

BERICHT ZUM ERSTEN QUARTAL 2024

Berlin, 27. Mai 2024

INHALTSVERZEICHNIS

| | |
|---|----|
| Brief an die Aktionäre | 3 |
| YOC im Überblick | 4 |
| Business Model und Technologie..... | 5 |
| Lagebericht zum Konzernzwischenabschluss .. | 11 |
| Konzernzwischenabschluss | 15 |
| Versicherung der gesetzlichen Vertreter | 26 |
| Impressum..... | 27 |

BRIEF AN DIE AKTIONÄRE

Sehr verehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

auch im laufenden Geschäftsjahr 2024 arbeiten wir intensiv an der Weiterentwicklung unserer Technologie und unserer Produkte. Angetrieben werden wir dabei von der Intention, unsere Handelsplattform VIS.X® als die führende technologische Plattform für hocheffektive digitale Werbung zu etablieren – geleitet von unserer Vision „A better advertising experience for everyone“.

Das wesentliche Differenzierungsmerkmal unserer VIS.X®-Plattform ergibt sich dabei aus dem Handel nicht standardisierter, hochwirksamer Werbeformate für alle digitalen Kanäle.

Die Plattform löst damit ein bedeutendes Marktproblem, indem sie hochwirksame Werbeformate nicht nur über Direktbuchungen, sondern auch automatisiert in Echtzeit handelbar macht und das Werbeinventar mit den YOC-eigenen Produkten im Rahmen von Private Marketplaces bündelt.

In den letzten Jahren wuchs der digitale Werbemarkt zum global wichtigsten Kanal für Werbung heran – und erlebte parallel dazu einen starken Wandel: Der automatisierte Handel von digitalen Werbeflächen findet breite Anwendung, sodass der Großteil digitaler Werbebudgets mittlerweile in Echtzeit – programmatisch – gehandelt wird. Dies trifft insbesondere im Bereich der mobilen Werbeausgaben für Display Werbung zu – in diesem Segment werden bereits rund 80 % aller Werbeausgaben automatisiert gehandelt.

In diesem Kontext wird unsere leistungsstarke Technologieplattform VIS.X® für Werbungtreibende sowie für Betreiber von Webseiten ein zunehmend attraktiverer Marktplatz, der gleichermaßen auch die Bedürfnisse der Internet-Nutzer berücksichtigt:

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

In den ersten drei Monaten des laufenden Geschäftsjahres 2024 steigerten wir unsere **Konzernumsätze** um rund 36 % auf 7,1 Mio. EUR (3M/2023: 5,2 Mio. EUR). Das organische Wachstum betrug 25 %. Die zum 21. März 2023 erstmalig konsolidierte Gesellschaft YOC Finland Oy (vormals Noste Media Oy) steuerte rund 30 % zum Gesamtwachstum bei.

Parallel dazu erhöhte sich das **operative Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)** um 0,4 Mio. EUR auf 0,7 Mio. EUR (3M/2023: 0,3 Mio. EUR).

Wir freuen uns, Ihnen daraus resultierend ein **Konzernperiodenergebnis** in Höhe von 0,2 Mio. EUR (3M/2023: 0,0 Mio. EUR) berichten zu können.

Wir werden im weiteren Jahresverlauf die Umsetzung unserer definierten Wachstumsstrategie weiter forcieren. Im Rahmen dessen werden wir in unseren Bestandsmärkten das Geschäftsvolumen ausweiten und unsere Internationalisierung weiter vorantreiben. Gleichzeitig investieren wir in die Weiterentwicklung der Plattform, um sie leistungsstärker zu gestalten. Im Fokus liegt der Ausbau unseres Angebotes auf Basis von eigenentwickelter künstlicher Intelligenz.

Die Leistungsfähigkeit künstlicher Intelligenz in unserer Branche birgt ein hohes Potential – und wir wollen die begonnene Differenzierung von anderen Technologieplattformen weiter vorantreiben und zu den führenden Technologieunternehmen unserer Industrie zählen.

Darüber hinaus entwickeln wir weitere innovative und hochwirksame Werbeprodukte, die über VIS.X® programmatisch in Echtzeit handelbar sind. Alle diese Maßnahmen führen dazu, dass sich unser Unternehmen als führender Anbieter von technologiebasiertem High-Impact Programmatic Advertising auf dem Werbemarkt weiter von anderen Marktteilnehmern differenziert. Verehrte Aktionärinnen und Aktionäre, die VIS.X®-Plattform und die YOC-eigenen Werbeformate bilden die Basis zur Differenzierung des Angebotes von YOC im internationalen Markt für digitale Werbetechnologie. Entsprechend investieren wir konsequent in die Weiterentwicklung unserer Plattform und unserer Produkte.

Das Ziel ist dabei die kontinuierliche Verbesserung der Software, sodass unseren Partnern ein umfangreicher, effizienter und innovativer Weg geboten wird, hochwirksame Werbemittel in Kombination mit den besten Werbeplätzen über diverse Kanäle hinweg automatisiert zu handeln. Steigende Investitionen in Innovationen helfen uns, unsere Wettbewerbsposition wirksam auszubauen und legen das Fundament für die weitere Wertsteigerung der Gesellschaft.

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

Bleiben Sie und Ihre Familien gesund!

Herzliche Grüße,



Dirk-Hilmar Kraus

CEO

YOC IM ÜBERBLICK

| UMSATZ UND ERGEBNIS (IN TEUR) | 3M/2024 | 3M/2023 | VERÄNDERUNG ABSOLUT | VERÄNDERUNG IN % |
|---|---------|---------|------------------------|---------------------|
| Gesamtumsatz | 7.076 | 5.213 | 1.863 | 36 |
| National | 4.230 | 2.782 | 1.448 | 52 |
| International | 2.846 | 2.431 | 415 | 17 |
| Rohertragsmarge (in %) | 45,5 | 43,9 | 1,6 | 4 |
| Gesamtleistung | 7.400 | 5.458 | 1.942 | 36 |
| EBITDA | 695 | 331 | 364 | 110 |
| EBITDA-Marge (in %) | 9,4 | 6,1 | 3,3 | 54 |
| Konzernperiodenergebnis | 212 | 11 | 201 | 1827 |
| Ergebnis je Aktie verwässert in Euro | 0,06 | 0,00 | 0,06 | 0 |
| Ergebnis je Aktie unverwässert in Euro | 0,06 | 0,00 | 0,06 | 0 |

MITARBEITER

| | | | | |
|---|-----|----|----|----|
| Durchschnittliche Anzahl Mitarbeiter | 102 | 69 | 33 | 48 |
| Mitarbeiterzahl zum 31. März | 107 | 78 | 29 | 37 |
| Umsatz je Mitarbeiter (in TEUR) | 69 | 76 | -7 | -9 |
| Gesamtleistung je Mitarbeiter (in TEUR) | 73 | 79 | -6 | -7 |

BILANZ UND CASH-FLOW (IN TEUR)

| | | | | |
|----------------------|--------|----------------------|--------|------|
| Bilanzsumme | 16.255 | 17.572 ¹⁾ | -1.317 | -7 |
| Operativer Cash-Flow | -204 | 159 | -363 | -228 |

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

1) zum 31. Dezember 2023

BUSINESS MODEL UND TECHNOLOGIE

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. Als eines der ersten Unternehmen für Werbung auf mobilen Geräten führte YOC mit seiner 20-jährigen Expertise die leistungsstarke Plattform VIS.X® in den Markt ein.

Durch die Bereitstellung dieser proprietären Handelsplattform ermöglicht YOC ein optimales Werbeerlebnis für Werbetreibende, Medienanbieter (Publisher) und Nutzer des Internets sowie mobiler Applikationen.

Das Unternehmen positioniert sich hierdurch als Entwickler hochleistungsfähiger Software im Markt für Werbetechnologie 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 Plattform VIS.X®.

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

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

INVESTITIONEN IN INNOVATION

Die VIS.X®-Plattform und die YOC-eigenen Werbeformate bilden den Differenzierungsfaktor des Angebotes von YOC im internationalen Markt für digitale Werbetechnologie.

Infolgedessen investiert das Unternehmen konsequent in die Weiterentwicklung seiner Plattform und 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 Werbeplätzen automatisiert zu handeln. Dadurch baut die Gesellschaft ihre Wettbewerbsposition wirksam aus.

Im laufenden Geschäftsjahr 2024 liegt der Fokus für den kontinuierlichen Ausbau dieser Strategie vor allem auf der Weiterentwicklung und Integration von KI-basierten Lösungen in der Plattform sowie im Ausbau unseres High-Impact Produktangebots.

Ein zentraler Meilenstein dafür war die Einführung der YOC Universal Video Solution. Das Werbeprodukt ermöglicht mit Hilfe der VIS.X® AI die in Echtzeit auf die Branding-Kennzahlen des Werbetreibenden optimierte Auslieferung eines Video-Creatives in unterschiedlichen Platzierungen unseres Premium Portfolios.

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.



TECHNOLOGIE

VIS.X®-PLATTFORM

Mit der Markteinführung der Supply Side-Plattform (SSP) VIS.X® zum Jahresanfang 2018 etablierte sich YOC als Anbieter hochwertiger Werbetechnologie (Ad Technology) und Betreiber einer skalierbaren Handelsplattform.

Während der Funktionsumfang im Jahr 2020 ein entscheidendes Niveau erreicht hat, konnten in den Jahren 2021 bis 2023 sowohl das Handelsvolumen als auch das verfügbare Inventar in der Plattform deutlich gesteigert werden. Dieser Trend setzt sich im Geschäftsjahr 2024 weiter fort.

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

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 in Bezug auf die Kosteneffizienz 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 dem Geschäftsjahr 2023 ein zentraler Treiber für Innovationen der Werbetechnologie von YOC – im Bereich des Produktportfolios über die Kampagnenoptimierung bis hin zu neuen Abrechnungsoptionen.

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 weiterentwickelte KI-Funktionalität der Plattform.

TARGETING IN DER POST-COOKIE ÄRA

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 war in den vergangenen Jahren der Third-Party-Cookie.

Die Abschaffung der Drittanbieter-Cookies, vor allem aus Datenschutzgründen, stellt damit ein Risiko für die zielgruppenorientierte Aussteuerung von Digitalwerbung dar. YOC hat daher im Geschäftsjahr 2023 in weitreichende Alternativlösungen investiert, die sich vor allem durch ihre Vielseitigkeit und besondere Kombination auszeichnen.

Starke Partnerschaften mit Anbietern alternativer Identifiern, wie ID5 oder Shared ID, sowie die Unterstützung der Nutzung diverser DSP-seitig gesteuerten IDs liefern GDPR-konforme Datengrundlagen, die mit den hochwertigen Segmenten unserer bewährten Targetingpartnern kompatibel sind.

Ergänzend dazu besteht kontextuelles Targeting weiterhin als effektive Maßnahme zur interessensbasierten Ausspielung von Werbung zur Verfügung.

Die umfassende und nachhaltige Integration dieser alternativen Technologien in unsere VIS.X®-Plattform im Geschäftsjahr 2023 sichert schon vor dem definitiven Ende des Cookies die effektive und flexible Ansprache der Zielgruppen von Werbetreibenden mit den YOC-Werbeformaten.

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.

HANDEL IM OPEN MARKETPLACE (OMP)

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

Hierbei verbindet die VIS.X®-Plattform die Angebots- und Nachfrageseite in einer Auktion und erteilt dem Höchstbietenden den Zuschlag.

Das Angebot von VIS.X® differenziert sich einerseits durch eine sehr hohe Qualität an Werbeinventar sowie andererseits durch eine vollumfängliche Transparenz.

Dadurch wird den Käufern eine sichere Handelsumgebung geschaffen und gleichzeitig wird es ihnen ermöglicht, eine gezielte Auswahl der Werbefläche vorzunehmen.

Im letzten Jahr wurden immer mehr führende Demand Side-Plattformen (DSP) mit einem großen Netzwerk von Werbetreibenden als Bieter in die VIS.X® Auktion integriert, so dass neue Nachfragequellen über den Open Market-Zugang zum YOC-Inventar erhalten.

HANDEL IM PRIVATE MARKETPLACE (PMP)

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

Diverse zusätzliche Handelskriterien können definiert und für das Trading in Form von Deals eingestellt werden, sodass die einkaufenden Marktteilnehmer genau das Werbeinventar erwerben können, das zu den Zielen der Werbetreibenden passt.

Anders als im Open Market erhalten Käufer im privaten Handel einen bevorzugten Zuschlag auf das angebotene Inventar sowie erweiterbare Möglichkeiten, die High-Impact Produkte von YOC zu handeln.

DIREKTER HANDEL

Im Jahr 2020 wurde die VIS.X®-Plattform durch die Möglichkeit des direkten Handels erweitert. Neben der Bereitstellung aller Funktionen, die in Private Marketplaces zur Verfügung stehen, ermöglicht der exklusive Handel den Erwerb einer Volumengarantie für eine bestimmte Kampagne für die Käufer.

Dadurch können verschiedene Kampagnenziele, insbesondere für das Branding Advertising, noch effektiver gesteuert werden.

MULTICHANNEL-ANSATZ

In einem ersten Schritt wurde die VIS.X®-Plattform zielgerichtet auf das Trading von Werbeflächen im mobilen Internet – dem wachstumsstärksten Kanal unter den digitalen Medien – optimiert. Somit ist die Plattform in der Lage, den wichtigsten Kanal für Internet-Nutzer zu bedienen und Werbeflächen entweder in Kombination mit oder ohne 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.

Das VIS.X®-SDK wurde speziell konzipiert, um einerseits die attraktiven Werbeformate von YOC innerhalb von mobilen Applikationen darstellbar und auslieferbar zu machen und andererseits die Integration so einfach wie möglich zu halten. Im Geschäftsjahr 2021 erweiterte YOC die VIS.X®-Plattform für das Handeln von Desktop Advertising-Inventar.

Der strategische Ansatz, mit High-Impact Werbeformaten eine nachweislich bessere Werbewirkung zu erzielen, lässt sich auch auf Werbeflächen von herkömmlichen Desktops oder Tablets umsetzen. Das Desktop-Inventar, welches weiterhin mit knapp über 50 % aller digitalen Werbeausgaben einen entscheidenden Marktanteil im Display Advertising ausmacht, konnte durch Weiterentwicklungen innerhalb der VIS.X®-Plattform sowie Einführungen spezieller neuer Produkte effektiver monetarisiert werden.

Im Jahr 2023 erreichte das Handelsvolumen aus diesem Kanal bereits über 13 % des gesamten Handelsvolumens. Entsprechend dieser Nachfragesteigerung wurden alle Werbeprodukte sowohl für mobile als auch desktopbasierte Geräte verfügbar gemacht.

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 und Plattformen sowie entsprechende grafische Darstellungen der Aktivitäten verschaffen Übersichtlichkeit und Entscheidungshilfen für die Marktpartner der VIS.X®-Plattform. Parallel dazu können Trends und Veränderungen durch die Anzeige vorausgegangener Handelszeiträume schnell und einfach verfügbar gemacht werden.

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

MANAGEMENT DES INVENTARS

Die Management-Oberfläche 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 Geolocation des Nutzers unterschiedliche Floor-Preise ermöglichen sowie die Möglichkeit, entweder mit vordefinierten Publisher-Kreativgrößen zu arbeiten oder aus der vorhandenen Nachfrage automatisch die am besten geeigneten Formate auszuwählen.

DEAL UND ORDER MANAGEMENT

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

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

Durch die Einbindung zusätzlicher Partner und die Verfügbarkeit weiterer Targeting-Optionen können Werbetreibende ihre Wunschzielgruppe effektiv erreichen und ansprechen sowie dadurch ihre Kampagnen effektiver gestalten. Im Geschäftsjahr 2023 wurden die Targeting-Möglichkeiten im Hinblick auf das Cookieless Targeting ausgebaut.

AUTOMATISIERTE ABRECHNUNG

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

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

HIGH-IMPACT WERBEFORMATE

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

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.

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

Die hochwirksamen Lösungen von YOC erweitern das Produktportfolio um eine weitere Dimension: Dabei werden diverse High-Impact Werbeformate kombiniert und deren Auswahl und Platzierung laufend durch die VIS.X® AI entsprechend des gewählten Kampagnenziels optimiert.

NIELSEN STUDIEN ZUR WERBEWIRKSAMKEIT

Im Oktober 2020 untersuchte YOC im Rahmen einer internationalen Studie in Kooperation mit dem globalen Datenanalyse- und Marktforschungsunternehmen Nielsen das erste Mal die Wirkung der eigenen YOC High-Impact Werbeformate im Vergleich zu Standard Werbeformaten. Die Studienergebnisse zeigen, dass YOC High-Impact Werbeformate einprägsamer als Standard Werbeformate sind und einen signifikanten Anstieg der Marken- und Werbeerinnerung erzielen.

Sie sind außerdem in der Lage, sich deutlich positiv von Standard Werbeformaten zu unterscheiden, indem sie große Steigerungen bei wichtigen Werbecharakteristika wie Attraktivität, Auffälligkeit und Innovation aufweisen. So werden Marken durch die Verwendung von High-Impact Werbeformaten von YOC als hochwertiger und eleganter wahrgenommen.

Besonders aufmerksamkeitsstarke Werbeformate, wie das YOC Branded Takeover, können sogar die Kaufentscheidung hinsichtlich der beworbenen Produkte positiv beeinflussen. Parallel dazu belegt die Studie, dass die durch YOC entwickelten High-Impact Werbeformate von den Konsumenten positiv aufgenommen werden. Dies kommt durch eine Steigerung des Werbegefallens bei Verwendung von High-Impact Formaten zum Ausdruck. In diesem Kontext äußerten 55 % aller Befragten, dass sie High-Impact Werbeformate mögen. Gleichzeitig gaben sechs von zehn Teilnehmern an, dass diese gut in den redaktionellen Inhalt einer Webseite beziehungsweise einer mobilen Applikation integriert sind.

YOC High-Impact Formate werden als erinnerungswürdig eingestuft, innovativ wahrgenommen, häufiger sofort entdeckt und gegenüber standardisierten Werbemitteln deutlich bevorzugt. Folglich wird das mobile Publikum durch diese besonderen Werbemittel nicht irritiert, erinnert sich aber dennoch an sie. Dies verdeutlicht, dass Werbetreibende durch den Einsatz von YOC High-Impact Formaten ihre Kampagnenziele besser erreichen und gleichzeitig das Werbeerlebnis positiv beeinflussen.

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

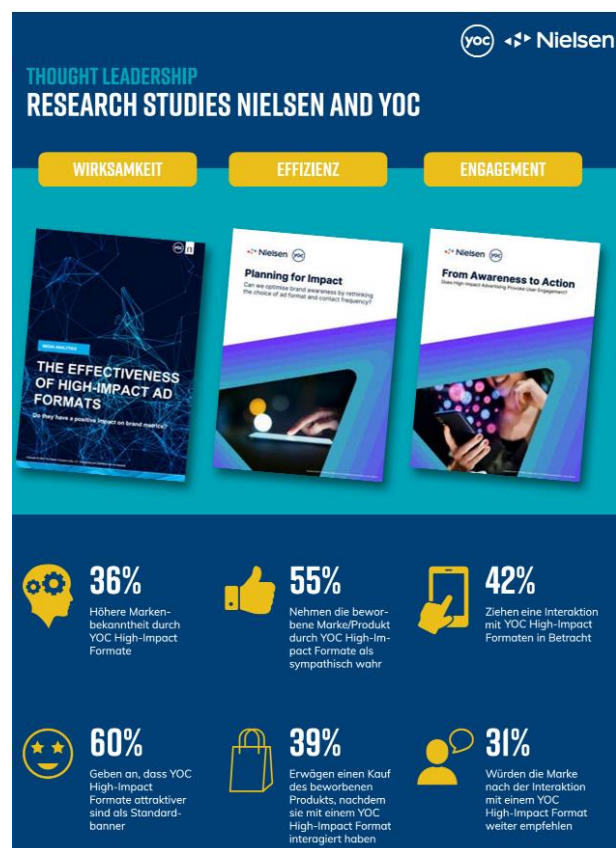
Die Ergebnisse der Studie belegen, dass bei Standardformaten mindestens zweimal so viele Kontakte benötigt werden, um die gleiche Werbeerinnerung zu erzielen, wie dies bei den eigenentwickelten YOC High-Impact Formaten der Fall ist. Außerdem ist die ungestützte Markenerinnerung bei High-Impact Formaten trotz halber Kontaktzahl um 273 % höher als bei Standardwerbemitteln. Dies verdeutlicht, dass Marken und ihre Werbung durch den starken Einfluss von High-Impact Formaten im Gedächtnis der Verbraucher bleiben.

Somit können Werbetreibende diese Erkenntnisse nutzen und durch den Einsatz von YOC High-Impact Formaten ihre Zielgruppe in hoher Reichweite ansprechen sowie ihr Kampagnenbudget im Vergleich mit Standardwerbemitteln nicht nur effektiv sondern auch effizienter einsetzen.

Im Geschäftsjahr 2023 wurde die dritte Studie in Zusammenarbeit mit Nielsen realisiert und nach den Kernthemen Effektivität und Effizienz die Performance von High-Impact Werbemitteln hinsichtlich User Engagement 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.



LAGEBERICHT ZUM KONZERN- ZWISCHEN- ABSCHLUSS

GESCHÄFTSENTWICKLUNG IN DEN ERSTEN DREI MONATEN DES GESCHÄFTSJAHRES 2024

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

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

In der Berichtsperiode steigerte der YOC-Konzern seine **Umsatzerlöse** um rund 36 % auf 7,1 Mio. EUR (3M/2023: 5,2 Mio. EUR). Dabei entwickelten sich alle regionalen Standorte der Gesellschaft mit einem deutlichen Umsatzanstieg im Vergleich zum Vorjahreszeitraum weiter positiv. Auf dem **nationalen Markt** stiegen die Umsatzerlöse im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 52 % an. Die Umsatzerlöse der **internationalen Geschäftstätigkeiten** konnten um 17 % gesteigert werden.

Parallel dazu erhöhte sich das **operative Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)** um 0,4 Mio. EUR auf 0,7 Mio. EUR (3M/2023: 0,3 Mio. EUR).

In Summe resultiert ein **Konzernperiodenergebnis** in Höhe von 0,2 Mio. EUR (3M/2023: 0,0 Mio. EUR).

Somit setzte sich auch im laufenden Geschäftsjahr 2024 die **Profitabilitätssteigerung** der Gesellschaft fort.

Zu dieser Entwicklung trug insbesondere die unternehmenseigene Technologieplattform VIS.X® bei. Die Handelsplattform VIS.X® ermöglicht den programmatischen (automatisierten) Handel der Werbeprodukte von YOC und positioniert die Gesellschaft als hochwertigen Anbieter von Werbetechnologie (Ad Technology).

ENTWICKLUNG DER ERTRAGSLAGE

UMSATZENTWICKLUNG UND GESAMTLEISTUNG

In der Berichtsperiode verzeichnete der Konzern ein **Umsatzwachstum** in Höhe von rund 36 % auf 7,1 Mio. EUR (3M/2023: 5,2 Mio. EUR).

Die **Gesamtleistung** liegt mit 7,4 Mio. EUR um 1,9 Mio. EUR über dem Vorjahresniveau (3M/2023: 5,5 Mio. EUR).

ROHERTRAG

Aufgrund des weiter angestiegenen Umsatzanteils der optimierten Einkaufsmöglichkeit von Werbeinventar der Publisher-Partner über Header Bidding (Technologie im Programmatic Advertising, die das automatische Handeln von digitalen Werbeflächen steuert) konnte die **Rohertragsquote** in der Berichtsperiode auf nunmehr 46 % (3M/2023: 44 %) erhöht werden.

Im Rahmen der Entwicklung der vergangenen Jahre, die durch eine zunehmende Fokussierung auf unsere Technologie sowie die YOC-Werbeproduktlinien geprägt war, verbesserte sich die Rohertragsquote der Gesellschaft kontinuierlich. Die weitere Zunahme der Rohertragsquote stellt einen wichtigen Baustein zur Skalierung und damit zur weiteren positiven Unternehmensentwicklung dar.

PERSONALAUFWAND UND -ENTWICKLUNG

Im laufenden Geschäftsjahr 2024 konnte der YOC-Konzern Leistungsträger an das Unternehmen binden sowie neue, qualifizierte Mitarbeiter für Schlüsselpositionen gewinnen.

Zum 31. März 2024 beschäftigte der Konzern **107 Mitarbeiter** (31. März 2023: 78 Mitarbeiter).

Die **durchschnittliche Mitarbeiteranzahl** belief sich auf 102 Mitarbeiter (3M/2023: 69 Mitarbeiter). Mitarbeiter in Teilzeit werden auf Vollzeitkräfte umgerechnet. Auszubildene, Praktikanten sowie Vorstandsmitglieder werden für die Ermittlung nicht berücksichtigt.

In der Berichtsperiode stieg der **Personalaufwand** auf 2,0 Mio. EUR (3M/2023: 1,6 Mio. EUR). Die Übernahme der Noste Media Oy zum Ende des ersten Quartal des Vorjahres sowie ein spürbarer Personalaufbau im Bereich der weiteren Plattformentwicklung, des Vertriebs und im Rahmen der Internationalisierung bedingten den Anstieg der Mitarbeiteranzahl und damit des Personalaufwands des YOC-Konzerns.

SONSTIGE BETRIEBLICHE AUFWENDUNGEN

In den ersten drei Monaten des laufenden Geschäftsjahres 2024 betragen die **sonstigen betrieblichen Aufwendungen** 0,8 Mio. EUR (3M/2023: 0,6 Mio. EUR).

EBITDA

Im Berichtszeitraum belief sich das **operative Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)** auf 0,7 Mio. EUR (3M/2023: 0,3 Mio. EUR).

ERGEBNIS NACH STEUERN

Der YOC-Konzern verzeichnete **planmäßige Abschreibungen** in Höhe von 0,4 Mio. EUR (3M/2023: 0,3 Mio. EUR).

Das **Finanzergebnis** betrug -0,0 Mio. EUR (3M/2023: -0,0 Mio. EUR).

Die **Steuern vom Einkommen und Ertrag** summieren sich auf 0,1 Mio. EUR (3M/2023: 0,0 Mio. EUR).

Im Ergebnis beträgt das **Ergebnis nach Steuern** 0,2 Mio. EUR (3M/2023: 0,0 Mio. EUR).

KONZERNPERIODENERGEBNIS DES YOC-KONZERNES

Die Berichtsperiode beendet der YOC-Konzern in Summe der dargestellten Effekte mit einem **Konzernperiodenergebnis** in Höhe von 0,2 Mio. EUR (3M/2023: 0,0 Mio. EUR). Somit setzte sich auch im laufenden Geschäftsjahr 2024 die Profitabilitätssteigerung der Gesellschaft fort.

ENTWICKLUNG DER FINANZ- UND VERMÖGENSLAGE

VERMÖGENSWERTE

Zum 31. März 2024 betragen die **Vermögenswerte** des YOC-Konzerns insgesamt 16,3 Mio. EUR (31. Dezember 2023: 17,6 Mio. EUR).

Davon entfielen 6,8 Mio. EUR auf langfristige und weitere 9,5 Mio. EUR auf kurzfristige Vermögenswerte.

EIGENKAPITAL

Zum 31. März 2024 beträgt das **Eigenkapital** des YOC-Konzerns 4,8 Mio. EUR (31. Dezember 2023: 4,6 Mio. EUR).

Das **Grundkapital** der Gesellschaft und 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 0,0 Mio. EUR (3M/2023: 0,0 Mio. EUR) resultieren aus der Umrechnung der Jahresabschlüsse der Tochtergesellschaften in Polen sowie in der Schweiz.

SCHULDEN

Zum Bilanzstichtag betragen die **Schulden** insgesamt 11,5 Mio. EUR (31. Dezember 2023: 13,0 Mio. EUR). Davon entfielen 1,1 Mio. EUR auf langfristige und weitere 10,4 Mio. EUR auf kurzfristige Schulden.

CASH-FLOW

Zum Bilanzstichtag beliefen sich die **liquiden Mittel** des YOC-Konzerns auf 2,1 Mio. EUR und reduzierten sich somit um 0,9 Mio. EUR im Vergleich zum Jahresendbestand 2023 (31. Dezember 2023: 3,0 Mio. EUR).

OPERATIVER CASH-FLOW

Die Ermittlung des **operativen Cash-Flows** erfolgt nach der indirekten Methode. Ausgangspunkt für die Ermittlung ist das Konzernperiodenergebnis des laufenden Geschäftsjahres 2024 in Höhe von 0,2 Mio. EUR (3M/2023: 0,0 Mio. EUR).

Der operative Cash-Flow des YOC-Konzerns betrug -0,2 Mio. EUR (3M/2023: 0,2 Mio. EUR). Dieser resultierte, neben dem Konzernperiodenergebnis, aus der geschäftsbedingten Veränderung des Working Capital, gezahlten Steuern sowie zahlungsunwirksamen Aufwendungen und Erträgen.

CASH-FLOW AUS INVESTITIONSTÄTIGKEITEN

Der **Mittelabfluss aus Investitionstätigkeiten** in Höhe von insgesamt 0,6 Mio. EUR (3M/2023: 1,4 Mio. EUR) umfasst primär die aktivierungsfähigen internen Entwicklungskosten im Zusammenhang mit der Weiterentwicklung der Technologieplattform VIS.X® sowie der Produktpalette an Werbeformaten des Unternehmens in Höhe von 0,4 Mio. EUR und externe Entwicklungskosten in Höhe von weiteren 0,1 Mio. EUR.

CASH-FLOW AUS FINANZIERUNGSTÄTIGKEITEN

Der Cash-Flow aus **Finanzierungstätigkeiten** in Höhe von -0,1 Mio. EUR (3M/2023: -0,1 Mio. EUR) resultiert aus der Tilgung von Darlehens- und Leasingverbindlichkeiten.

ZUSAMMENFASSENDE AUSSAGE ÜBER DIE ERTRAGS-, FINANZ- UND VERMÖGENSLAGE

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

Im Ergebnis steigerte der YOC-Konzern in der Berichtsperiode die **Umsatzerlöse** auf Konzernebene um rund 36 % auf 7,1 Mio. EUR (3M/2023: 5,2 Mio. EUR).

Parallel zu dieser Entwicklung steigerte der YOC-Konzern das **operative Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)** um 0,4 Mio. EUR auf 0,7 Mio. EUR (3M/2023: 0,3 Mio. EUR).

Die Berichtsperiode beendete der Konzern mit einem **Konzernperiodenergebnis** in Höhe von 0,2 Mio. EUR (3M/2023: 0,0 Mio. EUR). Somit setzte sich auch im laufenden Geschäftsjahr 2024 die Profitabilitätssteigerung der Gesellschaft fort.

In Konsequenz dieser Unternehmensentwicklung konnte das **Konzerneigenkapital** weiter gesteigert werden und valutierte zum 31. März 2024 bei 4,8 Mio. EUR (31. Dezember 2023: 4,6 Mio. EUR).

Die **Bilanzsumme** des YOC-Konzerns belief sich auf 16,3 Mio. EUR (31. Dezember 2023: 17,6 Mio. EUR).

CHANCEN, RISIKEN UND AUSBLICK

CHANCEN UND RISIKEN

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

Schwerpunkte sind hierbei Markt- und Wettbewerbsrisiken, technologische Risiken, Haftungsrisiken, personelle Risiken, Planungsrisiken, organisatorische Risiken sowie Finanz- und Treasury-Risiken. Diese Risiken können sowohl aus eigenem unternehmerischem Handeln als auch aus externen Faktoren resultieren. Der YOC-Konzern hat Maßnahmen getroffen, um solche möglichen Risiken rechtzeitig zu erkennen und zu reduzieren. Zu diesem Zweck wurde ein entsprechendes Risikomanagementsystem eingerichtet, in dessen Rahmen die Risiken durch eine unternehmensweite Risikoinventur in regelmäßigen Abständen erfasst, bewertet und laufend überwacht werden.

Die vom Vorstand festgelegte Risikopolitik des YOC-Konzerns ist unverändert fester Bestandteil der Unternehmenspolitik im Rahmen des Bestrebens nach einem nachhaltigen Wachstum, der Steigerung des Unternehmenswertes sowie der langfristigen Sicherung des Fortbestandes des Unternehmens.

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

Durch das vorausschauende Risikocontrolling als Teilbereich des internen Kontrollsystems können Chancen und Risiken frühzeitig erkannt und bewertet werden, um somit im angemessenen Umfang zeitnah darauf zu reagieren und eine effiziente Steuerung für den Unternehmenserfolg zu gewährleisten.

Die im Rahmen der Risikosteuerung zu treffenden Maßnahmen werden in den operativen Einheiten vollzogen.

Alle weiteren Angaben zu den unternehmens- sowie branchenspezifischen und finanzwirtschaftlichen Risiken des YOC-Konzerns sowie deren Management erfolgen ausführlich im Risikobericht des Konzernlageberichts zum Geschäftsjahr 2023, welcher Bestandteil der Prüfung durch den Jahresabschlussprüfer ist.

AUSBLICK

Die Internetnutzung ist im Alltag der Menschen fast 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) sowie Werbetreibende (Advertiser) attraktive Informations- und Unterhaltungsangebote bereitstellen.

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

Für Advertiser bedeutet dies hingegen, ihre Zielgruppe genau zu kennen und sie kreativ anzusprechen. Vor diesem Hintergrund bekommt die Forderung nach kreativen und hochwirksamen Formaten eine 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.¹

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

Nach Einschätzung des YOC-Konzerns bietet der europäische Markt derzeit kaum angebotsseitige Plattformen, die die Nachfrage nach Digital Programmatic Advertising in Verbindung mit hochwirksamen Werbeprodukten bedienen können.

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

Seit dem Launch der Technologieplattform VIS.X® im Jahr 2018 bietet YOC nicht nur hochwirksame Werbeformate an, sondern kann diese auch plattformbasiert über programmatische Vertriebswege handeln und ausliefern. Durch die Anbindung von zahlreichen Publishern und deren Inventar deckt der YOC-Konzern zudem die Forderung nach Markensicherheit (Brand Safety), also nach sicheren Werbeumfeldern, ab und wird dadurch zukünftig am weiteren Ausbau des programmatischen Handels in Europa partizipieren.

Das Augenmerk des Vorstands liegt auf der kontinuierlichen Steigerung des programmatischen Plattformgeschäfts und damit auf der Umsetzung der definierten Unternehmensstrategie. Mit der Technologieplattform VIS.X® erlangt die Gesellschaft durch den programmatischen Handel der eigenentwickelten Werbeprodukte einen nachhaltigen Wettbewerbsvorteil sowie Unabhängigkeit von Drittanbietern.

Nach einem Umsatzwachstum von jeweils über 20 % in den drei zurückliegenden Geschäftsjahren 2021, 2022 und 2023 wird für das Geschäftsjahr 2024 eine anhaltend hohe Wachstumsdynamik erwartet. Im Vergleich zum Vorjahr sollte sowohl der Umsatz als auch das operative Ergebnis deutlich gesteigert werden können.

Während in der europäischen Union für das Jahr 2024 von einem Realwachstum des Bruttoinlandsproduktes (BIP) in Höhe von 0,9 % ausgegangen wird, wurde der Anstieg der deutschen Wirtschaftsleistung von nahezu allen deutschen Forschungsinstituten sowie auch der deutschen Bundesregierung deutlich auf 0,3 % gesenkt.²

Da der YOC-Konzern derzeit mehr als die Hälfte seiner Umsatzerlöse in Deutschland generiert, bleibt das makroökonomische Umfeld somit teilweise schwierig.

Trotzdem ist 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 2024 fortsetzen.

Somit zeigt sich das Geschäftsmodell weiterhin resilient gegenüber der allgemeinen gesamtwirtschaftlichen Entwicklung. Insgesamt rechnet der YOC-Konzern mit steigenden **Umsatzerlösen** auf 36,0 Mio. EUR bis 37,0 Mio. EUR bei unterproportional ansteigenden Aufwendungen.

Parallel dazu sollte sich ebenfalls der **durchschnittliche Auftragsbestand** im Geschäftsjahr 2024 erhöhen.

Die **Rohhertragsquote** des YOC-Konzerns sollte sich auf ein Niveau in Höhe von 46 % bis 48 % belaufen. Der YOC-Konzern geht im Zuge des weiteren Umsatz- und Unternehmenswachstums von einer leicht steigenden Mitarbeiteranzahl im Jahresverlauf 2024 aus.

Auf Basis dieser Umsatzprognose rechnet der Vorstand für das Geschäftsjahr 2024 mit einer Steigerung des **operativen Ergebnisses vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)** auf 5,0 Mio. EUR bis 6,0 Mio. EUR.

In Konsequenz dessen sollte das **Konzernperiodenergebnis** für das Geschäftsjahr 2024 ein Niveau in Höhe von 3,5 Mio. EUR bis 4,5 Mio. EUR erreichen.

Die Gesellschaft verfügt auch für den Fall einer wesentlichen Planunterschreitung im Prognosezeitraum über ausreichende Liquidität.

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

2) https://germany.representation.ec.europa.eu/news/winterprognose-2024-wirtschaft-der-eu-wachst-langsam-als-erwartet-inflation-sinkschneller-2024-02-15_de

KONZERNZWISCHENABSCHLUSS

KONZERNGESAMTERFOLGSRECHNUNG 3M/2024 (UNGEPRÜFT)

Alle Angaben in EUR

| | 3M/2024 | 3M/2023 |
|---|------------------|------------------|
| Umsatzerlöse | 7.075.779 | 5.213.606 |
| Aktiviertete Eigenleistungen | 299.615 | 164.013 |
| Sonstige betriebliche Erträge | 24.723 | 80.144 |
| Gesamtleistung | 7.400.117 | 5.457.763 |
| Materialaufwand | 3.854.129 | 2.927.229 |
| Personalaufwand | 2.047.323 | 1.600.395 |
| Sonstige betriebliche Aufwendungen | 803.317 | 599.113 |
| Operatives Ergebnis vor Abschreibungen | 695.348 | 331.026 |
| Abschreibungen | 394.426 | 286.994 |
| Operatives Ergebnis | 300.922 | 44.032 |
| Finanzerträge | 6 | 50 |
| Finanzaufwendungen | 15.624 | 13.190 |
| Finanzergebnis | -15.618 | -13.140 |
| Ergebnis vor Steuern | 285.304 | 30.892 |
| Steuern vom Einkommen und vom Ertrag | 78.198 | 20.156 |
| Latenter Steuerertrag | 4.976 | 0 |
| Ergebnis nach Steuern | 212.082 | 10.736 |
| Konzernperiodenergebnis | 212.082 | 10.736 |

ERGEBNIS JE AKTIE

| | | |
|--------------------------------|------|------|
| Ergebnis je Aktie unverwässert | 0,06 | 0,00 |
| Ergebnis je Aktie verwässert | 0,06 | 0,00 |

KONZERNGESAMTERGEBNISRECHNUNG

| | | |
|--|----------------|---------------|
| Ergebnis nach Steuern | 212.082 | 10.736 |
| Effekte, die künftig in die Gewinn- und Verlustrechnung reklassifiziert werden können: | | |
| Unrealisierte Ergebnisse aus der Währungsumrechnung | -2.028 | -450 |
| Sonstiges Ergebnis | -2.028 | -450 |
| Konzerngesamtergebnis | 210.054 | 10.286 |

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

KONZERNZWISCHENABSCHLUSS

KONZERNBILANZ PER 31. MÄRZ 2024 (UNGEPRÜFT)

Alle Angaben in EUR

| | 31.03.2024 | 31.12.2023 |
|--|-------------------|-------------------|
| AKTIVA | | |
| Langfristige Vermögenswerte | 6.751.640 | 6.597.712 |
| Sachanlagen | 255.269 | 195.428 |
| Geschäfts- oder Firmenwerte | 1.623.898 | 1.623.898 |
| Immaterielle Vermögenswerte | 3.451.468 | 3.284.083 |
| Nutzungsrechte aus Leasing | 303.155 | 377.386 |
| Aktive latente Steuern | 1.117.850 | 1.116.917 |
| Kurzfristige Vermögenswerte | 9.503.379 | 10.973.818 |
| Forderungen aus Lieferungen und Leistungen | 7.088.521 | 7.759.799 |
| Sonstige finanzielle Vermögenswerte | 314.678 | 245.574 |
| Steuerforderungen | 0 | 8.389 |
| Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten | 2.100.180 | 2.960.056 |
| Summe Vermögenswerte | 16.255.019 | 17.571.530 |
| PASSIVA | | |
| Eigenkapital | 4.791.987 | 4.581.934 |
| Gezeichnetes Kapital | 3.476.478 | 3.476.478 |
| Kapitalrücklage | 22.053.357 | 22.053.357 |
| Kumulierte Verluste | -20.711.398 | -20.923.480 |
| Unterschiedsbetrag aus Währungsumrechnungen | -26.450 | -24.421 |
| Langfristige Schulden | 1.053.365 | 1.120.442 |
| Rückstellungen | 171.294 | 171.317 |
| Verbindlichkeiten aus Leasing | 72.357 | 121.793 |
| Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten | 387.846 | 387.846 |
| Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten | 289.007 | 301.650 |
| Passive latente Steuern | 132.861 | 137.837 |
| Kurzfristige Schulden | 10.409.667 | 11.869.154 |
| Erhaltene Anzahlungen | 390.540 | 349.834 |
| Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen | 3.250.652 | 3.768.583 |
| Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten | 237.316 | 242.657 |
| Sonstige Verbindlichkeiten | 687.882 | 1.084.437 |
| Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten | 3.999.848 | 5.690.800 |
| Verbindlichkeiten aus Leasing | 275.411 | 309.094 |
| Verbindlichkeiten aus laufenden Steuern | 411.935 | 347.206 |
| Rückstellungen | 1.156.083 | 76.543 |
| Summe Eigenkapital und Schulden | 16.255.019 | 17.571.530 |

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

KONZERNZWISCHENABSCHLUSS

KONZERNKAPITALFLUSSRECHNUNG 3M/2024 (UNGEPRÜFT)

Alle Angaben in EUR

| | 3M/2024 | 3M/2023 |
|--|-----------------|-------------------|
| Konzernperiodenergebnis | 212.082 | 10.736 |
| Abschreibungen | 394.426 | 286.994 |
| Erfolgswirksam erfasste Steuern | 78.198 | 20.156 |
| Latenter Steuerertrag | -4.976 | 0 |
| Erfolgswirksam erfasste Zinsen | 15.618 | 13.140 |
| Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge | 4.535 | -269.882 |
| Cash-Earnings | 699.883 | 61.144 |
| Veränderungen Forderungen, Anzahlungen und sonstige finanzielle Vermögenswerte | 610.562 | 1.245.526 |
| Veränderungen Verbindlichkeiten, Anzahlungen und sonstige Schulden | -2.582.638 | -1.848.590 |
| Veränderungen Rückstellungen | 1.079.517 | 755.022 |
| Erhaltene Zinsen | 6 | 50 |
| Gezahlte Zinsen | -3.872 | -3.959 |
| Gezahlte Zinsen aus Leasing | -5.564 | -9.231 |
| Gezahlte Steuern | -1.750 | -40.817 |
| Operativer Cash-Flow | -203.856 | 159.145 |
| Akquisition von Tochterunternehmen abzüglich erworbener Zahlungsmittel | 0 | -1.119.794 |
| Investitionen in Sachanlagen | -77.315 | -22.469 |
| Investitionen in immaterielle Vermögenswerte | -92.850 | -23.557 |
| Auszahlungen für Entwicklungskosten | -385.151 | -233.172 |
| Veräußerung von Anlagevermögen | 398 | 10.964 |
| Cash-Flow aus Investitionstätigkeiten | -554.918 | -1.388.028 |
| Tilgung von Leasingverbindlichkeiten | -83.119 | -95.681 |
| Darlehensrückzahlungen | -17.984 | -10.834 |
| Inanspruchnahme Betriebsmittellinie | 124.461 | 787.032 |
| Rückführung Betriebsmittellinie | -124.461 | -787.032 |
| Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeiten | -101.103 | -106.515 |
| Nettozunahme/-abnahme | -859.877 | -1.335.398 |
| Finanzmittelfonds zu Beginn der Berichtsperiode | 2.960.056 | 1.703.261 |
| Finanzmittelfonds zum Ende der Berichtsperiode | 2.100.180 | 367.863 |

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

KONZERNZWISCHENABSCHLUSS

ENTWICKLUNG DES KONZERNEIGENKAPITALS PER 31. MÄRZ 2024 (UNGEPRÜFT)

Alle Angaben in EUR

| | GEZEICHNETES KAPITAL | KAPITAL- RÜCKLAGE | KUMULIERTE VERLUSTE | UNTERSCHIEDS- BETRAG AUS WÄHRUNGS- UMRECHNUNGEN | GESAMT |
|--|-------------------------|----------------------|------------------------|--|------------------|
| per 01.01.2023 | 3.476.478 | 22.053.357 | -23.823.223 | 389 | 1.707.001 |
| Ergebnis nach Steuern | 0 | 0 | 10.736 | 0 | 10.736 |
| Unterschiedsbetrag aus Währungsumrechnungen | 0 | 0 | 0 | -451 | -451 |
| Gesamtergebnis | 0 | 0 | 10.736 | -451 | 10.285 |
| per 31.03.2023 | 3.476.478 | 22.053.357 | -23.812.487 | -62 | 1.717.286 |

| | GEZEICHNETES KAPITAL | KAPITAL- RÜCKLAGE | KUMULIERTE VERLUSTE | UNTERSCHIEDS- BETRAG AUS WÄHRUNGS- UMRECHNUNGEN | GESAMT |
|--|-------------------------|----------------------|------------------------|--|------------------|
| per 01.01.2024 | 3.476.478 | 22.053.357 | -20.923.480 | -24.421 | 4.581.934 |
| Ergebnis nach Steuern | 0 | 0 | 212.082 | 0 | 212.082 |
| Unterschiedsbetrag aus Währungsumrechnungen | 0 | 0 | 0 | -2.028 | -2.028 |
| Gesamtergebnis | 0 | 0 | 212.082 | -2.028 | 210.054 |
| per 31.03.2024 | 3.476.478 | 22.053.357 | -20.711.399 | -26.449 | 4.791.987 |

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

► Es bestehen keine Anteile nicht beherrschender Gesellschafter.

ANHANG ZUM KONZERN- ZWISCHEN- ABSCHLUSS

ALLGEMEINE INFORMATIONEN

Die YOC AG ist ein in Berlin, Greifswalder Str. 212, Deutschland, ansässiges Unternehmen, das als Anbieter für digitale Werbetechnologie international tätig ist. Die Gesellschaft ist im Handelsregister beim Amtsgericht Charlottenburg unter HRB 77285 eingetragen.

Die YOC AG ist unter der Kennnummer WKN: 593273, ISIN: DE0005932735 im Prime Standard der Frankfurter Wertpapierbörse gelistet.

GRUNDLAGEN DER AUFSTELLUNG DES ABSCHLUSSES SOWIE BILANZIERUNGS- UND BEWERTUNGSMETHODEN

Grundlagen der Aufstellung des Abschlusses

Der Finanzbericht der YOC AG zum 31. März 2024 erfüllt die Anforderungen des Wertpapierhandelsgesetzes.

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

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

Es empfiehlt sich daher, den Zwischenbericht zusammen mit dem Konzernabschluss 2023 zu lesen.

Im laufenden Geschäftsjahr 2024 verpflichtend anzuwendende Standards und Interpretationen

Im laufenden Geschäftsjahr 2024 wurden sämtliche ab dem 01. Januar 2024 verpflichtend anzuwendenden Standards beachtet.

Veröffentlichte Standards und Interpretationen, die noch nicht verpflichtend anzuwenden sind

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

| STANDARD | ZEITPUNKT DES INKRAFTTRETENS | VORAUSSICHTLICHE AUSWIRKUNGEN |
|----------------|------------------------------|-------------------------------|
| IAS 7 / IFRS 7 | 01. Januar 2024 | unwesentlich |
| IAS 21 | 01. Januar 2025 | unwesentlich |

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

KONSOLIDIERUNGSGRUNDSÄTZE

Der Konzernabschluss beinhaltet die von der YOC AG beherrschten Gesellschaften.

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

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

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

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

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

KONSOLIDIERUNGSKREIS

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

| | VOLLKONSOLIDIERTE GESELLSCHAFTEN DES YOC-KONZERNS | ANTEIL IN % | GEHALTEN ÜBER NUMMER | BEGINNEND SEIT DEM |
|----|---|----------------|----------------------------|--------------------------|
| 1. | YOC AG Berlin, Deutschland | - | - | - |
| 2. | YOC Germany GmbH Berlin, Deutschland | 100 % | 1 | 11.03.2009 |
| 3. | YOC Central Eastern Europe GmbH Wien, Österreich | 100 % | 1 | 01.06.2009 |
| 4. | YOC Poland Sp. Z o. o. Warschau, Polen | 100 % | 1 | 08.02.2019 |
| 5. | YOC Switzerland AG Zürich, Schweiz | 100 % | 1 | 01.02.2022 |
| 6. | YOC Finland Oy Helsinki, Finnland | 100 % | 1 | 21.03.2023 |
| 7. | Vau Family Oy Helsinki, Finnland | 100 % | 6 | 21.03.2023 |

ALLGEMEINE BILANZIERUNGS- UND BEWERTUNGSGRUNDSÄTZE

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

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

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

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

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

Den Jahresabschlüssen der in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen liegen einheitliche Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze zugrunde.

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

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

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

ANGABEN ZU WESENTLICHEN ENTWICKLUNGEN DER KONZERNGESAMT-ERFOLGSRECHNUNG

EBITDA

Im Berichtszeitraum belief sich das **operative Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)** auf 0,7 Mio. EUR (3M/2023: 0,3 Mio. EUR).

ERGEBNIS NACH STEUERN

Der YOC-Konzern verzeichnete **planmäßige Abschreibungen** in Höhe von 0,4 Mio. EUR (3M/2023: 0,3 Mio. EUR).

Das **Finanzergebnis** betrug -0,0 Mio. EUR (3M/2023: -0,0 Mio. EUR).

Die **Steuern vom Einkommen und Ertrag** summierten sich auf 0,1 Mio. EUR (3M/2023: 0,0 Mio. EUR).

Im Ergebnis beträgt das **Ergebnis nach Steuern** 0,2 Mio. EUR (3M/2023: 0,0 Mio. EUR).

KONZERNPERIODENERGEBNIS DES YOC-KONZERNS

Die Berichtsperiode beendet der YOC-Konzern in Summe der dargestellten Effekte mit einem **Konzernperiodenergebnis** in Höhe von 0,2 Mio. EUR (3M/2023: 0,0 Mio. EUR). Somit setzte sich auch im laufenden Geschäftsjahr 2024 die Profitabilitätssteigerung der Gesellschaft fort.

SEGMENTBERICHTERSTATTUNG

Die Segmentberichterstattung erfolgt auf Grundlage der internen Managementstruktur und des entsprechenden Reportings. Der Konzern gliedert sich demnach neben den **Corporate Functions** in folgende berichtspflichtige regionale Geschäftssegmente:

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

Zur Bildung der vorstehenden berichtspflichtigen Geschäftssegmente werden die Regionen Österreich, Polen, Schweiz sowie Finnland im **Segment International** zusammengefasst, da sie vergleichbare wirtschaftliche Merkmale aufweisen und auch hinsichtlich ihrer Produkte, Dienstleistungen, Kunden, Prozesse, Strukturen und Vertriebsmethoden vergleichbar sind.

Umsatzerlöse werden auf Basis, der von den Landesgesellschaften in den jeweiligen Ländern erbrachten Umsätze, ermittelt. Innenumsätze zwischen den Segmenten sind überwiegend Verauslagungen. Innenumsätze innerhalb der jeweiligen Segmente werden entsprechend eliminiert. Verrechnungspreise zwischen den Geschäftssegmenten werden anhand unter fremden Dritten marktüblicher Konditionen ermittelt. Der Bereich **Corporate Functions** beinhaltet Erträge und Aufwendungen, die in der Muttergesellschaft anfallen und keinem Geschäftssegment direkt zuordenbar sind.

In der Berichtsperiode steigerte der YOC-Konzern seine **Umsatzerlöse** um rund 36 % auf 7,1 Mio. EUR (3M/2023: 5,2 Mio. EUR). Parallel dazu erhöhte sich das **operative Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)** um 0,4 Mio. EUR auf 0,7 Mio. EUR (3M/2023: 0,3 Mio. EUR).

Im laufenden Geschäftsjahr 2024 trug unverändert ein Kunde mit einem Umsatzanteil von mehr als 10 % zum Konzerngesamtumsatz bei. Die Forderungen aus Lieferung und Leistung enthielten in der Berichtsperiode einen Kunden mit einem Anteil von mehr als 10 % am Gesamtbestand. Bei diesem Kunden handelt es sich um eine programmatische Einkaufsplattform, welche an die unternehmenseigene Technologieplattform VIS.X® angeschlossen ist. Dieser Kunde des YOC-Konzerns ist dem **Segment National** sowie dem **Segment International** zuzuordnen.

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

| | Umsatz des YOC-Konzerns mit den Kunden (Vorjahr) | Forderung des YOC-Konzerns gegen den Kunden (Vorjahr) |
|---------|--|---|
| Kunde A | 13 % (13 %) | 11 % (12 %) |

Im **nationalen Segment** stieg der externe **Umsatz** um 52 % auf 4,2 Mio. EUR (3M/2023: 2,8 Mio. EUR) an. Das **operative Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)** betrug 1,5 Mio. EUR (3M/2023: 0,8 Mio. EUR).

Die externen **Umsatzerlöse** der **internationalen Geschäftstätigkeiten** stiegen auf 2,9 Mio. EUR (3M/2023: 2,4 Mio. EUR) an. Im Ergebnis steuert das Segment ein **operatives Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)** in Höhe von 0,1 Mio. EUR (3M/2023: 0,3 Mio. EUR) bei.

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

| ÜBERLEITUNGSRECHNUNG (IN TEUR) | 3M/2024 | 3M/2023 |
|--------------------------------|------------|-----------|
| EBITDA | 695 | 331 |
| Abschreibungen | 394 | 287 |
| Finanzergebnis | -16 | -13 |
| ERGEBNIS VOR STEUERN | 285 | 31 |

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

Die programmatischen Umsatzerlöse resultieren aus dem programmatischen Handel zur Monetarisierung des internationalen Werbeinventars der Publisher-Partner über das Supply Side Platform-Modul der Technologieplattform VIS.X® sowie im geringfügigen Umfang weiterer Technologieplattformen. Die langfristigen Vermögenswerte des YOC-Konzerns befinden sich im Wesentlichen in Deutschland.

Zum 31. März 2024 betragen die **Forderungen aus Lieferungen und Leistungen** in der **nationalen Region** 3,0 Mio. EUR (Vorjahr: 1,0 Mio. EUR), 2,2 Mio. EUR (Vorjahr: 1,4 Mio. EUR) in der **Region International** sowie im Bereich **Corporate Functions** 1,9 Mio. EUR (Vorjahr: 2,0 Mio. EUR).

Daneben beliefen sich die **Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen** in der **nationalen Region** auf 1,8 Mio. EUR (Vorjahr: 1,1 Mio. EUR), **international** auf 1,2 Mio. EUR (Vorjahr: 1,3 Mio. EUR) sowie im Bereich **Corporate Functions** auf 0,2 Mio. EUR (Vorjahr: 0,2 Mio. EUR).

YOC-GRUPPE BERICHT ZUM ERSTEN QUARTAL 2024

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

SEGMENTBERICHTERSTATTUNG

(in TEUR)

01.01.2024 - 31.03.2024

| | NATIONAL | INTERNATIONAL | CORPORATE FUNCTIONS | KONSOLIDIERUNG | YOC-GRUPPE |
|------------------------------------|--------------|---------------|------------------------|----------------|--------------|
| Umsatz Direktkunden | 2.481 | 2.226 | 0 | 0 | 4.707 |
| Programmatischer Umsatz | 1.749 | 620 | 0 | 0 | 2.369 |
| Innenumsatz | 100 | 5 | 0 | -105 | 0 |
| Gesamtumsatz | 4.330 | 2.851 | 0 | -105 | 7.076 |
| Aktivierte Eigenleistungen | 0 | 0 | 300 | 0 | 300 |
| Sonstiger betrieblicher Ertrag | 2 | 18 | 5 | 0 | 25 |
| Gesamtleistung | 4.332 | 2.869 | 305 | -105 | 7.401 |
| Materialaufwand | 2.304 | 1.655 | 0 | -105 | 3.854 |
| Personalaufwand | 421 | 786 | 840 | 0 | 2.047 |
| Sonstiger betrieblicher Aufwand | 120 | 326 | 359 | 0 | 805 |
| EBITDA | 1.487 | 102 | -894 | 0 | 695 |
| Investitionstätigkeiten | 1 | 19 | 535 | 0 | 555 |
| Forschungs- und Entwicklungskosten | 0 | 0 | 436 | 0 | 436 |

SEGMENTBERICHTERSTATTUNG

(in TEUR)

01.01.2023 - 31.03.2023

| | NATIONAL | INTERNATIONAL | CORPORATE FUNCTIONS | KONSOLIDIERUNG | YOC-GRUPPE |
|------------------------------------|--------------|---------------|------------------------|----------------|--------------|
| Umsatz Direktkunden | 1.414 | 1.646 | 0 | 0 | 3.060 |
| Programmatischer Umsatz | 1.369 | 785 | 0 | 0 | 2.154 |
| Innenumsatz | 102 | 11 | 0 | -113 | 0 |
| Gesamtumsatz | 2.885 | 2.442 | 0 | -113 | 5.214 |
| Aktivierte Eigenleistungen | 0 | 0 | 164 | 0 | 164 |
| Sonstiger betrieblicher Ertrag | 1 | 11 | 68 | 0 | 80 |
| Gesamtleistung | 2.886 | 2.453 | 232 | -113 | 5.458 |
| Materialaufwand | 1.620 | 1.420 | 0 | -113 | 2.927 |
| Personalaufwand | 379 | 571 | 650 | 0 | 1.600 |
| Sonstiger betrieblicher Aufwand | 70 | 189 | 341 | 0 | 600 |
| EBITDA | 817 | 273 | -759 | 0 | 331 |
| Investitionstätigkeiten | 0 | 0 | 1.388 | 0 | 1.388 |
| Forschungs- und Entwicklungskosten | 0 | 0 | 295 | 0 | 295 |

1) Die Angabe umfasst die Investitionstätigkeiten in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen inklusive der Akquisitionen (ohne erworbene Zahlungsmittel).

ANGABEN ZU WESENTLICHEN ENTWICKLUNGEN DER KONZERNBILANZ

SONSTIGE ANGABEN ZU FINANZINSTRUMENTEN

Die Buchwerte von Zahlungsmitteln, Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, kurzfristigen sonstigen

Vermögenswerten und sonstigen kurzfristigen finanziellen Verbindlichkeiten entsprechen hauptsächlich aufgrund der kurzen Laufzeiten dieser Instrumente nahezu ihren beizulegenden Zeitwerten.

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

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

| (IN TEUR) | BEWERTUNGSKATEGORIEN GEMÄSS IFRS 9 | 31.03.2024 | 31.03.2023 |
|-----------|------------------------------------|------------|------------|
|-----------|------------------------------------|------------|------------|

FINANZIELLE VERMÖGENSWERTE

| | | | |
|--|----|-------|-------|
| Forderungen aus Lieferungen und Leistungen | AC | 7.089 | 4.354 |
| Finanzielle Vermögenswerte | AC | 315 | 601 |
| Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente | AC | 2.100 | 368 |

FINANZIELLE VERBINDLICHKEITEN

| | | | |
|--|------|-------|-------|
| Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen | FLAC | 3.251 | 2.636 |
| Finanzverbindlichkeiten | FLAC | 526 | 214 |
| Bedingte Kaufpreisverbindlichkeiten (Earn-Out) | FV | 388 | 0 |
| Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten | FLAC | 4.000 | 3.863 |

AC Amortized Costs (fortgeführte Anschaffungskosten)

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

FV Fair Value (beizulegender Zeitwert)

ERLÄUTERUNG ZUR CASH-FLOW RECHNUNG

OPERATIVER CASH-FLOW

Die Ermittlung des **operativen Cash-Flows** erfolgt nach der indirekten Methode. Ausgangspunkt für die Ermittlung ist das Konzernperiodenergebnis des laufenden Geschäftsjahres 2024 in Höhe von 0,2 Mio. EUR (3M/2023: 0,0 Mio. EUR).

Der operative Cash-Flow des YOC-Konzerns betrug -0,2 Mio. EUR (3M/2023: 0,2 Mio. EUR). Dieser resultierte, neben dem Konzernperiodenergebnis, aus der geschäftsbedingten Veränderung des Working Capital, gezahlten Steuern sowie zahlungsunwirksamen Aufwendungen und Erträgen.

CASH-FLOW AUS INVESTITIONSTÄTIGKEITEN

Der **Mittelabfluss aus Investitionstätigkeiten** in Höhe von insgesamt 0,6 Mio. EUR (3M/2023: 1,4 Mio. EUR).

Diese umfasst primär die aktivierungsfähigen internen Entwicklungskosten im Zusammenhang mit der Weiterentwicklung der Technologieplattform VIS.X® sowie der Produktpalette an Werbeformaten des Unternehmens in Höhe von 0,4 Mio. EUR und externe Entwicklungskosten in Höhe von weiteren 0,1 Mio. EUR.

CASH-FLOW AUS FINANZIERUNGSTÄTIGKEITEN

Der Cash-Flow aus **Finanzierungstätigkeiten** in Höhe von -0,1 Mio. EUR (3M/2023: -0,1 Mio. EUR) resultiert aus der Tilgung von Darlehens- und Leasingverbindlichkeiten.

FINANZMITTELFONDS

Der **Finanzmittelfonds** umfasst sämtliche Bank- und Kassenbestände und betrug 2,1 Mio. EUR und reduzierten sich somit um 0,9 Mio. EUR im Vergleich zum Jahresendbestand 2023 (31. Dezember 2023: 3,0 Mio. EUR).

SONSTIGE ERLÄUTERUNGEN

HAFTUNGSVERHÄLTNISSSE, GEWÄHRLEISTUNGEN, EVENTUALVERBINDLICHKEITEN UND ÄHNLICHES

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

Der Basispreis zum Zuteilungstag am 01. Oktober 2014 betrug 1,92 Euro. Diese virtuellen Aktienoptionen sind unverfallbar. Zusätzlich enthält der im Dezember 2022 erneuerte Dienstvertrag des Vorstands Dirk-Hilmar Kraus mit einer Laufzeit bis zum 31. März 2026 eine einmalige, erfolgsabhängige Vergütung unter der Bedingung eines Kontrollwechsels infolge eines Übernahmeangebots. Die je nach Börsenkurs zum Transaktionszeitpunkt gestaffelte erfolgsabhängige Vergütung beträgt maximal 1,5 % des Transaktionsvolumens.

Zum Stichtag wurden hieraus keine resultierenden Verbindlichkeiten bilanziert. Darüber hinaus liegen keine weiteren Haftungsverhältnisse, Gewährleistungen, Eventualverbindlichkeiten oder Ähnliches vor.

EREIGNISSE NACH DEM BILANZSTICHTAG

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

FINANZRISIKOMANAGEMENT

Der YOC-Konzern ist im Rahmen seiner gewöhnlichen Geschäftstätigkeit Ausfallrisiken, Liquiditäts- und Marktrisiken ausgesetzt. Der Vorstand wird durch regelmäßiges Reporting von Kennzahlen wie beispielsweise Umsatzentwicklung, Deckungsbeitrag oder EBITDA über die Entwicklung des Eigenkapitals der YOC-Gruppe informiert.

Zudem findet ein regelmäßiges Monitoring von Liquiditätsrisiken statt, um Zahlungsstromschwankungen zu analysieren und Liquiditätsengpässe rechtzeitig zu erkennen und Gegenmaßnahmen zu ergreifen. Das Finanzrisikomanagement wird von einer zentralen Treasury-Abteilung unter der Aufsicht des Vorstands betrieben.

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

AUSFALLRISIKO

Das Ausfallrisiko ist das Risiko, dass ein Geschäftspartner seinen Verpflichtungen im Rahmen eines Finanzinstruments nicht nachkommt und dies zu einem finanziellen Verlust führt.

Das maximale Ausfallrisiko des Konzerns entspricht den Buchwerten der finanziellen Vermögenswerte und Forderungen sowie den Buchwerten der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente.

Kreditrisiken resultieren aus Forderungen aus Lieferungen und Leistungen. Eine Risikokonzentration ergibt sich aufgrund des zunehmend wachsenden Anteils des programmatischen Handels und den damit angestiegenen durchschnittlichen Zahlungszielen.

Der anteilige Forderungsbestand der drei größten Debitoren entspricht rund 20 % (Vorjahr: 33 %) gemessen am Gesamtbestand der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen. Zum Stichtag sind keine weiteren Risikokonzentrationen mit wesentlichen Beträgen erkennbar.

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

LIQUIDITÄTSRISIKO

Das Liquiditätsrisiko ist das Risiko, dass der YOC-Konzern möglicherweise nicht in der Lage ist, seine finanziellen Verbindlichkeiten vertragsgemäß durch Lieferung von Zahlungsmitteln oder anderen finanziellen Vermögenswerten zu erfüllen.

Das Ziel des YOC-Konzerns in der Steuerung der Liquidität ist es, sicherzustellen, dass – soweit möglich – stets ausreichend liquide Mittel verfügbar sind, um unter normalen, wie auch unter angespannten Bedingungen den Zahlungsverpflichtungen bei Fälligkeit nachkommen zu können, ohne untragbare Verluste zu erleiden oder die Reputation des YOC-Konzerns zu schädigen.

MARKTRISIKO

Das Marktrisiko ist das Risiko, dass sich die Marktpreise, zum Beispiel Wechselkurse, Zinssätze oder Aktienkurse, ändern und dadurch die Erträge des Konzerns oder der Wert der gehaltenen Finanzinstrumente beeinflusst werden. Ziel des Marktrisikomanagements ist es, das Marktrisiko innerhalb akzeptabler Bandbreiten zu steuern und zu kontrollieren und gleichzeitig die Rendite zu optimieren.

Während in der europäischen Union für das Jahr 2024 von einem Realwachstum des Bruttoinlandsproduktes (BIP) in Höhe von 1,7 % ausgegangen wird, wurde der Anstieg der deutschen Wirtschaftsleistung von nahezu allen deutschen Forschungsinstituten sowie letztlich auch der deutschen Bundesregierung deutlich auf 0,2 % bis 0,3 % gesenkt.

Da der YOC-Konzern derzeit 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 überproportional – dieser Trend sollte sich nach Einschätzung des Vorstands des YOC-Konzerns auch im laufenden Geschäftsjahr 2024 fortsetzen.

Bisher zeigt sich das Geschäftsmodell des YOC-Konzerns resilient gegenüber der makroökonomischen Entwicklung, jedoch lassen sich die Auswirkungen auf die vor uns liegenden Quartale zum jetzigen Zeitpunkt nur schwer abschätzen.

ZINSRISIKO

Ein Anstieg des Drei-Monats-EURIBORS um zwei Prozentpunkte hätte Auswirkungen auf das Finanzergebnis, da eine Betriebsmittellinie in Höhe von 1,0 Mio. EUR an die EURIBOR-Entwicklung gekoppelt ist.

Das Finanzergebnis würde sich somit um bis zu 20 TEUR im Geschäftsjahr 2024 verändern.

WÄHRUNGSRISIKO

Der Konzern ist international geschäftstätig und insbesondere einem Fremdwährungsrisiko ausgesetzt.

Die Währungsrisiken erwachsen aus künftigen Geschäftsvorfällen sowie Vermögens- und Schuldposten in Fremdwährung. Solche Positionen bestehen insbesondere in US-Dollar.

Im Rahmen der Steuerung des Wechselkursrisikos gegenüber dem US-Dollar prüft der YOC-Konzern, diese Risiken zukünftig über Devisentermingeschäfte abzusichern.

SONSTIGES PREISRISIKO

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

KLIMABEZOGENE RISIKEN

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

Das Ziel ist dabei, dass sämtliche Geschäftsaktivitäten des YOC-Konzerns einen möglichst geringen negativen Einfluss auf die Umwelt haben und im Einklang mit den Umweltschutzgesetzen und Regeln stehen.

Dies könnte jedoch von Mitarbeitern oder Geschäftspartnern als nicht ausreichend angesehen werden.

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

SONSTIGES RISIKO IM ZUSAMMENHANG MIT DEM KONFLIKT IN DER UKARINE

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

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

ANGABEN ZU BEZIEHUNGEN ZU NAHESTEHENDEN UNTERNEHMEN UND PERSONEN

Als nahestehende Unternehmen und Personen im Sinne des IAS 24 kommen grundsätzlich Mitglieder des Vorstandes und des Aufsichtsrates der YOC AG sowie deren Familienangehörige sowie von diesem Personenkreis beherrschte Gesellschaften in Betracht. Darüber hinaus gelten Personen in Schlüsselpositionen und deren enge Familienangehörige gemäß IAS 24.9 als nahestehende Personen.

Im laufenden Geschäftsjahr 2024 fanden keine wesentlichen Geschäftsvorfälle mit nahestehenden Unternehmen und Personen statt.

ERKLÄRUNG ZUM DEUTSCHEN CORPORATE GOVERNANCE KODEX

Die jährliche Entsprechenserklärung zum Deutschen Corporate Governance Kodex gemäß § 161 AktG wurde vom Vorstand und Aufsichtsrat im Februar 2024 abgegeben und den Aktionären der YOC AG auf der Internetseite www.yoc.com im Bereich „Investor Relations“ dauerhaft zugänglich gemacht.

VERSICHERUNG DER GESETZLICHEN VERTRETER

Ich versichere nach bestem Wissen, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen für die Finanzberichterstattung der Konzernzwischenabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt und im Konzernzwischenlagebericht der Geschäftsverlauf einschließlich des Geschäftsergebnisses und die Lage des Konzerns so dargestellt sind, dass ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild vermittelt wird, sowie die wesentlichen Chancen und Risiken der voraussichtlichen Entwicklung des Konzerns im verbleibenden Geschäftsjahr 2024 beschrieben sind.

Berlin, 27. Mai 2024



Dirk-Hilmar Kraus

Der Vorstand

IMPRESSUM

HERAUSGEBER

YOC AG
Greifswalder Straße 212
10405 Berlin
Deutschland

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

Registereintragung:
Amtsgericht Berlin HRB 77 285

GESAMTKONZEPT UND REDAKTION

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

GESTALTUNG, SATZ UND LAYOUT

FORMLOS BERLIN
www.formlos-berlin.de

