichnet sich ein weiteres deutliches Umsatzwachstum im Vergleich zum Vorjahreszeitraum in Höhe von voraussichtlich 15 % bis 20 % ab.

Insgesamt rechnet die YOC-Gruppe für das Geschäftsjahr 2016 mit wachsenden Umsatzerlösen im Bereich von bis zu 20 % bei einer gleichsam konstanten Kostenstruktur im Vergleich zum Vorjahr. Aufgrund der verstärkten Ausrichtung auf eigenentwickelte Produkte erzielt die Gesellschaft parallel eine weitere Verbesserung der Rohertragsmarge um zwei Prozentpunkte, so dass sich eine verbesserte operative Ertragslage im laufenden Geschäftsjahr ergeben wird. Mittelfristig wird der Break-Even angestrebt.

Der Vorstand kalkuliert für das Geschäftsjahr 2016 insgesamt noch mit einem negativen operativen Cash-Flow.

Konzernzwischenabschluss

(ungeprüft)

Konzerngesamterfolgsrechnung

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung (in EUR)	Q3/2016	Q3/2015 (angepasst) ¹⁾
Umsatzerlöse	2.727.433	2.186.690
Aktivierete Eigenleistungen	35.683	52.354
Sonstige betriebliche Erträge	87.922	731.141
Gesamtleistung	2.851.038	2.970.185
Materialaufwand	1.765.143	1.438.584
Personalaufwand	1.062.903	1.041.347
Sonstige betriebliche Aufwendungen	605.974	652.020
Operatives Ergebnis vor Abschreibungen	-582.982	-161.766
Abschreibungen	79.256	81.876
Wertminderungen	16.838	0
Operatives Ergebnis	-679.076	-243.642
Finanzerträge	0	0
Finanzaufwendungen	15.734	4.537
Finanzergebnis	-15.734	-4.537
Ergebnis vor Steuern	-694.810	-248.179
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	1.483	-5.961
Ergebnis nach Steuern fortzuführender Geschäftsbereich	-696.293	-242.218
Ergebnis nach Steuern nicht fortgeführte Geschäftsbereiche	0	-100.493
Periodenergebnis	-696.293	-342.711
Ergebnis je Aktie		
Ergebnis je Aktie unverwässert	-0,21	-0,11
Ergebnis je Aktie verwässert	-0,21	-0,11
Ergebnis je Aktie fortzuführender Geschäftsbereich		
Ergebnis je Aktie unverwässert	-0,21	-0,08
Ergebnis je Aktie verwässert	-0,21	-0,08

Konzern-Gesamtergebnisrechnung (in EUR)	Q3/2016	Q3/2015
Ergebnis nach Steuern	-696.293	-342.711
Effekte, die künftig in die Gewinn- und Verlustrechnung reklassifiziert werden können:		
Unrealisierte Ergebnisse aus der Währungsumrechnung	44.799	102.288
Sonstiges Ergebnis	44.799	102.288
Gesamtergebnis	-651.494	-240.423

¹⁾ Fortgeführter Geschäftsbereich ohne die zum 31.12.2015 entkonsolidierte YOC France SAS

› Die Angaben unterliegen keiner prüferischen Durchsicht.

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

Konzernzwischenabschluss

(ungeprüft)

Konzerngesamterfolgsrechnung

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung (in EUR)	9M/2016	9M/2015 (angepasst) ¹⁾
Umsatzerlöse	7.983.838	6.544.725
Aktiviert Eigenleistungen	125.338	190.129
Sonstige betriebliche Erträge	310.912	1.229.384
Gesamtleistung	8.420.088	7.964.238
Materialaufwand	5.181.416	4.355.352
Personalaufwand	2.988.397	3.013.097
Sonstige betriebliche Aufwendungen	1.549.436	1.626.894
Operatives Ergebnis vor Abschreibungen	-1.299.161	-1.031.105
Abschreibungen	249.382	195.436
Wertminderungen	50.514	0
Operatives Ergebnis	-1.599.057	-1.226.541
Finanzerträge	0	542
Finanzaufwendungen	34.445	7.731
Finanzergebnis	-34.445	-7.189
Ergebnis vor Steuern	-1.633.502	-1.233.730
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	49.683	54.778
Ergebnis nach Steuern fortzuführender Geschäftsbereich	-1.683.185	-1.288.508
Ergebnis nach Steuern nicht fortgeführte Geschäftsbereiche	0	-224.225
Periodenergebnis	-1.683.185	-1.512.733
Ergebnis je Aktie		
Ergebnis je Aktie unverwässert	-0,51	-0,49
Ergebnis je Aktie verwässert	-0,51	-0,49
Ergebnis je Aktie fortzuführender Geschäftsbereich		
Ergebnis je Aktie unverwässert	-0,51	-0,41
Ergebnis je Aktie verwässert	-0,51	-0,41
Konzern-Gesamtergebnisrechnung (in EUR)	9M/2016	9M/2015
Ergebnis nach Steuern	-1.683.185	-1.512.733
Effekte, die künftig in die Gewinn- und Verlustrechnung reklassifiziert werden können:		
Unrealisierte Ergebnisse aus der Währungsumrechnung	156.152	-86.604
Sonstiges Ergebnis	156.152	-86.604
Gesamtergebnis	-1.527.033	-1.599.337

¹⁾ Fortgeführter Geschäftsbereich ohne die zum 31.12.2015 entkonsolidierte YOC France SAS

› Die Angaben unterliegen keiner prüferischen Durchsicht.

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

Konzernzwischenabschluss

(ungeprüft)

Konzernbilanz

in EUR

30.09.2016

31.12.2015

AKTIVA		
Langfristige Vermögenswerte	554.619	674.364
Sachanlagen	68.507	76.804
Immaterielle Vermögenswerte	484.621	595.561
Latente Steuern	1.491	1.998
Kurzfristige Vermögenswerte	3.052.212	3.193.505
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	2.411.798	1.992.832
Sonstige Vermögenswerte	185.130	330.686
Steuerforderungen	413	0
Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten	454.870	869.986
Summe Vermögenswerte	3.606.831	3.867.869
PASSIVA		
Eigenkapital	-3.569.520	-2.514.712
Gezeichnetes Kapital	3.292.978	3.112.473
Kapitalrücklage	20.649.438	20.380.508
Gewinnrücklagen	-27.366.911	-25.706.515
Unterschiedsbetrag aus Währungsumrechnungen	-94.707	-250.858
Eigene Aktien	-50.319	-50.319
Langfristige Schulden	809.685	556.886
Rückstellungen	129.685	76.886
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	680.000	480.000
Kurzfristige Schulden	6.366.666	5.825.695
Erhaltene Anzahlungen	16.429	49.411
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2.317.381	1.790.458
Sonstige Verbindlichkeiten	573.582	687.020
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	1.951.126	3.250.131
Steuerschulden	0	48.675
Rückstellungen	1.508.147	0
Summe Eigenkapital und Schulden	3.606.831	3.867.869

› Die Angaben unterliegen keiner prüferischen Durchsicht.

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

Konzernzwischenabschluss

(ungeprüft)

Konzern-Kapitalflussrechnung

in EUR	9M/2016	9M/2015 (angepasst) ¹⁾
Ergebnis nach Steuern aus fortgeführten Geschäftsbereichen	-1.683.185	-1.375.332
Ergebnis nach Steuern aus nicht fortgeführten Geschäftsbereichen	0	-137.401
Abschreibungen	299.896	196.303
Erfolgswirksam erfasste Steuern	49.683	54.778
Erfolgswirksam erfasste Zinsen	34.445	7.189
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge	136.727	140.306
Cash-Earnings	-1.162.434	-1.114.157
Gewinne aus Anlagenabgängen	-400	-47.656
Veränderungen Forderungen, Anzahlungen und sonstige Vermögenswerte	-273.825	-271.150
Veränderungen Verbindlichkeiten, Anzahlungen und sonstige Schulden	-1.238.905	-1.348.792
Veränderungen Rückstellungen	1.560.946	1.202.441
Erhaltene Zinsen	0	-542
Gezahlte Zinsen	-14.225	953
Gezahlte Steuern	-98.175	-1.023
Operativer Cash-Flow	-1.227.018	-1.579.925
Veräußerung von Geschäftsbereichen	0	0
Investitionen in Sachanlagen	-21.018	-24.580
Investitionen in immaterielle Vermögenswerte	-7.600	0
Auszahlungen für Entwicklungskosten	-137.738	-244.197
Veräußerung von Sachanlagen	6.032	78.630
Cash-Flow aus Investitionstätigkeit	-160.324	-190.147
Einzahlungen aus Kapitalerhöhungen	499.999	800.015
Transaktionskosten aus der Ausgabe von Aktien	-27.774	-27.814
Tilgung von Schulden aus Finanzierungsleasing	0	0
Darlehensrückzahlung	0	0
Darlehensaufnahme	500.000	300.000
Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit	972.225	1.072.201
Nettozunahme/-abnahme	-415.117	-697.871
Finanzmittelfonds zu Beginn der Berichtsperiode	869.986	1.203.724
Finanzmittelfonds zum Ende der Berichtsperiode	454.870	505.854

¹⁾ Fortgeführter Geschäftsbereich ohne die zum 31.12.2015 entkonsolidierte YOC France SAS

› Die Angaben unterliegen keiner prüferischen Durchsicht.

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

Konzernzwischenabschluss

(ungeprüft)

Entwicklung des Konzern-Eigenkapitals

in EUR	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Gewinnrücklagen	Unterschiedsbetrag aus Währungsumrechnungen	Eigene Aktien	Gesamt
per 01.01.2015	2.858.500	19.902.539	-24.220.215	-140.755	-50.319	-1.650.250
Ergebnis nach Steuern			-1.512.733			-1.512.733
Unterschiedsbetrag aus Währungsumrechnungen				-86.604		-86.604
Gesamtergebnis	0	0	-1.512.733	-86.604	0	-1.599.337
Ausgabe von gezeichnetem Kapital	253.973	546.042				800.015
Aktienoptionsprogramm		-28.829	27.738			-1.091
Transaktionskosten einschließlich Steuervorteile		-27.814				-27.814
per 30.09.2015	3.112.473	20.391.938	-25.705.210	-227.359	-50.319	-2.478.477
per 01.01.2016	3.112.473	20.380.508	-25.706.515	-250.858	-50.319	-2.514.712
Ergebnis nach Steuern			-1.683.185			-1.683.185
Unterschiedsbetrag aus Währungsumrechnungen				156.152		156.152
Gesamtergebnis	0	0	-1.683.185	156.152	0	-1.527.033
Ausgabe von gezeichnetem Kapital	180.505	319.494				499.999
Aktienoptionsprogramm		-22.790	22.790			0
Transaktionskosten einschließlich Steuervorteile		-27.774				-27.774
per 30.09.2016	3.292.978	20.649.438	-27.366.910	-94.706	-50.319	-3.569.520

» 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 Finanzbericht der YOC AG zum 30. September 2016 erfüllt die Anforderungen des Wertpapierhandelsgesetzes. Die Aufstellung des Konzernzwischenabschlusses erfolgte in Übereinstimmung mit den Vorschriften des IAS 34 in verkürzter Form und in Anwendung von § 315a HGB gemäß den Vorschriften der am Abschlussstichtag gültigen und von der Europäischen Union (EU) anerkannten International Financial Reporting Standards (IFRS) des International Accounting Standards Board (IASB) sowie den vom IASB gebilligten Interpretationen des IFRS Interpretations Committee (IFRS IC).

Der verkürzte und ungeprüfte Konzernzwischenabschluss der YOC AG enthält nicht alle erforderlichen Angaben und Informationen, wie sie im Rahmen eines vollständigen Konzernabschlusses zum Geschäftsjahresende präsentiert werden. Es empfiehlt sich daher, den Zwischenbericht zusammen mit dem Konzernabschluss 2015 zu lesen.

Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

In den ersten neun Monaten 2016 wurden sämtliche ab dem 01. Januar 2016 verpflichtend anzuwendenden Standards beachtet:

- *Änderung von IAS 27 – Equity-Methode in Einzelabschlüssen* enthält keinen Anwendungsfall für die YOC AG. Die Änderung ist erstmalig anzuwenden auf Geschäftsjahre, die am oder nach dem 01. Januar 2016 beginnen.
- *Änderung von IAS 16 und IAS 41 – Fruchtttragende Pflanzen* enthält keinen Anwendungsfall für die YOC AG. Die Änderung ist erstmalig anzuwenden auf Geschäftsjahre, die am oder nach dem 01. Januar 2016 beginnen.

- **Änderung von IAS 16 und IAS 38 – Klarstellung zulässiger Abschreibungsmethoden** hat keine Auswirkungen auf den Abschluss der YOC AG. Die Änderung ist erstmalig anzuwenden auf Geschäftsjahre, die am oder nach dem 01. Januar 2016 beginnen.
- **Verbesserungen zu IFRS (2010-2012)**
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. Februar 2015 beginnen. Für die YOC AG ergeben sich keine Änderungen.
- **Verbesserungen zu IFRS (2012-2014)**
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. Januar 2016 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. Februar 2015 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.
- **Änderung von IFRS 11 – Erwerb von Anteilen an einer gemeinschaftlichen Tätigkeit** enthält keinen Anwendungsfall für die YOC AG. Die Änderung ist erstmalig anzuwenden auf Geschäftsjahre, die am oder nach dem 01. Januar 2016 beginnen.
- **Änderung von IAS 1 – Darstellung des Abschlusses** enthält keinen Anwendungsfall für die YOC AG. Die Änderung ist erstmalig anzuwenden auf Geschäftsjahre, die am oder nach dem 01. Januar 2016 beginnen.

Zusammengefasst haben die im Geschäftsjahr 2016 erstmalig anzuwendenden Rechnungslegungsnormen keinen Einfluss auf die Darstellung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage im Konzernzwischenabschluss.

Auswirkungen künftiger Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Die nachfolgende Tabelle zeigt neue und geänderte Standards, die im Geschäftsjahr 2016 noch nicht verpflichtend anzuwenden sind beziehungsweise für die die Übernahme durch die EU im Endorsementverfahren noch nicht erfolgt ist:

Bezeichnung	Zeitlicher Anwendungsbereich	EU-Endorsement erfolgt?	Anwendungsfall für YOC?	Werden Auswirkungen auf den Abschluss erwartet?
IFRS 9 - Finanzinstrumente	01.01.2018	nein	in Prüfung	in Prüfung
IFRS 15 - Umsatzerlöse aus Verträgen mit Kunden	01.01.2017	nein	ja	in Prüfung
IFRS 16 - Leasingverhältnisse	01.01.2019	nein	ja	in Prüfung
IFRS 14 - Bilanzierung von regulatorischen Abgrenzungsposten	01.01.2016	nein	Nein	n/a
Änderung von IFRS 10, IFRS 12 und IAS 28 - Anlagegesellschaften: Anwendung der Befreiungsregelung von der Konsolidierungspflicht	01.01.2016	nein	Nein	n/a
Änderung von IFRS 10 und IAS 28 - Anlagegesellschaften: Veräußerung oder Einbringung von Vermögenswerten eines Investors an bzw. in ein assoziiertes Unternehmen oder Gemeinschaftsunternehmen	auf unbestimmte Zeit verschoben	nein	Nein	n/a
Änderung von IAS 12 - Ansatz latenter Steueransprüche für unrealisierte Verluste	01.01.2017	nein	in Prüfung	in Prüfung
Änderung von IAS 7 - Angabeninitiative: Überleitung von Schulden aus Finanzierungstätigkeiten	01.01.2017	nein	in Prüfung	in Prüfung

Am 24. Juli 2014 hat das IASB den finalen Standard IFRS 9 „Finanzinstrumente“ (IFRS 9 [2014]) veröffentlicht, der die Ergebnisse aller Phasen des IFRS-9-Projekts enthält und sowohl IAS 39 „Finanzinstrumente: Ansatz und Bewertung“ als auch alle früheren Versionen von IFRS 9 „Finanzinstrumente“ ersetzt. Der Standard beinhaltet Neuregelungen zur Klassifizierung und Bewertung, zur Wertminderung sowie zur Sicherungsbilanzierung (Hedge Accounting). IFRS 9 ist erstmals für das Geschäftsjahr anzuwenden, das am oder nach dem 1. Januar 2018 beginnt. Der Standard wurde bislang nicht von der EU anerkannt.

Die Auswirkungen dieser neuen Regelungen werden vom Konzern analysiert. Der derzeitige Analysestand lässt noch keine Aussage der voraussichtlichen Auswirkung der geänderten Vorschriften auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage zu.

IFRS 15 wurde im Mai 2014 veröffentlicht, jedoch noch nicht durch die EU anerkannt und ist erstmals für das Geschäftsjahr anzuwenden, das am oder nach dem 1. Januar 2018 beginnt. Eine vorzeitige Anwendung ist zulässig. Der Standard ist rückwirkend anzuwenden. Der Standard führt ein neues Modell zur Umsatzrealisierung mit fünf Analyseschritten ein, das auf alle Umsätze aus Verträgen mit Kunden anzuwenden ist. Das Kernprinzip des Standards besteht darin, dass ein Unternehmen Umsatzerlöse zum Zeitpunkt der Übertragung von Gütern oder Dienstleistungen auf Kunden in Höhe der Gegenleistung zu

erfassen hat, mit der das Unternehmen im Gegenzug für die Übertragung dieser Güter oder Dienstleistungen rechnen kann. Die Grundsätze in IFRS 15 bieten einen strukturierteren Ansatz zur Bewertung und Erfassung von Umsatzerlösen. Der Anwendungsbereich des Standards erstreckt sich über alle Arten von Branchen und Unternehmen und ersetzt daher alle bestehenden Vorschriften, die den Bereich der Umsatzrealisierung betreffen (IAS 11 „Fertigungsaufträge“, IAS 18 „Umsatzerlöse“, IFRIC 13 „Kundenbindungsprogramme“, IFRIC 15 „Verträge über die Errichtung von Immobilien“, IFRIC 18 „Übertragung von Vermögenswerten durch einen Kunden“ und SIC 31 „Umsatzerlöse – Tausch von Werbedienstleistungen“). Die Anwendung des neuen Standards erfordert gegenüber den derzeit geltenden Standards zur Umsatzrealisierung mehr Schätzungen und Ermessensentscheidungen, da die Höhe der zu erfassenden Umsatzerlöse durch die Höhe der Gegenleistung bestimmt wird, mit der das Unternehmen im Gegenzug für die Übertragung der Güter oder der Dienstleistung rechnen kann. Besondere Herausforderungen können sich insbesondere dann ergeben, soweit eine Gegenleistung variabel ist.

Die Auswirkungen dieser neuen Regelungen werden vom Konzern analysiert. Der derzeitige Analysestand lässt noch keine Aussage der voraussichtlichen Auswirkung der geänderten Vorschriften auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage zu.

IFRS 16 regelt den Ansatz, die Bewertung, den Ausweis sowie die Angabepflichten bezüglich Leasingverhältnissen. Für den Leasingnehmer sieht der Standard ein einziges Bilanzierungsmodell vor. Dieses führt beim Leasingnehmer dazu, dass sämtliche Vermögenswerte und Verbindlichkeiten aus Leasingverhältnissen in der Bilanz zu erfassen sind, es sei denn, die Laufzeit beträgt 12 Monate oder weniger oder es handelt sich um einen geringwertigen Vermögenswert (jeweils Wahlrecht). Der Leasinggeber unterscheidet für Bilanzierungszwecke weiterhin zwischen Finanzierungs- und Mietleasingvereinbarungen (finance beziehungsweise operating lease). Das Bilanzierungsmodell für den Leasinggeber unterscheidet sich hierbei nicht wesentlich von dem in IAS 17 – Leasingverhältnisse. IFRS 16 wurde im Januar 2016 veröffentlicht und ist erstmals auf Geschäftsjahre, die am oder nach dem 01. Januar 2019 beginnen, verpflichtend anzuwenden.

Die Auswirkungen dieser neuen Regelungen werden vom Konzern analysiert. Der derzeitige Analysestand lässt noch keine Aussage der voraussichtlichen Auswirkung der geänderten Vorschriften auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage zu.

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:

30.09.2016 (in TEUR)	Buchwert	beizulegender Zeitwert	Bewertungs- kategorie gem. IAS 39 ¹⁾	Fair Value Hierarchie
Finanzielle Vermögenswerte				
Zahlungsmittel	455	455	LaR	n/a
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	2.412	2.412	LaR	n/a
Sonstige Vermögenswerte	186	186	LaR	n/a
Finanzielle Verbindlichkeiten				
Festverzinsliche Darlehen	800	800	FLAC	n/a
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2.317	2.317	FLAC	n/a
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	1.831	1.831	FLAC	n/a

31.12.2015 (in TEUR)	Buchwert	beizulegender Zeitwert	Bewertungs- kategorie gem. IAS 39 ¹⁾	Fair Value Hierarchie
Finanzielle Vermögenswerte				
Zahlungsmittel	870	870	LaR	n/a
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	1.993	1.993	LaR	n/a
Sonstige Vermögenswerte	331	331	LaR	n/a
Finanzielle Verbindlichkeiten				
Festverzinsliche Darlehen	300	300	FLAC	n/a
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	1.790	1.790	FLAC	n/a
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	3.430	3.430	FLAC	n/a

- 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 stiegen die Umsatzerlöse im Konzern um 22,0 % auf 7.984 TEUR (9M/2015: 6.545 TEUR).

Rohertrag

Der Materialaufwand stieg im Vergleich zur Umsatzentwicklung leicht unterproportional um 19,0 % auf 5.181 TEUR an (9M/2015: 4.355 TEUR). Die Rohertragsmarge steigerte sich somit von 33,5 % auf 35,1 %.

Sonstige betriebliche Erträge

Im Vergleich zu den ersten drei Quartalen 2015 sanken die sonstigen betrieblichen Erträge um 918 TEUR auf 311 TEUR (-74,7 %).

Im Vorjahr verzeichnete die Gesellschaft einmalige Effekte in Höhe von insgesamt 1.038 TEUR durch einen außergerichtlichen Vergleich in Höhe von 750 TEUR, den Verkauf nicht betriebsnotwendigen Anlagevermögens in Höhe von 51 TEUR (9M/2016: 7 TEUR), Weiterbelastungen an die in 2014 veräußerte belboon GmbH in Höhe von 45 TEUR (9M/2016: 1 TEUR) sowie durch die Ausbuchung verjährter Verbindlichkeiten in Höhe von 192 TEUR (9M/2016: 60 TEUR).

Operatives Ergebnis vor Abschreibungen und Steuern (EBITDA)

Insgesamt ergibt sich unter Berücksichtigung der oben genannten Effekte ein EBITDA in Höhe von -1.299 TEUR (9M/2015: -1.031 TEUR).

Bereinigt um die Einmaleffekte im Bereich der sonstigen betrieblichen Erträge des Vorjahres bedeutet dies eine Verbesserung des EBITDA in Höhe von 639 TEUR (+33,0 %).

4. Segmentberichterstattung

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

1. Region Mittel- und Osteuropa (bisher D-A-CH)
2. Region Restliches Europa

Zur Bildung der vorstehenden berichtspflichtigen Geschäftssegmente werden die Segmente Deutschland und Österreich (inklusive Schweiz) sowie seit dem ersten Quartal 2016 Polen im Segment Mittel- und Osteuropa (bisher D-A-CH) sowie Großbritannien und Spanien im Segment Restliches Europa zusammengefasst, da sie vergleichbare wirtschaftliche Merkmale aufweisen und auch hinsichtlich ihrer Produkte, Dienstleistungen, Kunden, Prozesse und Vertriebsmethoden vergleichbar sind. Frankreich war im Vorjahr noch im Segment Restliches Europa enthalten und ist mit der Entkonsolidierung der YOC France SAS zum 31. Dezember 2015 ausgeschieden.

Mit dem Beginn des neuen Geschäftsjahres 2016 wurde eine veränderte Darstellung der Segmentberichterstattung aufgrund der Umstellung interner Reporting Strukturen vorgenommen. Die Vorjahreswerte wurden ebenfalls entsprechend angepasst.

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

Segmentberichterstattung (in TEUR)	Mittel- und Osteuropa	Restliches Europa	Corporate Functions	Konsolidierung	YOC-Gruppe
01.01.2016 - 30.09.2016					
Umsatz	5.633	2.351	0	0	7.984
Innenumsatz	158	221	0	-379	0
Gesamtumsatz	5.791	2.572	0	-379	7.984
Aktivierete Eigenleistungen	0	0	125	0	125
Sonstiger betr. Ertrag	263	17	643	-612	311
Gesamtleistung	6.054	2.588	769	-991	8.420
Materialaufwand	3.837	1.790	0	-446	5.181
Personalaufwand	1.084	704	1.201	0	2.988
Sonstiger betr. Aufwand	774	607	673	-504	1.549
EBITDA	359	-512	-1.105	-41	-1.299
01.01.2015 - 30.09.2015 (angepasst)					
Umsatz	4.056	2.488	0	0	6.545
Innenumsatz	131	15	0	-146	0
Gesamtumsatz	4.187	2.504	0	-146	6.545
Aktivierete Eigenleistungen	0	0	190	0	190
Sonstiger betr. Ertrag	142	16	1.452	-380	1.229
Gesamtleistung	4.329	2.520	1.642	-526	7.964
Materialaufwand	2.759	1.771	0	-174	4.355
Personalaufwand	846	843	1.324	0	3.013
Sonstiger betr. Aufwand	379	531	1.071	-354	1.627
EBITDA	345	-626	-753	2	-1.031

Die Umsatzerlöse werden auf Basis der von den Landesgesellschaften in den jeweiligen Ländern erzielten Umsätze ermittelt. Innenumsätze zwischen den Segmenten sind Verauslagungen und werden ohne Aufschläge weiterberechnet. Innenumsätze innerhalb der jeweiligen Segmente werden entsprechend eliminiert.

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

Das operative Ergebnis in der Region Mittel- und Osteuropa zeigt sich aufgrund des Umsatzwachstums in Höhe von 38,3 % auf 5.791 TEUR (Vorjahr: 4.187 TEUR) im aktuellen Jahr sowie der konsequent umgesetzten Einsparungen auf der Kostenseite in der Region Mitteleuropa verbessert. Bedingt durch Anlaufverluste der Mobile Performance Marketing Unit sowie der Region Polen fiel der Anstieg des operativen Ergebnisses um 14 TEUR auf insgesamt 359 TEUR (Vorjahr: 345 TEUR) moderat aus.

In der Region Restliches Europa konnte die spanische Tochtergesellschaft ein deutliches Umsatzwachstum im Vergleich zum Vorjahr verzeichnen. Die britische Tochtergesellschaft arbeitet an einer Marktrepositionierung und konnte nach Neubesetzung der Geschäftsführung und leitender Mitarbeiter die Umsätze noch nicht stabilisieren. Die Umsatzerlöse des Segments stiegen dennoch leicht auf 2.572 TEUR (Vorjahr: 2.504 TEUR). Insgesamt lag das EBITDA in der Region Restliches Europa bei -512 TEUR (Vorjahr: -626 TEUR).

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

Überleitungsrechnung (in TEUR)	9M/2016	9M/2015
EBITDA	-1.299	-1.031
Abschreibungen und Wertminderungen	-300	-195
Finanzergebnis	-34	-7
Ergebnis vor Steuern	-1.634	-1.234
Steuern	-50	-55
Ergebnis aus nicht fortgeführten Geschäftsbereichen	0	-224
Ergebnis nach Steuern	-1.683	-1.513

Zum 30. September 2016 betragen die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen in der Region Mittel- und Osteuropa 1.288 TEUR (Vorjahr: 949 TEUR) sowie 1.124 TEUR (Vorjahr: 1.222 TEUR) in der Region Restliches Europa.

5. Cash-Flow Rechnung

Zum 30. September 2016 beliefen sich die liquiden Mittel der YOC-Gruppe auf 455 TEUR.

Der operative Cash-Flow konnte weiter verbessert werden und belief sich im Berichtszeitraum auf -1.227 TEUR (9M/2015: -1.580 TEUR).

Der Cash-Flow aus Investitionstätigkeiten beläuft sich in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2016 auf -160 TEUR (9M/2015: -190 TEUR) und bewegt sich somit ungefähr auf Vorjahresniveau.

6. Haftungsverhältnisse, Eventualverbindlichkeiten und Ähnliches

Unverändert zum Konzernabschluss vom 31. Dezember 2015 liegen keine Haftungsverhältnisse, Eventualverbindlichkeiten oder Ähnliches vor.

7. Angaben zu Beziehungen zu nahestehenden Unternehmen und Personen

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

8. Ereignisse nach der Zwischenberichtsperiode

Bis zum Zeitpunkt der Veröffentlichung des Konzernzwischenabschlusses haben sich die folgenden wesentlichen Ereignisse nach dem 30. September 2016 ergeben:

Im Oktober 2016 erfolgte die Austragung des Vorstands Michael Kruse aus dem Handelsregister.

YOC Standorte



Finanzkalender

7.-8. Dezember 2016

Münchener Kapitalmarktkonferenz, München

28. April 2017

Geschäftsbericht 2016

30. Mai 2017

Bericht zum ersten Quartal 2017

30. August 2017

Halbjahresfinanzbericht 2017

29. November 2017

Bericht zum dritten Quartal 2017

Impressum

Herausgeber

YOC AG

Greifswalder Straße 212
10405 Berlin

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

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

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

www.yoc.com

