

The background of the page features a large, abstract geometric pattern. It is composed of several overlapping, semi-transparent teal-colored planes that create a 3D effect, resembling a series of stacked, slightly offset rectangular blocks or a perspective view of a grid. The pattern is set against a dark, almost black background.

BERICHT ZUM  
ERSTEN HALBJAHR  
2025

THE TECHNOLOGY PLATFORM  
FOR HIGH-IMPACT ADVERTISING

BERLIN DÜSSELDORF HAMBURG HELSINKI STOCKHOLM WIEN WARSCHAU ZÜRICH

# KENNZAHLEN DER YOC-GRUPPE

UMSATZ UND ERGEBNIS	H1/2025	H1/2024	VERÄNDERUNG ABSOLUT	VERÄNDERUNG IN %
<b>Gesamtumsatz</b> (in TEUR)	17.077	15.490	1.587	10
davon national	9.113	8.741	372	4
davon international	7.964	6.749	1.215	18
<b>Gesamtleistung</b> (in TEUR)	17.861	16.293	1.568	10
<b>Rohertragsmarge</b> (in %)	42,8	46,1	-3,3	-7
<b>EBITDA</b> (in TEUR)	539	1.838	-1.299	-71
<b>EBITDA-Marge</b> (in %)	3,2	11,9	-8,7	-73
<b>Konzernperiodenergebnis</b> (in TEUR)	-692	855	-1.547	-181
<b>Netto-Umsatzrendite</b> (in %)	-4,0	5,5	-9,5	-173
<b>Ergebnis je Aktie verwässert</b> (in Euro)	-0,20	0,25	-0,45	-180
<b>MITARBEITERANZAHL</b>				
<b>Durchschnittliche Anzahl Mitarbeiter</b>	124	105	19	18
<b>Mitarbeiterzahl zum 30. Juni</b>	125	112	13	12
<b>Umsatz je Mitarbeiter</b> (in TEUR)	138	148	-10	-7
<b>Gesamtleistung je Mitarbeiter</b> (in TEUR)	144	155	-11	-7
<b>BILANZ UND CASH-FLOW</b>				
<b>Bilanzsumme</b> (in TEUR)	20.212	23.546 <sup>1)</sup>	-3.334	-14
<b>Eigenkapitalquote</b> (in %)	37,6	35,2 <sup>1)</sup>	2,4	7
<b>Liquide Mittel</b> (in TEUR)	710	3.974 <sup>1)</sup>	-3.264	-82
<b>Operativer Cash-Flow</b> (in TEUR)	-1.588	542	-2.130	-393

1) zum 31. Dezember 2024

STOP ADVERTISING.

START TELLING A STORY.

# INHALTSVERZEICHNIS

<b>01 AN UNSERE AKTIONÄRE</b>	<b>06</b>
Brief an die Aktionäre	07
Die YOC Aktie	08
Vorstand und Aufsichtsrat der YOC AG	09
Finanzkalender 2025	11
<b>02 BUSINESS MODEL UND TECHNOLOGIE</b>	<b>12</b>
Business Model	13
VIS.X®-Plattform	15
YOC Ad Products	21
YOC AI-Powered Solutions	26
Research-Studien zur Werbewirkung und Aufmerksamkeit	28
<b>03 KONZERNLAGEBERICHT</b>	<b>31</b>
Geschäftsentwicklung des YOC-Konzerns	32
Marktumfeld Digital Advertising	33
Entwicklung der Ertragslage des YOC-Konzerns	34
Entwicklung der Finanz- und Vermögenslage des YOC-Konzerns	37
Prognosebericht des YOC-Konzerns	39
Chancen- und Risikobericht	41
<b>04 KONZERNABSCHLUSS</b>	<b>42</b>
Konzerngesamterfolgsrechnung	43
Konzernbilanz	45
Konzernkapitalflussrechnung	46
Entwicklung des Konzerneigenkapitals	47
Anhang zum Konzernabschluss	48
Versicherung der gesetzlichen Vertreter	59
<b>IMPRESSUM</b>	<b>60</b>

# 01 AN UNSERE AKTIONÄRE

BRIEF AN DIE AKTIONÄRE	07
DIE YOC AKTIE	08
VORSTAND UND AUFSICHTSRAT DER YOC AG	09
FINANZKALENDAR 2025	11



YOC Mystery Ad®  
Germany

# BRIEF AN DIE AKTIONÄRE

Sehr verehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

im ersten Halbjahr 2025 haben wir wichtige Investitionen in die technologische Infrastruktur unserer VIS.X®-Plattform, die automatisiert nicht standardisierte, hochwirksame Werbeformate für alle digitalen Kanäle in Echtzeit handelt, vorgenommen. So wurde das VIS.X® AI-Modul um die präzise Messung von Aufmerksamkeitswerten (Attention Metrics) unserer YOC High-Impact Werbeformate erweitert – eine Ergänzung zur Kampagnenoptimierung anhand etablierter Kennzahlen wie Sichtbarkeit und Engagement. Zudem wurde die VIS.X® Identity Intelligence – der holistische Ansatz von YOC zur datenschutzkonformen Zielgruppenansprache – weiterentwickelt. Neu integrierte Datenpartner steigern seitdem ihre Leistungsfähigkeit deutlich. Unsere Ambition ist es, VIS.X® als führende Plattform für hocheffektive digitale Werbung zu etablieren – geleitet von unserer Vision „A better advertising experience for everyone“.

Nachdem im ersten Quartal 2025 trotz eines insgesamt rückläufigen Marktumfelds ein Umsatzwachstum in Höhe von 3 % im Vergleich zum Vorjahreszeitraum auf 7,3 Mio. EUR (Q1/2024: 7,1 Mio. EUR) erzielt wurde, konnte für das zurückliegende zweite Quartal wieder ein beschleunigtes Umsatzwachstum in Höhe von 16 % erreicht werden. In Konsequenz stiegen die Umsatzerlöse des YOC-Konzerns im ersten Halbjahr 2025 um 10 % auf 17,1 Mio. EUR (H1/2024: 15,5 Mio. EUR) an.

Allerdings blieb die Profitabilitätsentwicklung im ersten Halbjahr 2025 hinter unseren Zielsetzungen zurück. Wir hatten mit negativen Sondereffekten in Summe von rund 1,2 Mio. EUR zu kämpfen. Dabei handelte es sich um deutlich gestiegene Wechselkurseffekte im Zuge der Abwertung des US-Dollar Kurses, Mehraufwendungen im Zuge der Expansion in den schwedischen Markt sowie temporär erhöhten Betriebskosten unserer VIS.X® Plattform. Das operative Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) auf Konzernebene belief sich lediglich auf 0,5 Mio. EUR (H1/2024: 1,8 Mio. EUR). Im Ergebnis resultiert ein Konzernperiodenergebnis in Höhe von -0,7 Mio. EUR (H1/2024: 0,9 Mio. EUR).

Umso mehr freuen wir uns, dass wir die Herausforderungen im Zusammenhang mit den aufgetretenen Sondereinflüssen vollständig beheben konnten. Parallel dazu erwarten wir im zweiten Halbjahr 2025 einen deutlichen Anstieg unseres Geschäftsvolumens mit gewohnten Zuwachsraten im Bereich von 15 % bis 20 %. Die aktuelle Entwicklung zeigt eine klare Verbesserung der Ergebnisqualität. Daher gehen wir von einem Erreichen der Prognose für das Gesamtjahr 2025 aus.

Die VIS.X®-Plattform und die YOC-eigenen Werbeformate sind entscheidend für unsere Differenzierung im internationalen Markt für digitale Werbetechnologie. Wir werden weiter in unsere Technologie investieren, um unsere Wettbewerbsposition auszubauen und die Wertsteigerung der Gesellschaft zu fördern.

Ich danke Ihnen herzlich für Ihr Vertrauen und freue mich auf die weitere Zusammenarbeit!

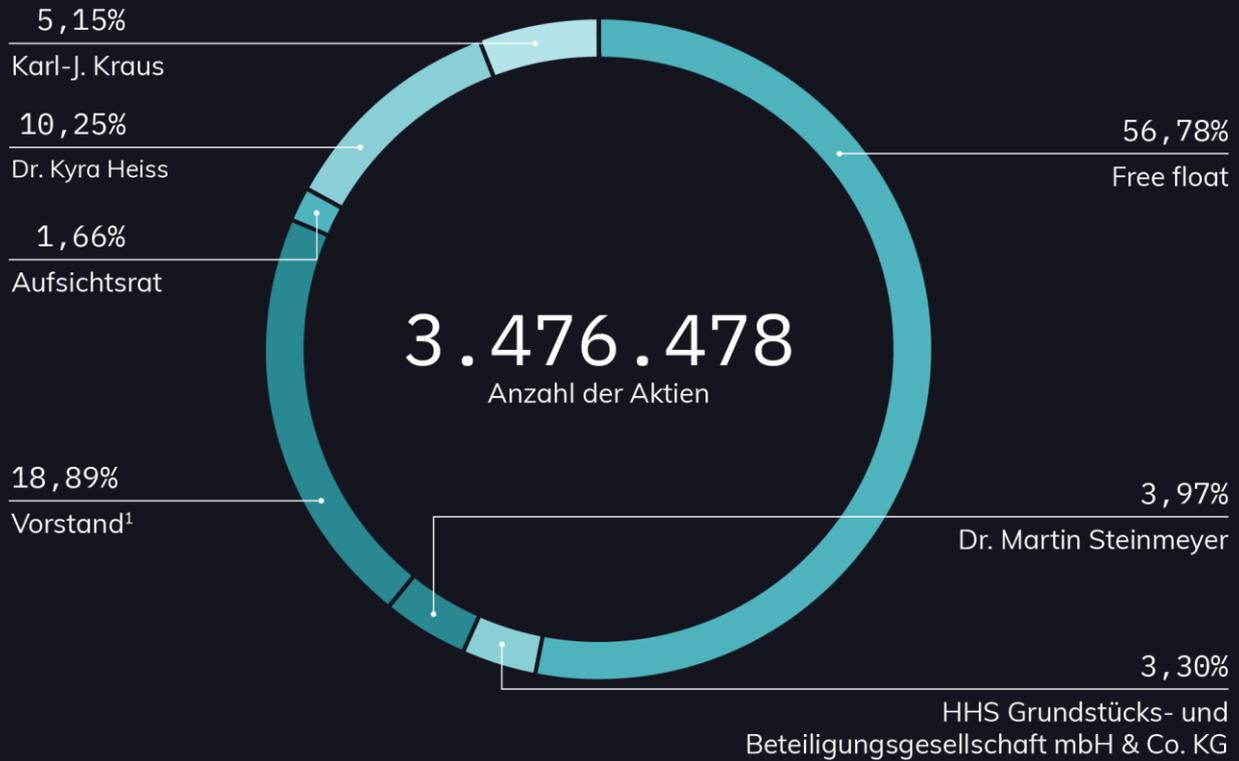
Herzliche Grüße,



Dirk-Hilmar Kraus  
CEO der YOC AG

# DIE YOC AKTIE

## AKTIONÄRSSTRUKTUR DER YOC AG



## ANGABEN ZUR NOTIERUNG

INLANDSAKTIE

AKTIENTYP

593273

WERTPAPIERKENNNUMMER

XETRA

HANDELSPLATZ

DE0005932735

ISIN

PRIME STANDARD

BÖRSESEGMENT

<sup>1</sup>Die Beteiligung der dkam GmbH ist Dirk-Hilmar Kraus zuzurechnen.

# VORSTAND

Der Vorstand der YOC AG bestand in der Berichtsperiode aus einem Mitglied:

## DIRK-HILMAR KRAUS

BERLIN

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

Er war bereits von 2001 bis 2012 im Vorstand der YOC AG, davon ab 2005 als Vorstandsvorsitzender der Gesellschaft. Er gründete die YOC AG gemeinsam mit einem Partner 2001 in Berlin, nachdem er für Roland Berger Strategy Consultants als Seniorberater tätig war und sich vornehmlich mit der Restrukturierung und strategischen Neuausrichtung von Unternehmen auseinandersetzte. Dirk-Hilmar Kraus hat keine weiteren Mandate inne.



# AUFSICHTSRAT

Der Aufsichtsrat der YOC AG bestand in der Berichtsperiode aus drei Mitgliedern:

## DR. NIKOLAUS BREUEL

BERLIN

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

Er besitzt langjährige Erfahrung als CEO in den Bereichen Dienstleistung und Service. Seine Kernkompetenzen liegen in der Definition und Umsetzung von strategischen Unternehmensausrichtungen und Restrukturierungen.

Mandate:

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



## KONSTANTIN GRAF LAMBSDORFF

BERLIN

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

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

Mandate:

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



## SACHA BERLIK

KÖLN

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

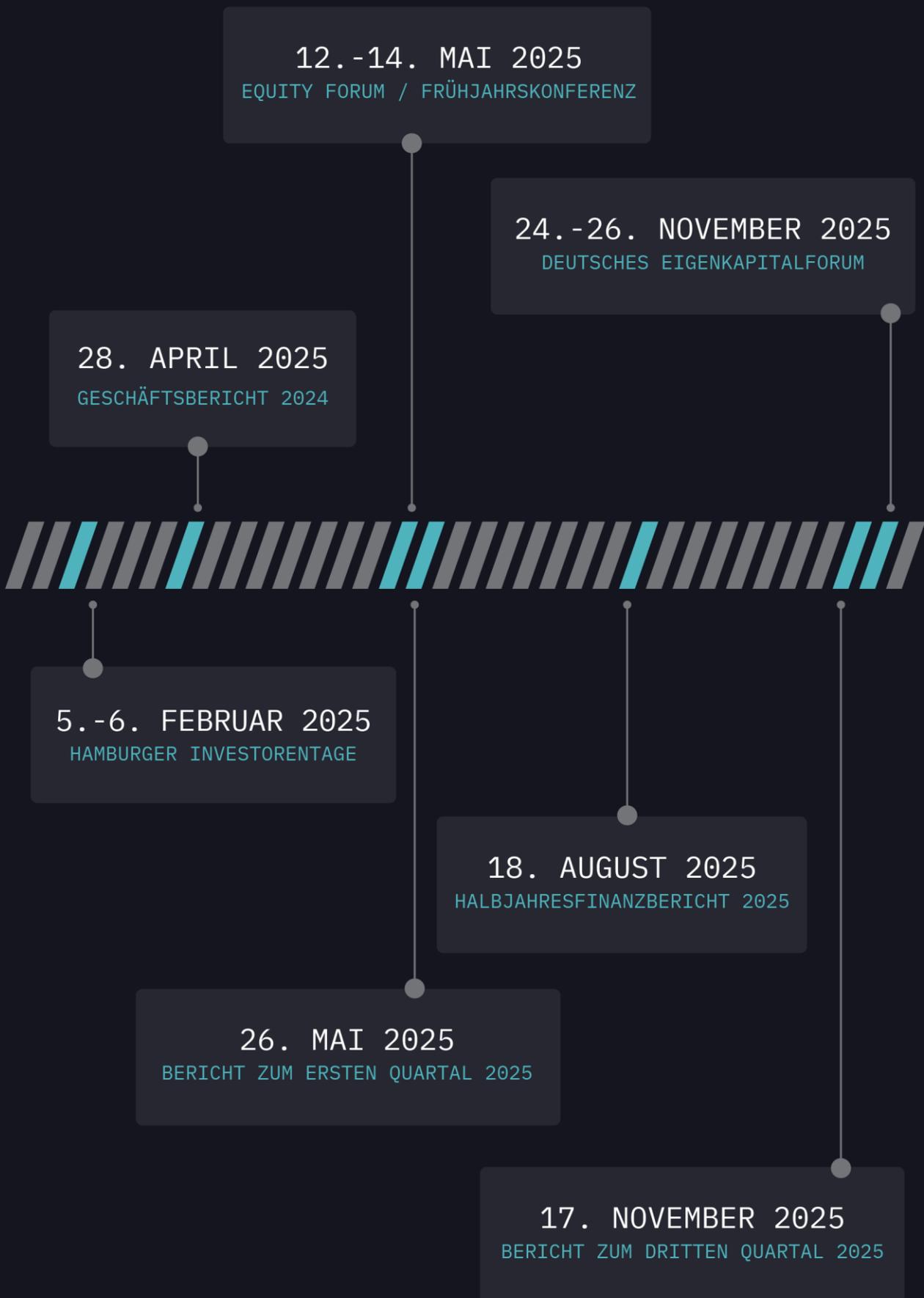
Neben der Digitalagentur Oridian (jetzt Ybrant Digital) gründete er eines der ersten europäischen Adnetworks, Active Agent, und plante die Online Präsenz für den großen deutschen Privat-TV Sender Sat.1.

Mandate:

- YOC AG: Mitglied des Aufsichtsrats (seit 2014)



# FINANZKALENDER 2025



01 AN UNSERE AKTIONÄRE

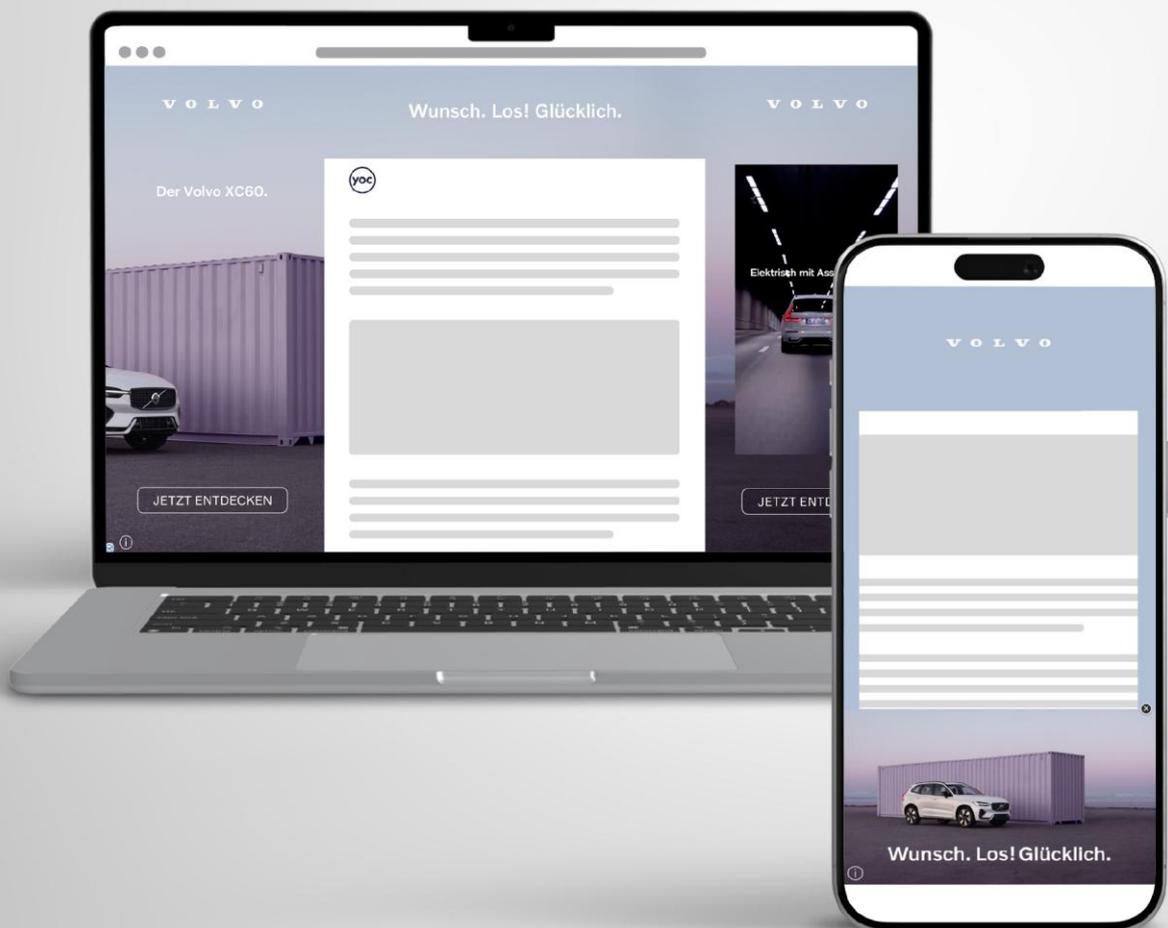
02 BUSINESS MODEL UND TECHNOLOGIE

03 KONZERNLAGEBERICHT

04 KONZERNABSCHLUSS

## 02 BUSINESS MODEL UND TECHNOLOGIE

BUSINESS MODEL	13
VIS.X®-PLATTFORM	15
YOC AD PRODUCTS	21
YOC AI-POWERED SOLUTIONS	26
RESEARCH-STUDIEN ZUR WERBEWIRKUNG UND AUFMERKSAMKEIT	28



YOC Skin  
Austria

# BUSINESS MODEL

## A BETTER ADVERTISING EXPERIENCE FOR EVERYONE

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

Mit ihrer 20-jährigen Expertise im digitalen Werbemarkt führte die YOC AG 2018 die leistungsstarke Plattform VIS.X® in den Markt ein. Durch die Bereitstellung dieser proprietären Handelsplattform ermöglicht YOC ein optimales Werbeerlebnis für Werbetreibende, Medienanbieter (Publisher) und Nutzer des Internets sowie mobiler Applikationen. Das Unternehmen positioniert sich hierdurch als Entwickler hochleistungsfähiger Software im Markt für Werbetechnologie mit Schwerpunkt im Bereich Markenwerbung. YOC unterstützt Werbetreibende dabei, ihr Hauptziel im Brand Marketing zu erreichen: Aufmerksamkeit für Marken oder Produkte zu generieren und ihre Botschaften beim Endverbraucher nachhaltig zu verankern. Dabei bedient YOC mit der VIS.X®-Plattform die Bedürfnisse der involvierten Parteien optimal:

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

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

## INVESTITIONEN IN INNOVATIONEN

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

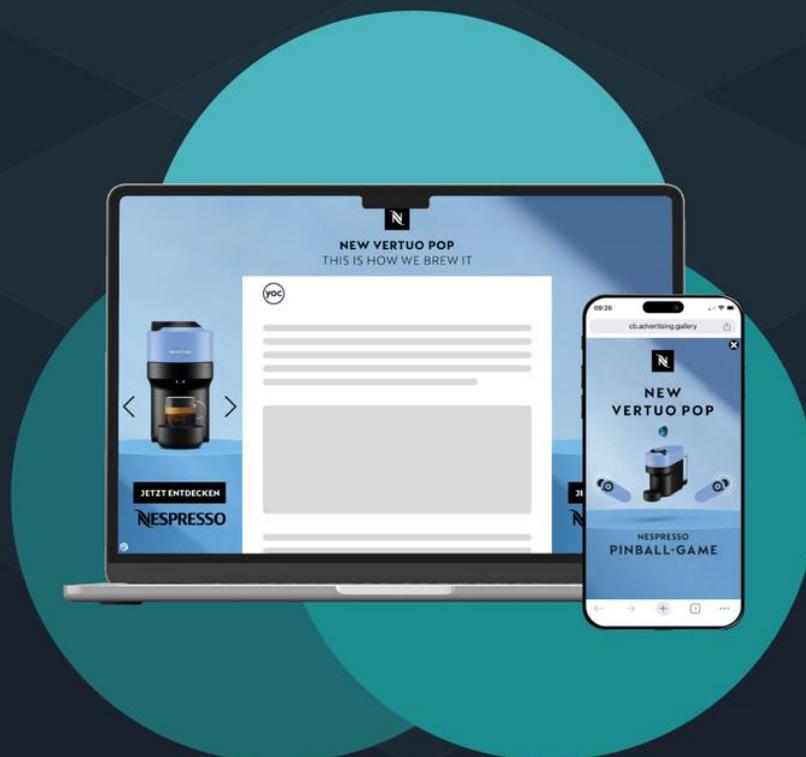
Das Ziel ist dabei die kontinuierliche Verbesserung der Software, sodass unseren Partnern ein umfangreicher, effizienter und innovativer Weg geboten wird, hochwirksame Werbemittel in Kombination mit den besten Werbeflächen automatisiert zu handeln. Dadurch baut die Gesellschaft ihre Wettbewerbsposition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

Im Geschäftsjahr 2024 lag der Fokus für den kontinuierlichen Ausbau dieser Strategie vor allem auf der Weiterentwicklung und Integration von KI-basierten Lösungen in der Plattform sowie dem Ausbau der Targeting Funktionalitäten der Plattform. Ein zentraler Meilenstein war die Erweiterung der YOC Universal Solutions um den Bereich Display, nachdem die Produktlösung YOC Universal Video Solution im Vorjahr bereits relevante Umsatzanteile erwirtschaftete. Das Werbeprodukt ermöglicht mit Hilfe der VIS.X® AI die in Echtzeit auf die Branding Kennzahlen des Werbetreibenden optimierte Auslieferung von Werbeformaten 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.

## NUTZER

UNAUFDRINGLICHE  
WERBEERLEBNISSE GENIEßEN.



## ADVERTISER

ZIELGRUPPE ERREICHEN.  
BRANDING KPIS STEIGERN.

## PUBLISHER

MONETARISIERUNG MAXIMIEREN.  
NUTZERBINDUNG SICHERN.

# TECHNOLOGIE

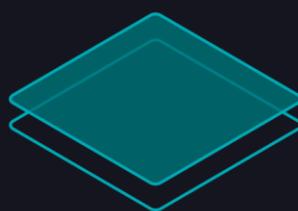
## VIS.X® - PLATTFORM

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 Folgejahren sowohl das verfügbare Inventar als auch das Handelsvolumen in der Plattform deutlich gesteigert werden. Seit dem Geschäftsjahr 2024 liegt der Fokus der Weiterentwicklung vor allem auf der innovativen Nutzung neuer Technologien für den Bereich digitaler Werbung, wie künstliche Intelligenz und Zielgruppen-erreichbarkeit über universelle Identifikatoren in Ergänzung zu Drittanbietercookies.

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

Das Alleinstellungsmerkmal der VIS.X®-Plattform ist dabei der Handel nicht standardisierter, hochwirksamer Werbeformate. Erst dadurch wird es möglich, die eigenentwickelten High-Impact Werbeformate von YOC im programmatischen Trading handelbar zu machen. Darüber hinaus wird die Plattform kontinuierlich mit weiteren technischen Merkmalen ausgestattet, welche sie weiter differenzieren und zum Erfolg sowie der Skalierung beitragen.

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



# VIS.X®



SSP



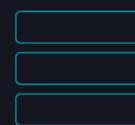
VIS.X® AI



SDK



IDENTITY



AD SERVER



HUB

## VIS.X® SSP

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

### HANDEL IM OPEN MARKETPLACE (OMP)

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

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

### HANDEL IM PRIVATE MARKETPLACE (PMP)

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

## VIS.X® ADSERVER

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

## VIS.X® SDK

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

## VIS.X® ARTIFICIAL INTELLIGENCE (AI)

VIS.X® AI ist ein zentrales, innovatives Modul der Technologieplattform VIS.X®, welches umfangreiche Algorithmen und Machine-Learning-Modelle zusammenfasst, die den Medienhandel in Echtzeit optimieren. Werbetreibende profitieren von VIS.X® AI durch signifikant gesteigerte Leistungskennzahlen, da die künstliche Intelligenz automatisch das richtige YOC-Werbeprodukt und den richtigen Publisher in Bezug auf 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 2023 ein zentraler Treiber für Innovationen der Werbetechnologie von YOC. Nach der erfolgreichen Etablierung der KI-gestützten Lösungen für den Bereich des Video Advertising wurde das Produktportfolio im vergangenen Geschäftsjahr 2024 um die YOC Universal Display Solution erweitert. Diese macht die hochwirksamen Displaywerbeformate von YOC für die Echtzeitoptimierung der VIS.X® AI zugänglich. Somit kann das gesamte Produktportfolio der YOC-Gruppe sowohl individuell als auch in Kombination und Auswahl durch künstliche Intelligenz von Werbetreibenden eingekauft werden.

## VIS.X® IDENTITY INTELLIGENCE

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

Bereits im Jahr 2023 hat YOC in weitreichende Alternativlösungen investiert, die sich vor allem durch ihre Vielseitigkeit und insbesondere durch die Kombination zahlreicher Datenpartner auszeichnen. Starke Partnerschaften mit Anbietern alternativer Identifier, 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 Datenprovider kompatibel sind.

Im Geschäftsjahr 2024 wurde die VIS.X® Identity Intelligence um eine Vielzahl an internationalen Datenpartnern, wie Eyeota und Mastercard ergänzt. Die umfangreiche Kombination von hochwertigen Datenpartnern innerhalb der Lösung ermöglicht dabei die Maximierung der Reichweite innerhalb der Wunschzielgruppe von Werbetreibenden. Ergänzend dazu bietet die VIS.X® Identity Intelligence kontextuelles Targeting als weitere effektive Maßnahme zur interessensbasierten Ausspielung von Werbung.

## YOC HUB

### MANAGEMENT UND REPORTING SYSTEM

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

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

### MANAGEMENT DES INVENTARS

Die Management-Oberfläche des YOC HUB bietet die komplette Verwaltung des gehandelten Inventars, der integrierten Publisher, deren stationären und mobile Webseiten beziehungsweise Apps sowie einzelner Werbeflächen. Die Steuerung in der Plattform bietet granulare Möglichkeiten, die verfügbaren Werbeformate zu konfigurieren, Preispunkte zu definieren sowie die Handelskanäle zu bestimmen. Diese Einstellvarianten erlauben es im Rahmen des Handels, die optimale Kombination aus Ertrag und User Experience zu realisieren.

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

### DEAL UND ORDER MANAGEMENT

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

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

## AUTOMATISIERTE ABRECHNUNG

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

## WEITERE INNOVATIVE FUNKTIONEN DER VIS.X®-PLATTFORM

### FRAUD PROTECTION

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

Zusätzlich ermittelt der Fraud Protection-Algorithmus Werbeanzeigen, die schadhafte Programme auf den Endgeräten der Nutzer ausführen könnten und entfernt diese, bevor es zur Anzeige kommt. Somit wird die Sicherheit der Nutzer gewährleistet sowie eine konstant hohe Qualität an Werbeanzeigen für die Publisher erzielt.

### MULTICHANNEL-ANSATZ

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

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

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 2024 erreichte das Handelsvolumen aus diesem Kanal bereits über 12 % des gesamten Handelsvolumens. Entsprechend dieser Nachfragesteigerung wurden alle Werbeprodukte sowohl für mobile als auch desktopbasierte Geräte verfügbar gemacht.

### ERWEITERTE PREISMODELLE

Die VIS.X®-Plattform ermöglicht den Einkäufern von Medialeistungen maximale Flexibilität in der Wahl des Preismodells für die Auslieferung der jeweiligen Werbeformate. Neben des gängigen Tausenderkontaktpreises (CPM) sowie des Einkaufs über ein Cost-per-Click (CPC)- Modell können auf der Plattform auch erweiterte Preismodelle gewählt werden. Zur Verfügung stehen der Viewable CPM (vCPM), bei dem die Werbeauslieferung nur dann abgerechnet wird, wenn die Werbeeinblendung auch tatsächlich vom Nutzer gesehen wurde. Für Video-Werbung lässt sich der Einkauf zusätzlich im Rahmen eines Cost-Per-Completed-View-Modells (CPCV) auf vollständig gesehene Videos optimieren. Seit dem Geschäftsjahr 2023 ist zudem das Abrechnungsmodell Cost per Engagement (CPE) über die VIS.X®-Plattform verfügbar.

Bei dem Einkauf von High-Impact Produkten über dieses Preismodell zahlt der Werbetreibende nur für tatsächliche Interaktionen mit dem Werbemittel und steuert sein Werbebudget so maximal effizient aus. Dieses Preismodell sowie die daraus resultierende Optimierung stützt sich auf die weiterentwickelten KI-Funktionalitäten der VIS.X®-Plattform.

# YOC AD PRODUCTS

Neben der vorgestellten VIS.X®-Plattform entwickelt YOC hochwirksame (High-Impact) Werbeformate und KI-basierte Lösungen und vertreibt diese in derzeit drei Produktlinien. Der Einsatz von YOC Werbeformaten und Lösungen schafft, ein besseres Werbeerlebnis für alle involvierten Parteien. Nutzer von Inhalten des Internets sowie mobiler Applikationen sollen für sie relevante sowie interessante Werbebotschaften erhalten und wahrnehmen.

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

## HIGH-IMPACT WERBEFORMATE

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

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

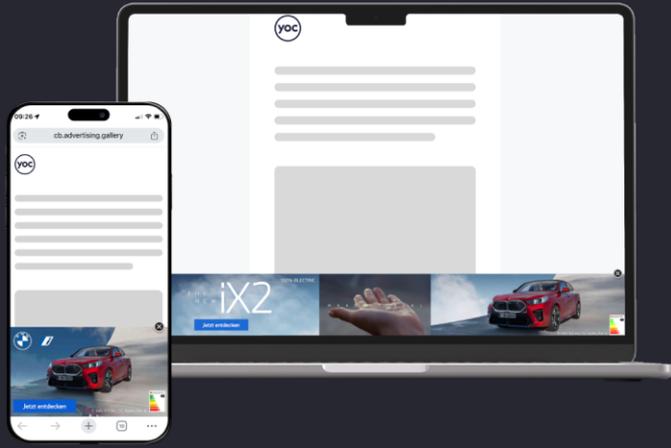
Aktuell besteht das Produktportfolio von YOC aus acht High-Impact Produkten:

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

Eine Auswahl an Umsetzungen der YOC High-Impact Produkte ist in unserem Showroom unter [www.showroom.yoc.com](http://www.showroom.yoc.com) einzusehen.

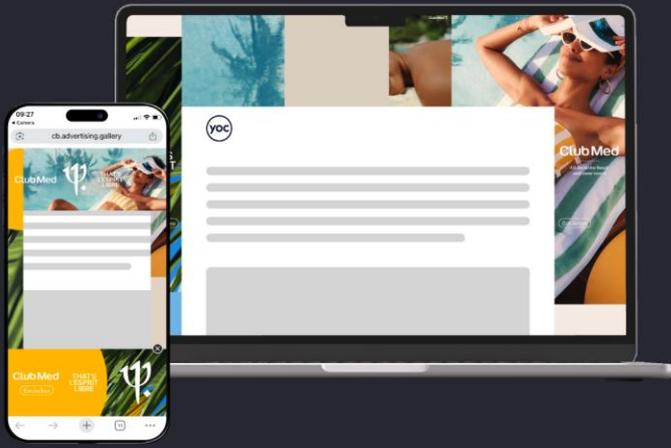


YOC MYSTERY AD®

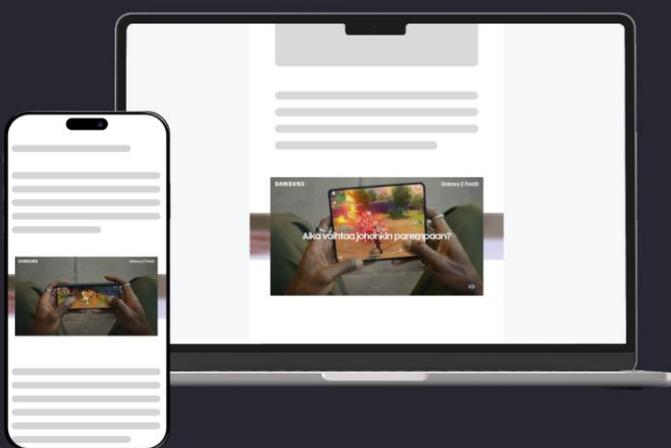


YOC MYSTERY SCROLLER®



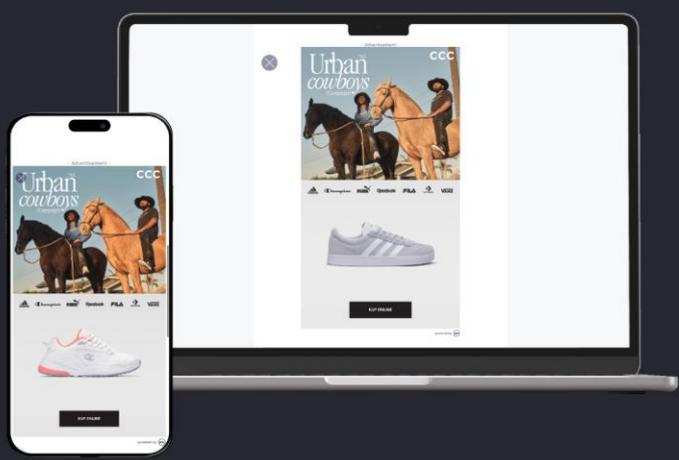


YOC SKIN



YOC ZOOM AD





YOC UNDERSTITIAL AD®

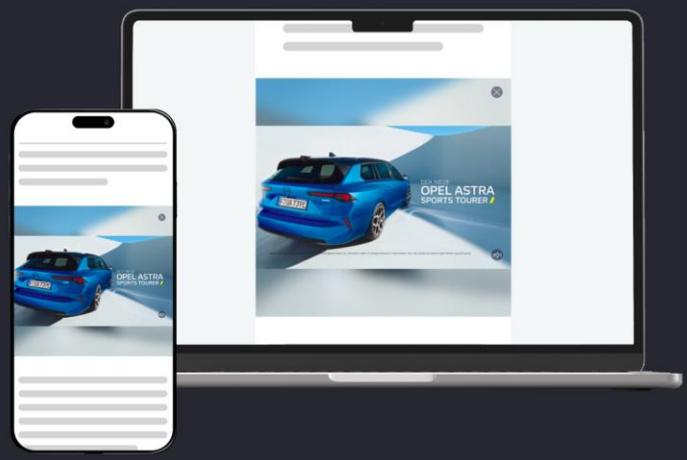


YOC BRANDED TAKEOVER





YOC SITEBAR



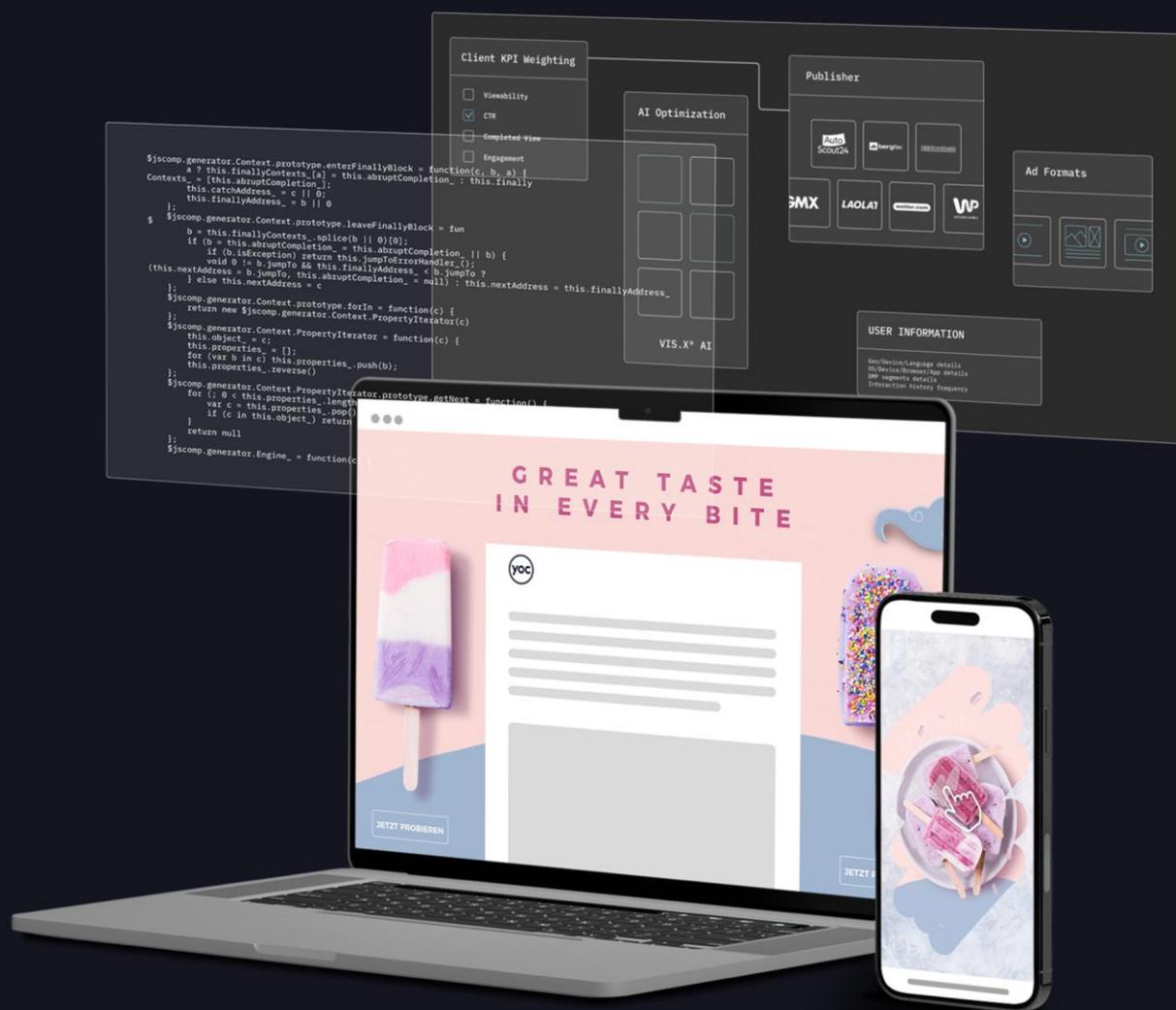
YOC INLINE VIDEO AD



# YOC AI-POWERED SOLUTIONS

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

Nach der Einführung der YOC Universal Video Solution im Jahr 2023 erschließt seit dem Geschäftsjahr 2024 die YOC Universal Display Solution die KI-gesteuerte Buchung von hochwirksamen Display-Werbeformate über die VIS.X®-Plattform. Seit dem zweiten Halbjahr 2024 werden bereits ein Viertel der Umsätze der YOC-Gruppe KI-gestützten Lösungen erwirtschaftet.



High-Impact  
Werbeformate  
flexibel einsetzbar

Echtzeit  
VIS.X® AI  
Optimierung

Umfangreiche  
Reichweite

Individuelle  
Gestaltung &  
vielseitige Features

The diagram illustrates the YOC Universal Video Solution. At the center is a hub labeled "VIS.X® AI" with a grid of four squares above it. Dashed lines radiate from this hub to six devices: two laptops, two smartphones, and two tablets. Each device displays a different video advertisement for Tchibo, featuring a cozy dining scene with warm lighting and candles. A mouse cursor icon is positioned in the bottom right corner of the diagram area.

YOC UNIVERSAL VIDEO SOLUTION

The diagram illustrates the YOC Universal Display Solution. At the center is a hub labeled "VIS.X® AI" with a grid of four squares above it. Dashed lines radiate from this hub to six devices: two laptops, two smartphones, and two tablets. The devices display static content for McDonald's, including the golden arches logo, a hand cursor icon, and promotional text such as "Aus Crew love true love machen?". A mouse cursor icon is positioned in the bottom right corner of the diagram area.

YOC UNIVERSAL DISPLAY SOLUTION

# RESEARCH-STUDIEN ZUR WERBEWIRKUNG UND AUFMERKSAMKEIT

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

## WERBEWIRKSAMKEIT

Im Oktober 2020 untersuchte YOC in Zusammenarbeit mit Nielsen erstmals die Wirkung der eigenen YOC High-Impact Werbeformate im Vergleich zu Standard-Werbeformaten. Die Studienergebnisse zeigen, dass YOC High-Impact Werbeformate einprägsamer als Standard-Werbeformate sind und einen signifikanten Anstieg der Marken- und Werbeerinnerung erzielen.

Sie sind außerdem in der Lage, sich deutlich positiv von Standard-Werbeformaten zu unterscheiden, indem sie große Steigerungen bei wichtigen Werbecharakteristika wie Attraktivität, Auffälligkeit und Innovation aufweisen. 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. Folglich wird das Publikum durch diese besonderen Werbemittel nicht irritiert, sondern erinnert sich an sie. Dies verdeutlicht, dass Werbetreibende durch den Einsatz von YOC High-Impact Formaten ihre Kampagnenziele besser erreichen und gleichzeitig das Werbeerlebnis positiv beeinflussen.

## EFFIZIENZ

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

Methodisch wurden erneut Standard-Formate mit diversen YOC High-Impact Formaten in einem realen Testumfeld verglichen. Die Ergebnisse der Studie belegen, dass bei Standard-Formaten mindestens zwei Mal so viele Kontakte benötigt werden, um die gleiche Werbeerinnerung zu erzielen, wie dies bei den eigenentwickelten YOC High-Impact Formaten der Fall ist. Außerdem ist die ungestützte Markenerinnerung bei High-Impact Formaten trotz halber Kontaktzahl um 273 % höher als bei Standardwerbemitteln.

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

## ENGAGEMENT

2023 wurde in Zusammenarbeit mit Nielsen die Performance von High-Impact Werbemitteln hinsichtlich der Interaktion und Aktivierung (Engagement) von Nutzern betrachtet. Es konnte bestätigt werden, dass High-Impact Werbemittel stärker zur Interaktion mit der Werbung anregen.

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

## ATTENTION

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

Die Ergebnisse belegen, dass die hochwertigen Werbeformate bei den Nutzern bis zu 5,8x höhere Aufmerksamkeitswerte erzielen konnte als vergleichbare Standard-Banner. Darüber hinaus konnte belegt werden, dass die durchschnittliche aktive Zeit in der die Werbung betrachtet, wurde bei YOC High-Impact Werbeformaten bis zu 215 % höher ausfällt als bei Standard-Werbeformaten.



## EFFECTIVITÄT

60% (+28%)

Höhere Aufmerksamkeit für Marken durch YOC High-Impact Werbeformaten



## EFFIZIENZ

41% (+273%)

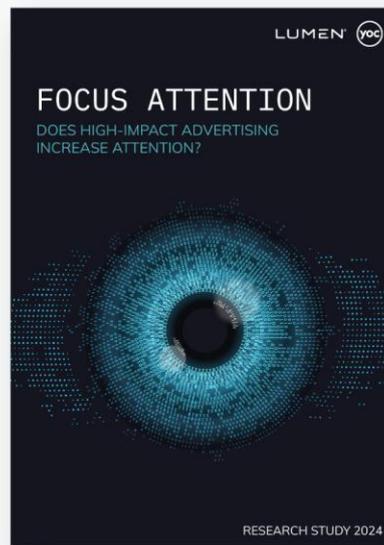
Ungestützte Markenerinnerung bei geringerer Werbeexposition als mit Standard Formaten



## ENGAGEMENT

42% (+17%)

Sind bereit mit YOC High-Impact Produkten zu interagieren



## ATTENTION

5.8x (+490%)

Mehr Aufmerksamkeit mit YOC High-Impact Produkten als mit Standard Formaten

## 03 KONZERLAGEBERICHT

GESCHÄFTSENTWICKLUNG DES YOC-KONZERNS	32
MARKTUMFELD DIGITAL ADVERTISING	33
ENTWICKLUNG DER ERTRAGSLAGE DES YOC-KONZERNS	34
ENTWICKLUNG DER FINANZ- UND VERMÖGENSLAGE DES YOC-KONZERNS	37
PROGNOSEBERICHT DES YOC-KONZERNS	39
CHANCEN- UND RISIKOBERICHT	41



YOC Mystery Ad®  
Germany

# GESCHÄFTSENTWICKLUNG DES YOC-KONZERNS

Die YOC AG entwickelt Technologien und Software für den digitalen Werbemarkt. Mit Hilfe unserer programmatischen Handelsplattform VIS.X® ermöglichen wir ein optimiertes Werberlebnis 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 der YOC-Konzern in Düsseldorf, Hamburg, Helsinki, Wien, Warschau und Zürich. Mit der Gründung der YOC Sweden AB im Juli 2024 in Stockholm wurden die Aktivitäten im nordischen Markt verstärkt und die internationale Expansion weiter vorangetrieben.

Die YOC AG steigerte im ersten Halbjahr 2025 ihre Umsatzerlöse auf Konzernebene um 10 % auf 17,1 Mio. EUR (H1/2024: 15,5 Mio. EUR). Die externen Umsätze auf dem nationalen Markt betragen 9,1 Mio. EUR (H1/2024: 8,7 Mio. EUR). Die internationalen Geschäftstätigkeiten stiegen auf 8,0 Mio. EUR (H1/2024: 6,8 Mio. EUR) an.

Das operative Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) belief sich auf Konzernebene auf 0,5 Mio. EUR (H1/2024: 1,8 Mio. EUR). Gegenläufig auf die Profitabilität im laufenden Geschäftsjahr 2025 wirkten sich insbesondere Mehraufwendungen in Höhe von rund 0,4 Mio. EUR (H1/2024: 0,0 Mio. EUR) im Zuge der Expansion in den schwedischen Markt, deutlich gestiegene Währungsaufwendungen im Zuge der Abwertung des US-Dollar-Kurses in Höhe von 0,3 Mio. EUR (H1/2024: 0,05 Mio. EUR) sowie temporär erhöhte Betriebskosten für die unternehmenseigene VIS.X®-Plattform in Höhe von 0,5 Mio. EUR (H1/2024: 0,0 Mio. EUR) aus. Im Ergebnis resultiert ein Konzernperiodenergebnis in Höhe von -0,7 Mio. EUR (H1/2024: 0,9 Mio. EUR).

Die Handelsplattform VIS.X® ermöglicht den programmatischen (automatisierten) Handel der Werbeprodukte des YOC-Konzerns und positioniert die Gesellschaft als hochwertigen Anbieter von Werbetechnologie (Ad Technology). Umsatzerlöse resultieren aus der Erbringung von digitalen Werbedienstleistungen, die durch Werbetreibende (Kunden) über programmatische Einkaufsplattformen bezogen werden und vom YOC-Konzern mithilfe des Erwerbs von verfügbaren Werbeplätzen (Auspielungsrechten) bei Publisher-Partnern über die Technologieplattform VIS.X® sowie weitere Technologieplattformen ausgeliefert beziehungsweise erbracht werden.

Zum Bilanzstichtag beliefen sich die liquiden Mittel des YOC-Konzerns auf 0,7 Mio. EUR und sanken saisonal bedingt im Vergleich zum Jahresendbestand 2024 (31. Dezember 2024: 4,0 Mio. EUR). Darüber hinaus verfügt die YOC AG über freie Kreditlinien in Höhe von insgesamt 1,5 Mio. EUR.

Die Bilanzsumme des YOC-Konzerns sank saisonal bedingt und belief sich zum Bilanzstichtag auf 20,2 Mio. EUR (31. Dezember 2024: 23,5 Mio. EUR).

# MARKTUMFELD DIGITAL ADVERTISING

## VERBREITUNG DIGITALER MEDIEN

Über 5,5 Milliarden Menschen weltweit haben Zugang zum Internet – das entspricht 68 % der Weltbevölkerung. Betrachtet man rein die werberelevanten Zielgruppen lässt sich eine nahezu vollständige Nutzerabdeckung mit digitalen Endgeräten beobachten.<sup>1</sup> Die flächendeckende Verbreitung und das Nutzerverhalten von weltweit durchschnittlich fünf Stunden täglicher Nutzungsdauer verdeutlicht die hohe Bedeutung von digitalen Medien.<sup>2</sup>

Diese Zahlen zeigen deutlich, dass im digitalen Raum und somit auch dort platzierte Werbung in der heutigen Zeit nahezu jede Person erreicht.

Die vielfältigen Innovationen im Bereich digitaler Medien der letzten Jahre unterstützen diesen Trend weiter. Technologien wie Connected TV (CTV), Digital-Out-Of-Home (DOOH) oder Retail Media erschließen neben den klassischen Web- und App-Umfeldern neue Kanäle für das digitale Marketing und erweitern so die Möglichkeiten an potenziellen digitalen Werbekontakten.

## WELTWEITES WACHSTUM DER WERBEBRANCHE

Der im Dezember 2024 veröffentlichte *Advertising Expenditure Forecast* von Zenith, einer weltweit führenden Mediaagentur, berichtet einen Anstieg der globalen Werbeausgaben in Höhe von 8,1 % auf 947 Milliarden Dollar für das Geschäftsjahr 2024. In der Europäischen Union (EU) wird ein Wachstum von 8,5 % und in Deutschland von 6,3 % für 2024 erwartet. Im Vergleich zu den vom Internationalen Währungsfonds (IWF) kommunizierten weltweiten Wachstum des realen Bruttoinlandsprodukts (BIP) in Höhe von 3,2 % verzeichnet die Werbebranche im Jahr 2024 somit nominal, das heißt unter Berücksichtigung der Inflationseffekte, ein stärkeres Wachstum als die Weltwirtschaft.<sup>3</sup>

Digitale Kanäle repräsentieren dabei weltweit bereits rund 73 % der Werbeausgaben, lediglich 27 % entfallen auf klassische Werbekanäle. Die größten Werbemärkte der Welt sind laut einer Studie der Agenturgruppe GroupM die USA, China, Großbritannien, Japan und Deutschland.<sup>4</sup>

Für das Jahr 2025 prognostiziert Zenith ein weltweites Wachstum der Werbeausgaben in Höhe von 6,5 %.

REGION	WERBEAUSGABEN 2024	WACHSTUM 2024	PROGNOSE 2025
<b>Weltweit</b>	947 Milliarden \$	8,1 %	6,5 % Wachstum
<b>Europa</b>	234 Milliarden \$	8,5 %	6,6 % Wachstum
<b>Deutschland</b>	37,6 Milliarden \$	6,3 %	4,5 % Wachstum

<sup>1</sup> <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/805920/umfrage/anzahl-der-internetnutzer-weltweit/>

<sup>2</sup> <https://www.harmonyhit.com/phone-screen-time-statistics>

<sup>3</sup> <https://www.zenithmedia.com/zenith-reports-a-consistent-global-ad-market-with-4-4-growth/>

<sup>4</sup> <https://www.groupm.com/this-year-next-year-2024-global-end-of-year-forecast/>

# ENTWICKLUNG DER ERTRAGSLAGE DES YOC-KONZERNS

## UMSATZENTWICKLUNG UND GESAMTLEISTUNG

In den ersten sechs Monaten des laufenden Geschäftsjahres 2025 verzeichnete der Konzern **Umsatzerlöse** in Höhe von rund 17,1 Mio. EUR (H1/2024: 15,5 Mio. EUR).

Die **Gesamtleistung** des Konzerns liegt mit 17,9 Mio. EUR um 1,6 Mio. EUR über dem Niveau des Vorjahres (H1/2024: 16,3 Mio. EUR).

## UMSATZ UND ERTRAGSLAGE DER BERICHTSPFLICHTIGEN SEGMENTE DES YOC-KONZERNS

Im ersten Halbjahr 2025 stiegen die Umsatzerlöse in den beiden berichtspflichtigen Segmenten auf insgesamt 17,1 Mio. EUR (H1/2024: 15,5 Mio. EUR) an.

Die externen Umsätze im berichtspflichtigen Segment **nationaler Markt** beliefen sich mit 9,1 Mio. EUR (H1/2024: 8,7 Mio. EUR) um 4 % über dem Niveau des Vorjahres. Das operative Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) belief sich auf 2,5 Mio. EUR (H1/2024: 3,1 Mio. EUR).

Die **internationalen Geschäftstätigkeiten** stiegen um 18 % auf 8,0 Mio. EUR (H1/2024: 6,8 Mio. EUR) an. Das Segment erzielte im Berichtsjahr ein operatives Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) in Höhe von 0,4 Mio. EUR (H1/2024: 0,7 Mio. EUR). Gegenläufig auf die Profitabilität des Segments wirkten sich Mehraufwendungen in Höhe von 0,4 Mio. EUR (H1/2024: 0,0 Mio. EUR) im Zuge der Expansion in den schwedischen Markt aus.

## MATERIALAUFWAND UND ROHERTRAG

Die **Materialaufwendungen** beliefen sich in der Berichtsperiode auf 9,8 Mio. EUR (H1/2024: 8,4 Mio. EUR) und stiegen somit überproportional im Vergleich zum Umsatzwachstum an. Einen entscheidenden Einfluss stellten in diesem Kontext außerplanmäßige Betriebskosten für die unternehmenseigene VIS.X®-Plattform dar, die den Rohertrag im ersten Halbjahr 2025 deutlich belastet haben. Durch signifikante Optimierungen der Effizienz der technischen Infrastruktur konnten die Betriebskosten nachhaltig gesenkt werden, sodass bereits im zweiten Halbjahr 2025 ein deutlich erhöhter Rohertrag resultieren wird.

Im Rahmen der Entwicklung der vergangenen Jahre, die durch eine zunehmende Fokussierung auf unsere Technologie sowie die YOC-Werbeformate und -Dienstleistungen ist, hatte sich die Rohertragsquote der Gesellschaft kontinuierlich verbessert.

Für die zweite Jahreshälfte des laufenden Geschäftsjahres 2025 wird eine deutlich gestiegene Rohertragsquote erwartet. Die weitere Zunahme der Rohertragsquote stellt einen wichtigen Baustein zur Skalierung und damit zur weiteren positiven Unternehmensentwicklung dar.

## PERSONALAUFWAND UND PERSONALENTWICKLUNG

Zum 30. Juni 2025 beschäftigte der Konzern insgesamt 125 **Mitarbeiter** (30. Juni 2024: 112 Mitarbeiter). Die **durchschnittliche Mitarbeiteranzahl** belief sich auf 124 Mitarbeiter (H1/2024: 105 Mitarbeiter). Mitarbeiter in Teilzeit werden auf Vollzeitäquivalente umgerechnet. Auszubildene, Praktikanten sowie Vorstandsmitglieder werden für die Ermittlung nicht berücksichtigt.

In den ersten sechs Monaten des laufenden Geschäftsjahres 2025 betrug der **Personalaufwand** insgesamt 5,3 Mio. EUR (H1/2024: 4,3 Mio. EUR).

Die Expansion in den schwedischen Markt sowie ein spürbarer Personalaufbau im Bereich der weiteren Plattform- und Produktenwicklung, des Vertriebs und im Rahmen der Internationalisierung bedingten den Anstieg der Mitarbeiteranzahl und damit des Personalaufwands des YOC-Konzerns. Die Erhöhung des Personalaufwands wird sich im zweiten Halbjahr nicht weiter fortsetzen.

## SONSTIGE BETRIEBLICHE AUFWENDUNGEN

Im ersten Halbjahr 2025 betrug die **sonstigen betrieblichen Aufwendungen** 2,3 Mio. EUR (H1/2024: 1,8 Mio. EUR). Der Anstieg gegenüber dem Vorjahreszeitraum resultiert im wesentlichen aus deutlich gestiegenen Währungsaufwendungen im Zuge der Abwertung des US-Dollar Kurses in Höhe von 0,3 Mio. EUR (H1/2024: 0,05 Mio. EUR) sowie aus höheren Aufwendungen für die Anmietung von Büroflächen, Beratungsdienstleistungen, Fremdarbeiten und gestiegenen Aufwendungen für Lizenzen und Konzessionen.

## EBITDA

Das **operative Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)** belief sich in der Berichtsperiode auf 0,5 Mio. EUR (H1/2024: 1,8 Mio. EUR).

## ERGEBNIS NACH STEUERN

Der YOC-Konzern verzeichnete planmäßige Abschreibungen und Wertminderungen in Höhe von insgesamt 1,0 Mio. EUR (H1/2024: 0,8 Mio. EUR). Der Anstieg ist im Wesentlichen auf die Zunahme planmäßiger Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte zurückzuführen.

Das Finanzergebnis betrug -0,1 Mio. EUR (H1/2024: -0,1 Mio. EUR). Die Steuern vom Einkommen und Ertrag summierten sich auf 0,1 Mio. EUR (H1/2024: 0,1 Mio. EUR).

Das **Ergebnis nach Steuern** beträgt somit -0,7 Mio. EUR (H1/2024: 0,9 Mio. EUR).

## KONZERNPERIODENERGEBNIS DES YOC-KONZERNS

Das erste Halbjahr 2025 beendet der YOC-Konzern in Summe der dargestellten Effekte mit einem **Konzernperiodenergebnis** in Höhe von -0,7 Mio. EUR (H1/2024: 0,9 Mio. EUR).

# ENTWICKLUNG DER FINANZ- UND VERMÖGENSLAGE DES YOC-KONZERNS

## VERMÖGENSWERTE

Zum Bilanzstichtag betragen die Vermögenswerte des YOC-Konzerns insgesamt 20,2 Mio. EUR (31. Dezember 2024: 23,5 Mio. EUR). Davon entfielen 11,1 Mio. EUR auf langfristige und weitere 9,1 Mio. EUR auf kurzfristige Vermögenswerte.

## EIGENKAPITAL

Zum 30. Juni 2025 beträgt das **Eigenkapital** des YOC-Konzerns 7,6 Mio. EUR (31. Dezember 2024: 8,3 Mio. EUR).

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

Die **Währungsumrechnungsdifferenzen** in Höhe von -0,04 Mio. EUR (31. Dezember 2024: -0,03 Mio. EUR) resultieren aus der Umrechnung der Halbjahresabschlüsse der Tochtergesellschaften in Polen, der Schweiz sowie in Schweden.

## SCHULDEN

Zum Bilanzstichtag valutierten die **Schulden** der Gesellschaft in Höhe von insgesamt 12,6 Mio. EUR (31. Dezember 2024: 15,2 Mio. EUR). Davon entfielen 2,2 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 0,7 Mio. EUR und sanken saisonal bedingt im Vergleich zum Jahresendbestand 2024 (31. Dezember 2024: 4,0 Mio. EUR).

### OPERATIVER CASH-FLOW

Die Ermittlung des **operativen Cash-Flows** erfolgt nach der indirekten Methode. Ausgangspunkt für die Ermittlung ist das Konzernperiodenergebnis der Berichtsperiode in Höhe von -0,7 Mio. EUR (H1/2024: 0,9 Mio. EUR). In der Berichtsperiode betrug der operative Cash-Flow des YOC-Konzerns -1,6 Mio. EUR (H1/2024: 0,5 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 **Cash-Flow aus Investitionstätigkeiten** in Höhe von -1,3 Mio. EUR (H1/2024: -1,3 Mio. EUR) umfasst primär die Entwicklungskosten im Zusammenhang mit der Weiterentwicklung der Technologieplattform VIS.X® sowie der Erweiterung der Produktpalette an innovativen High-Impact Werbeformaten (Sonderformaten) des Unternehmens.

### CASH-FLOW AUS FINANZIERUNGSTÄTIGKEITEN

Der **Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeiten** in Höhe von -0,4 Mio. EUR (H1/2024: -0,3 Mio. EUR) resultiert im Wesentlichen aus der Tilgung von Darlehens- und Leasing-Verbindlichkeiten.

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

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

Im Ergebnis konnte der YOC-Konzern die **Umsatzerlöse** auf Konzernebene um rund 10 % auf 17,1 Mio. EUR (H1/2024: 15,5 Mio. EUR) erhöhen.

Das **operative Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)** belief sich in der Berichtsperiode auf 0,5 Mio. EUR (H1/2024: 1,8 Mio. EUR). Gegenläufig auf die Profitabilität im laufenden Geschäftsjahr 2025 wirkten sich insbesondere Mehraufwendungen in Höhe von rund 0,4 Mio. EUR (H1/2024: 0,0 Mio. EUR) im Zuge der Expansion in den schwedischen Markt, deutlich gestiegene Währungsaufwendungen im Zuge der Abwertung des US-Dollar Kurses in Höhe von 0,3 Mio. EUR (H1/2024: 0,05 Mio. EUR) sowie temporär erhöhte Betriebskosten für die unternehmenseigene VIS.X®-Plattform in Höhe von 0,5 Mio. EUR (H1/2024: 0,0 Mio. EUR) aus.

Die Berichtsperiode beendete der Konzern mit einem **Konzernperiodenergebnis** in Höhe von -0,7 Mio. EUR (H1/2024: 0,9 Mio. EUR). In Konsequenz dieser Unternehmensentwicklung valutierte das **Konzerneigenkapital** zum 31. Juni 2025 bei 7,6 Mio. EUR (31. Dezember 2024: 8,3 Mio. EUR).

Zum Bilanzstichtag beliefen sich die **liquiden Mittel** des YOC-Konzerns auf 0,7 Mio. EUR und sanken saisonal bedingt im Vergleich zum Jahresendbestand 2024 (31. Dezember 2024: 4,0 Mio. EUR). Darüber hinaus verfügt die YOC AG über freie Kreditlinien in Höhe von insgesamt 1,5 Mio. EUR. Der YOC-Konzern verfügt damit auch weiterhin über die finanziellen Voraussetzungen, um organisches Wachstum und gezielte Akquisition zu finanzieren.

Die **Bilanzsumme** des YOC-Konzerns sank auf 20,2 Mio. EUR (31. Dezember 2024: 23,5 Mio. EUR).

# PROGNOSEBERICHT DES YOC-KONZERNS

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) als auch Werbetreibende (Advertiser) attraktive Informations- und Unterhaltungsangebote bereitstellen.

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

Für Advertiser bedeutet dies hingegen, ihre Zielgruppe genau zu kennen und sie kreativ anzusprechen. Vor diesem Hintergrund erlangt die Forderung nach kreativen und hochwirksamen Werbeformaten eine kontinuierlich steigende 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.<sup>5</sup>

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

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

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

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

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

---

<sup>5</sup> Gemäß Studie Nielsen/YOC: The effectiveness of high-impact ad formats, [Online] <https://insights.yoc.com/nielsen-brandawareness>

Nach einem Umsatzwachstum von jeweils nahe oder über 15 % in den vier zurückliegenden Geschäftsjahren wird für das Geschäftsjahr 2025 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 2025 von einem Realwachstum des Bruttoinlandsproduktes (BIP) in Höhe von 1,1 %<sup>6</sup> ausgegangen wird, wird der Anstieg der deutschen Wirtschaftsleistung von nahezu allen deutschen Forschungsinstituten sowie auch der deutschen Bundesregierung mit einem geringfügigen Wachstum oder sogar einer Stagnation prognostiziert.<sup>7</sup>

Da der YOC-Konzern etwas mehr als die Hälfte seiner Umsatzerlöse in Deutschland generiert, bleibt das makroökonomische Umfeld somit teilweise schwierig. Trotzdem ist weiterhin von einer anhaltenden Verschiebung zu digitalen Werbeausgaben auszugehen. In diesem Kontext steigerte sich die Nachfrage nach High-Impact Werbeformaten in den Vorjahren – dieser Trend sollte sich nach Einschätzung des Vorstands des YOC-Konzerns auch im laufenden Geschäftsjahr 2025 fortsetzen. Es wird erwartet, dass sich das Geschäftsmodell im Gesamtjahr 2025 weiterhin resilient gegenüber der allgemeinen gesamtwirtschaftlichen Entwicklung zeigt.

Insgesamt rechnet der YOC-Konzern mit steigenden **Umsatzerlösen** auf 39,0 Mio. EUR bis 41,0 Mio. EUR bei unterproportional ansteigenden Aufwendungen. Parallel dazu sollte sich ebenfalls der durchschnittliche Auftragsbestand im Geschäftsjahr 2025 erhöhen.

Der YOC-Konzern geht im Zuge des weiteren Umsatz- und Unternehmenswachstums von einer leicht steigenden **Mitarbeiteranzahl** im Jahresverlauf 2025 aus.

Die **Rohertragsquote** des YOC-Konzerns wird voraussichtlich aufgrund weiterer Investitionen in die selbst erstellte Software sowie Plattformen auf ein Niveau in Höhe von 47 % bis 49 % ansteigen.

Auf Basis dieser Umsatz- und Rohertragsprognose rechnet der Vorstand für das Geschäftsjahr 2025 mit einer Steigerung des **operativen Ergebnisses vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)** auf 5,5 Mio. EUR bis 6,5 Mio. EUR.

In Konsequenz dessen sollte das **Konzernperiodenergebnis** für das Geschäftsjahr 2025 ein Niveau in Höhe von 3,5 Mio. EUR bis 4,5 Mio. EUR erreichen.

Prognosen sind naturgemäß mit Risiken und Unsicherheiten behaftet. Wenn sich eine oder mehrere zugrunde liegenden Annahmen als unzutreffend erweisen, können die tatsächlichen Ergebnisse von diesen Prognosen abweichen.

---

<sup>6</sup> [https://commission.europa.eu/news-and-media/news/eu-economy-projected-moderately-grow-amid-global-economic-uncertainty-2025-05-19\\_de](https://commission.europa.eu/news-and-media/news/eu-economy-projected-moderately-grow-amid-global-economic-uncertainty-2025-05-19_de)

<sup>7</sup> <https://www.bundesregierung.de/breg-de/service/archiv-bundesregierung/fruehjahrsprojektion-2341926>

# CHANCEN- UND RISIKOBERICHT

## GRUNDSÄTZE DES CHANCEN- UND RISIKOMANAGEMENTS

Zur Erreichung seiner Ziele nutzt der YOC-Konzern ein ganzheitliches und systematisches Chancen- und Risikomanagement, welches für alle berichtspflichtigen Segmente gleichermaßen gültig ist. So ist gewährleistet, dass Chancen erkannt und konsequent genutzt werden können, ohne die damit verbundenen Risiken außer Acht zu lassen. Die Weiterentwicklung des Chancen- und Risikomanagements unter Berücksichtigung eines sich schnell verändernden Markt- und Geschäftsumfeldes ist die Grundlage für nachhaltiges Wachstum. Dazu werden unter Abwägung des Rendite-Risiko-Verhältnisses bewusst notwendige Risiken eingegangen, um die gebotenen Marktchancen nutzen und die hierin liegenden Erfolgspotenziale ausschöpfen zu können. Der YOC-Konzern verwendet verschiedene finanzielle Kennzahlen zur Unternehmenssteuerung. Zentrale Kriterien zur Beurteilung der Wertentwicklung des operativen Geschäfts sind unter anderem die Steigerung der Umsatzerlöse, das operative Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) sowie die Rohertragsquote. Neben diesen zentralen finanziellen Kennzahlen misst der Vorstand auch zentrale nichtfinanzielle Einflussgrößen zur Steuerung des YOC-Konzerns. Im Vordergrund stehen unter anderem die Entwicklung des Auftragseingangs beziehungsweise Auftragsbestands sowie die Entwicklung der Mitarbeiteranzahl. Dadurch sollen Risiken und Chancen frühzeitig erkannt und bewertet werden.

Der Vorstand überwacht die Umsetzung von Maßnahmen zum Risikocontrolling sowie der Realisierung von Chancen in den operativen Einheiten. Die Angemessenheit der Methoden und Prozesse des Risikomanagements zur Identifizierung, Beurteilung, Steuerung, Überwachung und Kommunikation der Risiken wird in regelmäßigen Abständen überprüft und an interne und externe Entwicklungen angepasst.

## CHANCENMANAGEMENT

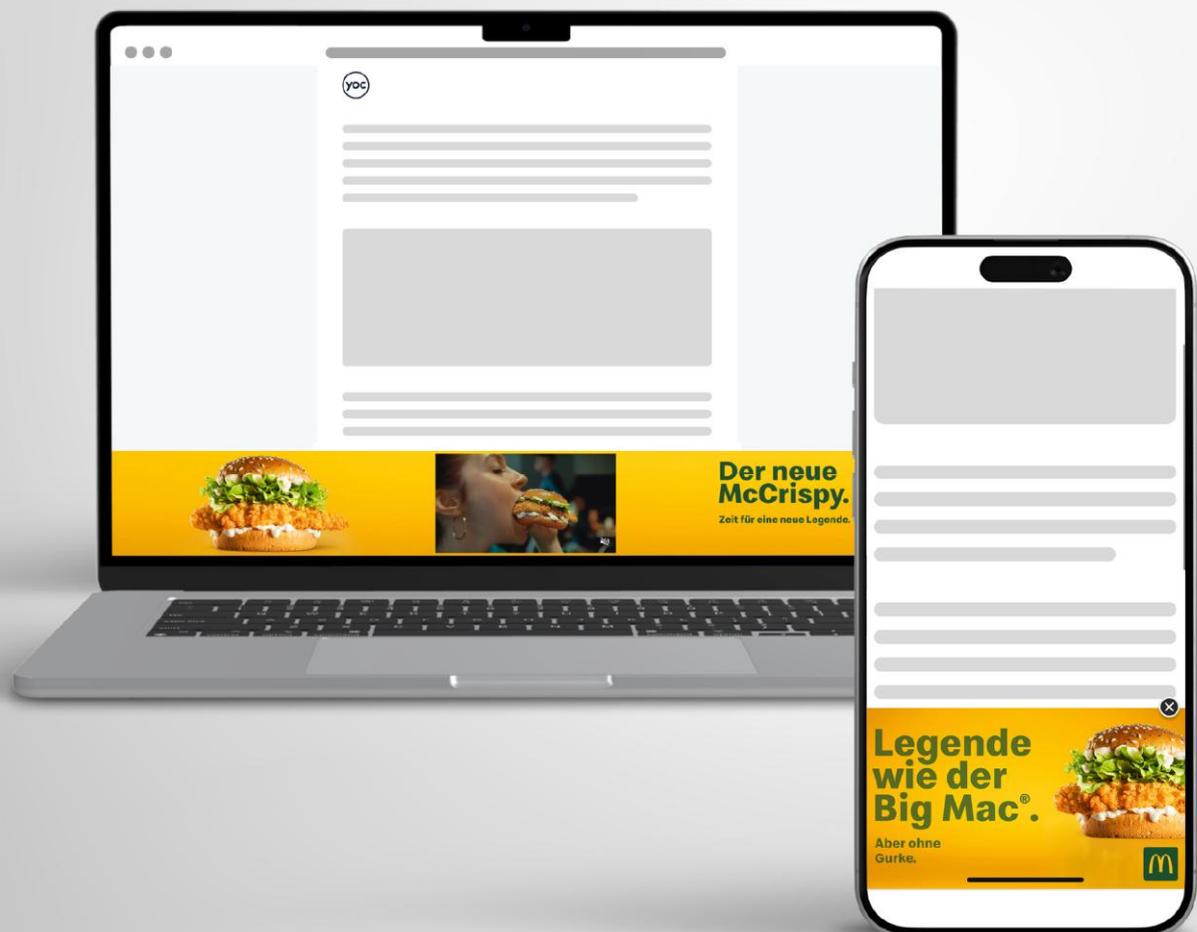
Aufgrund unseres Produktportfolios, unseres Know-hows und unserer Innovationskraft sind wir davon überzeugt, die aus unserem unternehmerischen Handeln resultierenden Chancen zu realisieren und den Herausforderungen, die sich aus den nachfolgenden Risiken ergeben, erfolgreich begegnen zu können. Weitere Chancen ergeben sich für die Gesellschaft aus der Weiterentwicklung der unternehmenseigenen Technologien und damit dem Ausbau der Rohertragsquote sowie Erschließung neuer Absatzkanäle zur Steigerung der Profitabilität.

## RISIKOBEWERTUNG UND -MANAGEMENT

Alle weiteren Angaben zu den unternehmens- sowie branchenspezifischen und finanzwirtschaftlichen Risiken des YOC-Konzerns sowie deren Management erfolgen ausführlich im Risikobericht des Konzernlageberichts zum Geschäftsjahr 2024, welcher Bestandteil der Prüfung durch den Jahres- und Konzernabschlussprüfer ist. Die Risikoeinschätzung des YOC-Konzerns hat sich seit dem Geschäftsbericht zum Geschäftsjahr 2024 nicht wesentlich verändert.

# 04 KONZERNABSCHLUSS

KONZERNGESAMTERFOLGSRECHNUNG	43
KONZERNBILANZ	45
KONZERNKAPITALFLUSSRECHNUNG	46
ENTWICKLUNG DES KONZERNEIGENKAPITALS	47
ANHANG ZUM KONZERNABSCHLUSS	48
VERSICHERUNG DER GESETZLICHEN VERTRETER	59



# KONZERNGESAMTERFOLGSRECHNUNG

Alle Angaben in EUR

KONZERNGEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG	Q2/2025	Q2/2024
Umsatzerlöse	9.777.956	8.414.515
Aktivierte Eigenleistungen	278.874	303.794
Sonstige betriebliche Erträge	142.322	175.067
<b>Gesamtleistung</b>	<b>10.199.152</b>	<b>8.893.376</b>
Materialaufwand	5.742.026	4.496.650
Personalaufwand	2.718.452	2.267.395
Sonstige betriebliche Aufwendungen	1.320.041	986.798
<b>Operatives Ergebnis vor Abschreibungen</b>	<b>418.633</b>	<b>1.142.533</b>
Abschreibungen	548.145	423.325
<b>Operatives Ergebnis</b>	<b>-129.512</b>	<b>719.208</b>
Finanzerträge	40	0
Finanzaufwendungen	38.260	26.089
Finanzergebnis	-38.220	-26.089
<b>Ergebnis vor Steuern</b>	<b>-167.732</b>	<b>693.119</b>
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	86.772	55.712
Latenter Steuerertrag	4.976	4.976
<b>Ergebnis nach Steuern</b>	<b>-249.528</b>	<b>642.383</b>
<b>KONZERNPERIODENERGEBNIS</b>	<b>-249.528</b>	<b>642.383</b>

ERGEBNIS JE AKTIE	Q2/2025	Q2/2024
Ergebnis je Aktie unverwässert	-0,07	0,18
Ergebnis je Aktie verwässert	-0,07	0,18

KONZERNGESAMTERGEBNISRECHNUNG	Q2/2025	Q2/2024
Ergebnis nach Steuern	-249.528	642.383
Effekte, die künftig in die Gewinn- und Verlustrechnung reklassifiziert werden können:		
Unrealisierte Ergebnisse aus der Währungsumrechnung	3.717	6.068
<b>Sonstiges Ergebnis</b>	<b>3.717</b>	<b>6.068</b>
<b>KONZERNGESAMTERGEBNIS</b>	<b>-245.811</b>	<b>648.451</b>

# KONZERNGESAMTERFOLGSRECHNUNG

Alle Angaben in EUR

KONZERNGEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG	H1/2025	H1/2024
Umsatzerlöse	17.077.334	15.490.295
Aktivierte Eigenleistungen	541.639	603.408
Sonstige betriebliche Erträge	242.340	199.790
<b>Gesamtleistung</b>	<b>17.861.313</b>	<b>16.293.493</b>
Materialaufwand	9.767.122	8.350.779
Personalaufwand	5.295.161	4.314.718
Sonstige betriebliche Aufwendungen	2.260.522	1.790.115
<b>Operatives Ergebnis vor Abschreibungen</b>	<b>538.508</b>	<b>1.837.881</b>
Abschreibungen	1.006.729	817.752
<b>Operatives Ergebnis</b>	<b>-468.221</b>	<b>1.020.129</b>
Finanzerträge	2	7
Finanzaufwendungen	85.850	41.713
Finanzergebnis	-85.848	-41.706
<b>Ergebnis vor Steuern</b>	<b>-554.069</b>	<b>978.423</b>
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	147.992	133.910
Latenter Steuerertrag	9.952	9.952
<b>Ergebnis nach Steuern</b>	<b>-692.109</b>	<b>854.465</b>
<b>KONZERNPERIODENERGEBNIS</b>	<b>-692.109</b>	<b>854.465</b>

ERGEBNIS JE AKTIE	H1/2025	H1/2024
Ergebnis je Aktie unverwässert	-0,20	0,25
Ergebnis je Aktie verwässert	-0,20	0,25

KONZERNGESAMTERGEBNISRECHNUNG	H1/2025	H1/2024
Ergebnis nach Steuern	-692.109	854.465
Effekte, die künftig in die Gewinn- und Verlustrechnung reklassifiziert werden können:		
Unrealisierte Ergebnisse aus der Währungsumrechnung	-10.037	4.040
Sonstiges Ergebnis	-10.037	4.040
<b>KONZERNGESAMTERGEBNIS</b>	<b>-702.146</b>	<b>858.505</b>

# KONZERNBILANZ

ALLE ANGABEN IN EUR

AKTIVA	30.06.2025	31.12.2024
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>	<b>11.103.645</b>	<b>10.184.949</b>
Sachanlagen	373.450	337.988
Geschäfts- oder Firmenwert	1.623.898	1.623.898
Immaterielle Vermögenswerte	5.127.864	4.549.456
Nutzungsrechte aus Leasing	2.175.276	1.878.036
Aktive latente Steuern	1.803.157	1.795.571
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>	<b>9.108.506</b>	<b>13.361.135</b>
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	8.062.624	9.047.816
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	327.824	331.516
Steuerforderungen	7.964	7.964
Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten	710.094	3.973.839
<b>SUMME VERMÖGENSWERTE</b>	<b>20.212.151</b>	<b>23.546.084</b>
PASSIVA	30.06.2025	31.12.2024
<b>Eigenkapital</b>	<b>7.595.204</b>	<b>8.297.350</b>
Gezeichnetes Kapital	3.476.478	3.476.478
Kapitalrücklage	22.053.357	22.053.357
Kumulierte Verluste	-17.897.974	-17.205.865
Unterschiedsbetrag aus Währungsumrechnungen	-36.657	-26.620
<b>Langfristige Schulden</b>	<b>2.244.865</b>	<b>1.994.462</b>
Rückstellungen	64.414	64.361
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	48.854	67.836
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	257.286	257.286
Verbindlichkeiten aus Leasing	1.867.693	1.595.089
Passive latente Steuern	6.618	9.891
<b>Kurzfristige Schulden</b>	<b>10.372.082</b>	<b>13.254.272</b>
Vertragsverbindlichkeiten	76.360	144.982
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	3.343.094	5.523.347
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	137.316	354.496
Sonstige Verbindlichkeiten	1.131.682	1.219.309
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	2.687.140	5.291.828
Verbindlichkeiten aus Leasing	448.417	307.940
Verbindlichkeiten aus laufenden Steuern	491.619	412.370
Rückstellungen	2.056.454	0
<b>SUMME EIGENKAPITAL UND SCHULDEN</b>	<b>20.212.151</b>	<b>23.546.084</b>

# KONZERNKAPITALFLUSSRECHNUNG

Alle Angaben in EUR

KONZERNKAPITALFLUSSRECHNUNG	H1/2025	H1/2024
<b>Konzernperiodenergebnis</b>	<b>-692.109</b>	<b>854.466</b>
Abschreibungen und Wertminderungen	1.006.729	817.752
Erfolgswirksam erfasste Steuern	147.991	133.910
Latenter Steuerertrag	-9.952	-9.952
Erfolgswirksam erfasste Zinsen	85.848	41.706
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge	-364.333	-205.426
Veränderungen Forderungen und sonstiger Aktiva	988.884	1.411.527
Veränderungen Verbindlichkeiten und sonstiger Passiva	-4.720.790	-4.451.742
Veränderungen Rückstellungen	2.056.508	1.947.920
Erhaltene Zinsen	2	7
Gezahlte Zinsen	-25.368	-16.497
Gezahlte Zinsen aus Leasing	-60.483	-19.651
Gezahlte Steuern	-437	-1.750
<b>Operativer Cash-Flow</b>	<b>-1.587.510</b>	<b>502.270</b>
Investitionen in Sachanlagen	-96.726	-151.488
Investitionen in immaterielle Vermögenswerte	-67.737	-357.273
Auszahlungen für Entwicklungskosten	-1.103.393	-779.709
Veräußerungen von Sachanlagen	647	1.415
<b>Cash-Flow aus Investitionstätigkeiten</b>	<b>-1.267.209</b>	<b>-1.287.055</b>
Tilgung von Leasingverbindlichkeiten	-172.864	-185.873
Darlehensrückzahlungen	-118.983	-79.353
Inanspruchnahme Betriebsmittellinie	1.226.570	449.761
Rückführung Betriebsmittellinie	-1.343.750	-449.761
<b>Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeiten</b>	<b>-409.027</b>	<b>-265.226</b>
<b>Nettozunahme/-abnahme</b>	<b>-3.263.746</b>	<b>-1.050.011</b>
Finanzmittelfonds zu Beginn der Berichtsperiode	3.973.839	2.960.056
Finanzmittelfonds zum Ende der Berichtsperiode	710.094	1.910.045

# ENTWICKLUNG DES KONZERNEIGENKAPITALS

ALLE ANGABEN IN EUR

ENTWICKLUNG DES KONZERNEIGENKAPITALS	GEZEICHNETES KAPITAL	KAPITALRÜCKLAGE	KUMLIERTE VERLUSTE	UNTERSCHIEDSBETRAG AUS WÄHRUNGSUMRECHNUNGEN	GESAMT
<b>Per 01.01.2024</b>	<b>3.476.478</b>	<b>22.053.357</b>	<b>-20.923.480</b>	<b>-24.421</b>	<b>4.581.934</b>
Ergebnis nach Steuern	0	0	854.466	0	854.466
Unterschiedsbetrag aus Währungsumrechnungen	0	0	0	4.040	4.040
<b>Gesamtergebnis</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>854.466</b>	<b>4.040</b>	<b>858.506</b>
<b>PER 30.06.2024</b>	<b>3.476.478</b>	<b>22.053.357</b>	<b>-20.069.014</b>	<b>-20.381</b>	<b>5.440.440</b>

ENTWICKLUNG DES KONZERNEIGENKAPITALS	GEZEICHNETES KAPITAL	KAPITALRÜCKLAGE	KUMLIERTE VERLUSTE	UNTERSCHIEDSBETRAG AUS WÄHRUNGSUMRECHNUNGEN	GESAMT
<b>Per 01.01.2025</b>	<b>3.476.478</b>	<b>22.053.357</b>	<b>-17.205.866</b>	<b>-26.620</b>	<b>8.297.350</b>
Ergebnis nach Steuern	0	0	-692.109	0	-692.109
Unterschiedsbetrag aus Währungsumrechnungen	0	0	0	-10.037	-10.037
<b>Gesamtergebnis</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>-692.109</b>	<b>-10.037</b>	<b>-702.146</b>
<b>PER 30.06.2025</b>	<b>3.476.478</b>	<b>22.053.357</b>	<b>-17.897.975</b>	<b>-36.657</b>	<b>7.595.204</b>

Es bestehen keine Anteile nicht beherrschender Gesellschafter.

# ANHANG ZUM KONZERNABSCHLUSS

## ALLGEMEINE INFORMATIONEN ZUM UNTERNEHMEN

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

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

Der Hauptsitz des Unternehmens befindet sich in Berlin. Weitere Niederlassungen betreibt das Unternehmen in Düsseldorf, Hamburg, Helsinki, Wien, Warschau und Zürich. Mit der Gründung der YOC Sweden AB im Juli 2024 in Stockholm wurden die Aktivitäten im nordischen Markt verstärkt und die internationale Expansion weiter vorangetrieben.

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

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

## GRUNDLAGEN DER ABSCHLUSSERSTELLUNG

Der Finanzbericht der YOC AG zum 30. Juni 2025 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 2024 zu lesen.

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

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

Im Geschäftsjahr neu erworbene Unternehmen werden ab dem Zeitpunkt der Kontrollübernahme nach IFRS 10 in den Konzernabschluss mit einbezogen.

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

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

Die im laufenden Geschäftsjahr 2025 angewandten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden entsprechen grundsätzlich den im Vorjahr angewandten Methoden.

Der Konzernabschluss wird in Euro aufgestellt, welcher die Berichtswährung ist.

Die Zahlenangaben erfolgen, soweit nicht anders vermerkt, grundsätzlich in Tausend Euro (TEUR). Die dargestellten Tabellen und Angaben können rundungsbedingte Differenzen enthalten.

## NEUE RECHNUNGSLEGUNGSVORSCHRIFTEN

### Standards, Interpretationen und Änderungen, die im laufenden Geschäftsjahr 2025 erstmals verbindlich anzuwenden waren

Zuzüglich der bisherigen Standards wurden alle von der EU übernommenen und ab dem 01. Januar 2025 für den YOC-Konzern verpflichtend anzuwendenden Rechnungslegungsnormen umgesetzt. Diese hatten keine wesentliche Auswirkung auf den Konzernabschluss der YOC AG.

STANDARD	ÄNDERUNGEN / INTERPRETATIONEN	ZEITPUNKT DES INKRAFT-TRETENS	ERWARTETE AUSWIRKUNGEN
IAS 21	Änderungen an IAS 21 Auswirkungen von Änderungen der Wechselkurse: Mangelnde Umtauschbarkeit	01. Januar 2025	unwesentlich

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

Der IASB und das IFRIC haben weitere Standards, Änderungen zu Standards und Interpretationen verabschiedet, die für das Geschäftsjahr 2025 noch nicht verpflichtend anzuwenden sind.

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

Der Vorstand der YOC AG geht davon aus, dass bei Vorliegen entsprechender Anwendungsfälle die neuen Rechnungslegungsvorschriften in dem Geschäftsjahr angewendet werden, in dem sie verpflichtend anzuwenden sind.

## GRUNDSÄTZE DER KONSOLIDIERUNG

Die YOC AG fungiert als Konzernobergesellschaft, die unmittelbar zu 100 % an sämtlichen Tochterunternehmen des YOC-Konzerns beteiligt ist. Tochterunternehmen werden ab dem Zeitpunkt des Kontrollübergangs nach der Erwerbsmethode vollkonsolidiert und ab dem Zeitpunkt des Kontrollverlusts entkonsolidiert.

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

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

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

## KONSOLIDIERUNGSKREIS

Der Konsolidierungskreis des YOC-Konzerns umfasst zum Bilanzstichtag die nachstehenden acht Gesellschaften:

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

\*Die YOC Finland Oy hält 100 % der Gesellschaftsanteile der Vau Family Oy

## ANGABEN ZU WESENTLICHEN ENTWICKLUNGEN DER KONZERNGESAMTERGEBNISRECHNUNG

### EBITDA

Das **operative Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)** belief sich in der Berichtsperiode auf 539 TEUR (H1/2024: 1.838 TEUR).

### ERGEBNIS NACH STEUERN

Der YOC-Konzern verzeichnete planmäßige Abschreibungen in Höhe von insgesamt 1.007 TEUR (H1/2024: 818 TEUR). Der Anstieg ist im Wesentlichen auf die Zunahme planmäßiger Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte zurückzuführen. Das Finanzergebnis betrug -86 TEUR (H1/2024: -42 TEUR). Die Steuern vom Einkommen und Ertrag summierten sich auf 138 TEUR (H1/2024: 124 TEUR).

Das **Ergebnis nach Steuern** beträgt somit -692 TEUR (H1/2024: 855 TEUR).

### KONZERNPERIODENERGEBNIS DES YOC-KONZERNES

Das erste Halbjahr 2025 beendet der YOC-Konzern in Summe der dargestellten Effekte mit einem **Konzernperiodenergebnis** in Höhe von -692 TEUR (H1/2024: 855 TEUR).

### SEGMENTBERICHTERSTATTUNG

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

Der Vorstand bewertet die Ertragskraft der einzelnen Geschäftssegmente auf Basis der Kennzahl des operativen Ergebnisses vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA). Entsprechend des Management Reportings gliedert sich der YOC-Konzern neben den **Corporate Functions** in die einzelnen regionalen operativen Segmente, welche in die folgenden berichtspflichtigen Geschäftssegmente zusammengefasst werden:

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

Nach IFRS 8.11 in Verbindung mit IFRS 8.13(a) handelt es sich bei dem operativen Segment Österreich um ein grundsätzlich eigenständiges, berichtspflichtiges Segment. Unter Anwendung von IFRS 8.12 wird das Segment Österreich mit anderen operativen Segmenten zum berichtspflichtigen Segment „International“ zusammengefasst. Zur Bildung der vorstehenden berichtspflichtigen Geschäftssegmente werden die Regionen (operativen Segmente) Österreich, Polen, Schweiz, Finnland sowie seit Juli 2024 Schweden nach IFRS 8.12 im berichtspflichtigen Segment International zusammengefasst, da sie hinsichtlich ihrer Art der Produkte beziehungsweise Dienstleistungen, ihrer Art der Kunden, ihrer Art der Wertschöpfung beziehungsweise der Erstellung ihrer Dienstleistungen („Produktionsprozesse“), ihrer Strukturen und ihrer Vertriebsmethoden sowie hinsichtlich ihrer Erbringung von Dienstleistungen vergleichbar sind.

Besondere regulatorische Rahmenbedingungen liegen in keinem der zusammengefassten operativen Segmente vor. Die Regionen wurden zudem in einem berichtspflichtigen Segment zusammengefasst, da ihre wirtschaftlichen Merkmale vergleichbar sind, sie also eine ähnliche langfristige Ertragsentwicklung aufweisen, ähnliche langfristige durchschnittliche Bruttomargen erzielen und ähnliche langfristig erwartete Wachstumsraten aufweisen.

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

Die YOC AG steigerte im ersten Halbjahr 2025 ihre Umsatzerlöse auf Konzernebene um 10 % auf 17.077 TEUR (H1/2024: 15.490 TEUR).

Das operative Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) belief sich auf Konzernebene auf 539 TEUR (H1/2024: 1.838 TEUR). Gegenläufig wirkten sich Mehraufwendungen in Höhe von rund 417 TEUR im Zuge der Expansion in den schwedischen Markt sowie temporär erhöhte Betriebskosten für die unternehmenseigene VIS.X®-Plattform in Höhe von 480 TEUR (H1/2024: 0 TEUR) auf die Profitabilität im laufenden Geschäftsjahr 2025 aus. Im Ergebnis resultiert ein Konzernperiodenergebnis in Höhe von -692 TEUR (H1/2024: 855 TEUR).

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen enthielten im laufenden Geschäftsjahr 2025 zwei Kunden mit einem Anteil von mehr als 10 % am Gesamtbestand. Bei diesen Kunden handelt es sich um programmatische Einkaufsplattformen, welche an die unternehmenseigene Technologieplattform VIS.X® angeschlossen sind. Die Bezeichnung „Kunde“ folgt im Rahmen der Segmentberichterstattung dem internen Management Reporting, da die programmatischen Einkaufsplattformen („DSPs“), sofern einbezogen, den YOC-Konzern für seine erbrachten Dienstleistungen bezahlen.

Kunde im Sinne des IFRS 15 sind jedoch die Werbetreibenden beziehungsweise Werbeagenturen, die die entsprechenden programmatischen Einkaufsplattformen als Zahlungsaggregator nutzen. Diese Kunden des YOC-Konzerns sind dem Segment National sowie dem Segment International zuzuordnen.

Der prozentuale Anteil am Forderungsbestand aus Lieferungen und Leistungen sowie an den Umsatzerlösen stellt sich wie folgt dar:

	FORDERUNG DES YOC-KONZERNS GEGEN DEN KUNDEN ZUM 30.06.2025 (ZUM 30.06.2024)	UMSATZ DES YOC-KONZERNS GEGEN DEN KUNDEN ZUM 30.06.2025 (ZUM 30.06.2024)
Kunde A	17 % (5 %)	13 % (5 %)
Kunde B	10 % (9 %)	11 % (9 %)

Im **nationalen Segment** belief sich der externe **Umsatz** in Höhe von 9.113 TEUR (H1/2024: 8.741 TEUR) auf dem Niveau des Vorjahres. Das **operative Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)** belief sich auf 2.524 TEUR (H1/2024: 3.079 TEUR).

Die externen **Umsatzerlöse** der **internationalen Geschäftstätigkeiten** stiegen in der Berichtsperiode auf 7.964 TEUR (H1/2024: 6.749 TEUR). Das Segment erzielte im Berichtsjahr ein **operatives Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)** in Höhe von 352 TEUR (H1/2024: 730 TEUR).

Zur Verdeutlichung der Umsatzerlösströme sind die Umsatzerlöse des YOC-Konzerns in der Segmentberichterstattung in Umsätze mit Direktkunden und programmatische Umsatzerlöse aufgeteilt. Die programmatischen Umsatzerlöse resultieren aus dem programmatischen Handel zur Monetarisierung des internationalen Werbeinventars der Publisher-Partner über das Supply Side Plattform-Modul der Technologieplattform VIS.X® sowie im geringfügigen Umfang weiterer Technologieplattformen.

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

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

SEGMENTBERICHT- ERSTATTUNG 01.01.2025 - 30.06.2025 (IN TEUR)	NATIONAL	INTER- NATIONAL	CORPORATE FUNCTIONS	KONSOLI- DIERUNG	GESAMT
Umsatz Direktkunden	4.631	6.256	0	0	<b>10.887</b>
Programmatischer Umsatz	4.482	1.708	0	0	<b>6.190</b>
Innenumsätze	357	37	0	-394	<b>0</b>
<b>Gesamtumsatz</b>	<b>9.470</b>	<b>8.001</b>	<b>0</b>	<b>-394</b>	<b>17.077</b>
Aktiviere Eigenleistungen	0	0	542	0	<b>542</b>
Sonstiger betrieblicher Ertrag	21	24	197	0	<b>242</b>
<b>Gesamtleistung</b>	<b>9.491</b>	<b>8.025</b>	<b>739</b>	<b>-394</b>	<b>17.861</b>
Materialaufwand	5.701	4.457	0	-391	<b>9.767</b>
Personalkosten	1.073	2.329	1.893	0	<b>5.295</b>
Sonstiger betrieblicher Aufwand	193	887	1.181	0	<b>2.261</b>
<b>EBITDA</b>	<b>2.524</b>	<b>352</b>	<b>-2.335</b>	<b>3</b>	<b>538</b>
Investtionstätigkeiten <sup>1</sup>	6	1	1.260	0	<b>1.267</b>
Forschungs- und Entwicklungskosten	0	0	389	0	<b>748</b>

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

SEGMENTBERICHT- ERSTATTUNG 01.01.2024 - 30.06.2024 (IN TEUR)	NATIONAL	INTER- NATIONAL	CORPORATE FUNCTIONS	KONSOLI- DIERUNG	GESAMT
Umsatz Direktkunden	5.392	5.352	0	0	<b>10.744</b>
Programmatischer Umsatz	3.349	1.397	0	0	<b>4.746</b>
Innenumsätze	265	11	0	-276	<b>0</b>
<b>Gesamtumsatz</b>	<b>9.006</b>	<b>6.760</b>	<b>0</b>	<b>-276</b>	<b>15.490</b>
Aktivierete Eigenleistungen	0	0	603	0	<b>603</b>
Sonstiger betrieblicher Ertrag	9	100	91	0	<b>200</b>
<b>Gesamtleistung</b>	<b>9.015</b>	<b>6.860</b>	<b>694</b>	<b>-276</b>	<b>16.293</b>
Materialaufwand	4.823	3.808	0	-280	<b>8.351</b>
Personalkosten	879	1.677	1.758	0	<b>4.314</b>
Sonstiger betrieblicher Aufwand	234	645	911	0	<b>1.790</b>
<b>EBITDA</b>	<b>3.079</b>	<b>730</b>	<b>-1.975</b>	<b>4</b>	<b>1.838</b>
Investitionstätigkeiten <sup>1</sup>	3	113	1.171	0	<b>1.287</b>
Forschungs- und Entwicklungskosten	0	0	873	0	<b>873</b>

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

Zum 30. Juni 2025 betragen die **Forderungen aus Lieferungen und Leistungen** im **nationalen Segment** 1.773 TEUR (31. Dezember 2024: 3.164 TEUR), 3.155 TEUR (31. Dezember 2024: 3.626 TEUR) im **internationalen Segment** sowie 3.135 TEUR (31. Dezember 2024: 2.258 TEUR) in den **Corporate Functions**, welche den programmatischen Umsatzerlösen zuzuordnen sind.

Daneben beliefen sich die **Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen** per 30. Juni 2025 im **nationalen Segment** auf 1.451 TEUR (31. Dezember 2024: 3.044 TEUR), auf 1.295 TEUR (31. Dezember 2024: 1.972 TEUR) im **internationalen Segment** sowie auf 597 TEUR (31. Dezember 2024: 507 TEUR) im Bereich **Corporate Functions**.

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

ÜBERLEITUNGSRECHNUNG (IN TEUR)	H1/2025	H1/2024
<b>Operatives Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)</b>	<b>539</b>	<b>1.838</b>
Abschreibungen und Wertminderungen	-1.007	-818
Finanzergebnis	-86	-42
<b>ERGEBNIS VOR STEUERN</b>	<b>-554</b>	<b>978</b>

# ANGABEN ZU WESENTLICHEN ENTWICKLUNGEN DER KONZERNBILANZ

## SONSTIGE ANGABEN ZU DEN FINANZINSTRUMENTEN

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

Die folgende Tabelle zeigt die Überleitung zwischen den Bilanzpositionen und den Kategorien nach IFRS 9, aufgegliedert pro Kategorie und beizulegenden Zeitwerten pro Klasse zum Bilanzstichtag 30. Juni 2025.

BILANZPOSITIONEN UND KATEGORIEN NACH IFRS 9 (IN TEUR)	BEWERTUNGSKATEGORIE NACH IFRS 9	BUCHWERT ZUM 30.06.2025	FORTGEFÜHRTE ANSCHAFUNGSKOSTEN	ERFOLGSNEUTRAL ZUM BEIZULEGENDEN ZEITWERT	ERFOLGSWIRKSAM ZUM BEIZULEGENDEN ZEITWERT	BEIZULEGENDER ZEITWERT ZUM 30.06.2025	LEVEL INNERHALB DER FAIR-VALUE-HIERACHIE
<b>Vermögenswerte</b>							
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	FAAC	8.063	8.063	0	0	n/a	-
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	FAAC	710	710	0	0	n/a	-
<b>Finanzielle Vermögenswerte</b>		<b>328</b>	<b>328</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>328</b>	
davon kurzfristig	FAAC	328	328	0	0	328	3
davon langfristig	FAAC	0	0	0	0	0	-
<b>Verbindlichkeiten</b>							
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	FLAC	3.343	3.343	0	0	n/a	-
<b>Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten</b>		<b>2.944</b>	<b>2.659</b>	<b>0</b>	<b>285</b>	<b>2.944</b>	
davon kurzfristig	FLAC	2.659	2.659	0	0	2.659	2
davon kurzfristig	FV	27	0	0	27	27	3
davon langfristig	FV	258	0	0	258	258	2
<b>Leasing Verbindlichkeiten</b>							
davon kurzfristig	n/a	448	448	0	0	n/a	-
davon langfristig	n/a	1.868	1.868	0	0	n/a	-
<b>Verbindlichkeiten Kreditinstitute</b>		<b>186</b>	<b>186</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>186</b>	
davon kurzfristig	FLAC	137	137	0	0	137	2
davon langfristig	FLAC	49	49	0	0	49	2

BILANZPOSITIONEN UND KATEGORIEN NACH IFRS 9 (IN TEUR)	BEWERTUNGS- KATEGORIE NACH IFRS 9	BUCHWERT ZUM 30.06.2025
<b>Davon aggregiert nach IFRS-9-Kategorien:</b>		
Finanzielle Vermögenswerte zu fortgeführten Anschaffungskosten / Financial Assets Measured at Amortized Cost	FAAC	<b>9.101</b>
Finanzielle Verbindlichkeiten zum beizulegenden Zeitwert / Measured at Fair Value through Profit and Loss	FV	<b>285</b>
Finanzielle Verbindlichkeiten zu fortgeführten Anschaffungskosten / Financial Liabilities Measured at Amortized Cost	FLAC	<b>6.188</b>

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

Des Weiteren beinhalten die sonstigen kurzfristigen finanziellen Vermögenswerte zum 30. Juni 2025 geleistete Anzahlungen, Mietkautionen und debitorische Kreditoren. Da einige Inputfaktoren nicht direkt oder indirekt beobachtbar sind, werden die Instrumente dem Level 3 zugeordnet.

Weiterhin bestehen kurzfristige und langfristige finanzielle Verbindlichkeiten aus bedingten Kaufpreisverbindlichkeiten aus der Unternehmensakquisition der YOC Finland Oy. Diese Verbindlichkeiten werden dem Fair-Value-Level 2 zugeordnet.

## EIGENKAPITAL

Zum 30. Juni 2025 valutiert das **Eigenkapital** des YOC-Konzerns bei 7.595 TEUR (31. Dezember 2024: 8.297 TEUR).

Der Rückgang des Eigenkapitals gegenüber dem 31. Dezember 2024 basiert auf dem **Konzernperiodenergebnis** in Höhe von -692 TEUR (H1/2024: 855 TEUR).

Die das Eigenkapital beeinflussenden **Währungsumrechnungsdifferenzen** in Höhe von -10 TEUR (H1/2024: -20 TEUR) resultierten aus der Umrechnung der Jahresabschlüsse der Tochtergesellschaften in Polen, Schweden sowie in der Schweiz.

Infolgedessen ergibt sich für die laufende Berichtsperiode ein **Konzerngesamtergebnis** in Höhe von -702 TEUR (H1/2024: 859 TEUR).

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

## ERLÄUTERUNGEN 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 der Berichtsperiode in Höhe von -692 TEUR (H1/2024: 855 TEUR). In der Berichtsperiode betrug der operative Cash-Flow des YOC-Konzerns insgesamt -1.588 TEUR (H1/2024: -502 TEUR).

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

### CASH-FLOW AUS INVESTITIONSTÄTIGKEITEN

Der **Cash-Flow aus Investitionstätigkeiten** in Höhe von -1.267 TEUR (H1/2024: -1.287 TEUR) umfasst primär die Entwicklungskosten im Zusammenhang mit der Weiterentwicklung der Technologieplattform VIS.X® sowie der Erweiterung der Produktpalette an innovativen High-Impact Werbeformaten (Sonderformaten) des Unternehmens.

### CASH-FLOW AUS FINANZIERUNGSTÄTIGKEITEN

Der **Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeiten** in Höhe von -409 TEUR (H1/2024: -265 TEUR) resultiert im Wesentlichen aus der Tilgung von Darlehens- und Leasing-Verbindlichkeiten.

### FINANZMITTELFONDS

Zum Bilanzstichtag beliefen sich die **liquiden Mittel** des YOC-Konzerns auf 710 TEUR (31. Dezember 2024: 3.974 TEUR).

## SONSTIGE ERLÄUTERUNGEN

### HAFTUNGSVERHÄLTNISSE, GEWÄHRLEISTUNGEN, EVENTUALVERBINDLICHKEITEN ODER ÄHNLICHES

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

Der Basispreis zum Zuteilungstag am 01. Oktober 2014 betrug 1,92 Euro. Diese virtuellen Aktienoptionen würden bei der vorzeitigen Beendigung oder des Auslaufens des Vorstandsdienstvertrages verfallen. Zum Stichtag wurden hieraus keine resultierenden Verbindlichkeiten bilanziert. Zusätzlich enthält der 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.

Eine überwiegende Eintrittswahrscheinlichkeit ist in absehbarer Zukunft nicht gegeben, weshalb hieraus keine resultierenden Verbindlichkeiten bilanziert wurden. Die Eintrittswahrscheinlichkeit wird als gering eingeschätzt.

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

### EREIGNISSE NACH DEM BILANZSTICHTAG

Nach dem Bilanzstichtag haben sich keine weiteren 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 Zahlungstromschwankungen 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 Zahlungstromschwankungen bei der Überwachung von Maßnahmen zur Liquiditätssicherung.

Alle weiteren Angaben zu den finanzwirtschaftlichen Risiken des YOC-Konzerns sowie deren Management sind ausführlich im Konzernanhang zum Geschäftsjahr 2024, welcher Bestandteil der Prüfung durch den Jahres- und Konzernabschlussprüfer ist, dargestellt.

Die Risikoeinschätzung des YOC-Konzern hat sich seit dem Geschäftsbericht zum Geschäftsjahr 2024 nicht wesentlich verändert

### ANGABEN ZU BEZIEHUNGEN ZU NAHESTEHENDEN UNTERNEHMEN UND PERSONEN

Als nahestehende Unternehmen und Personen im Sinne des IAS 24 kommen grundsätzlich Mitglieder des Vorstandes und des Aufsichtsrates der YOC AG sowie deren Familienangehörige sowie von diesem Personenkreis beherrschte Gesellschaften in Betracht. Im Berichtszeitraum fanden keine Geschäftsvorfälle mit nahestehenden Unternehmen und Personen statt.

### ERKLÄRUNG ZUM DEUTSCHEN CORPORATE GOVERNANCE KODEX

Die Entsprechenserklärung zum Deutschen Corporate Governance Kodex gemäß § 161 AktG wurde vom Vorstand und Aufsichtsrat abgegeben und wurde den Aktionären der YOC AG auf der Internetseite [www.yoc.com](http://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 2025 beschrieben sind.

Berlin, 18. August 2025



Der Vorstand  
Dirk-Hilmar Kraus

# IMPRESSUM

## HERAUSGEBER

### YOC AG

Greifswalder Straße 212  
10405 Berlin  
Deutschland

T + 49 (0) 30 726 162 – 0

[info@yoc.com](mailto:info@yoc.com)

Registereintragung: Amtsgericht Berlin HRB 77 285

## GESATLTUNG UND REDAKTION

### YOC AG

Investor Relations

[ir@yoc.com](mailto:ir@yoc.com)

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

STOP ADVERTISING.

START TELLING A STORY.

