



Erstes Halbjahr 2010

### **Strategie der YOC-Gruppe zeigt Wirkung: Deutlicher Umsatz- und Ergebnisanstieg im ersten Halbjahr 2010**

**Berlin, 12. August 2010 – Die YOC-Gruppe ist im ersten Halbjahr 2010 weiter gewachsen. Mit einem Umsatz von rund 15,6 Mio. EUR verzeichnet das Unternehmen gegenüber dem Vorjahreszeitraum eine Steigerung von 27% (1. HJ/2009: 12,2 Mio. EUR). Das EBITDA liegt mit einer Höhe von 1,5 Mio. EUR 105% über dem Vorjahreswert (1. HJ/2009: 0,7 Mio. EUR). Im strategischen Fokus des ersten Halbjahres 2010 stand die Weiterentwicklung der drei Kernkompetenzen Technologie, Full-Service und internationale Aufstellung.**

„YOC ist strategisch optimal aufgestellt. Mit den drei Säulen Technologie, Full-Service und Internationalität nehmen wir im europäischen Vergleich eine Alleinstellung ein. Auch in Zukunft werden wir durch diese Positionierung optimal von dem wachsenden Mobile Marketing Markt profitieren können.“ sagt Dirk Kraus, Vorstandsvorsitzender der YOC-Gruppe.

Das stärkste Wachstum verzeichnete erneut der Kernbereich Mobile Marketing mit einem Umsatzzanstieg gegenüber dem Vorjahr in Höhe von 38%.

Die technologische Weiterentwicklung bezog sich im ersten Halbjahr 2010 auf die Produktbereiche Mobile Internet und Mobile Advertising. Neben der Einführung der Version 9.1 der FIT Technology – Basis des Produktbereiches Mobile Internet – wurden zahlreiche innovative mobile Werbeformate, wie das Splash Screen Ad oder das Show Room Video Ad, entwickelt und erfolgreich gelauncht.

Das Full-Service Angebot der YOC-Gruppe im Bereich Mobile Marketing konnte durch die Einführung des Reichweiten-Netzwerkes ubiyou, das im Produktbereich Mobile Advertising die Lücke zwischen der TKP- und der rein performancebasierten Vermarktung schließt, weiter ausgebaut werden.

Darüber hinaus wurden länderübergreifend Prozesse und Standards eingeführt, die das internationale Zusammenspiel der YOC-Töchter in UK, Österreich, Spanien und Frankreich optimieren. Internationale Kunden können dadurch noch schneller und lösungsorientierter bedient werden. Der Auslandsanteil der Gesamterlöse der YOC-Gruppe stieg im ersten Halbjahr 2010 auf 27% (1. HJ/2009: 13%).

Zahlreiche Neukunden setzen in den ersten sechs Monaten des laufenden Geschäftsjahres auf die Mobile Kompetenz der YOC-Gruppe. Darunter unter anderem Unternehmen und Marken wie Air Berlin, Vorwerk, Milka, ORF, Warsteiner, Unilever, Praktiker, OTTO, PARSHIP, Herold.at, Sunday Times, wien.at, Guia del Ocio, Eurosport oder Media Saturn. Darüber hinaus konnten bestehende Kundenbeziehungen z.B. mit Coca-Cola, Daimler, Kraft Foods oder der Deutschen Post weiter intensiviert werden.



Informationen zum Unternehmen: [www.yoc.com](http://www.yoc.com)

### **Kontakt**

YOC AG

Corporate Communications

Nina Mecklenburger

Karl-Liebknecht-Str. 1

10178 Berlin

Tel.: +49-30-726162-201

Fax: +49-30-726162-222

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

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

### **Über die YOC-Gruppe**

Die YOC-Gruppe ist einer der weltweit führenden Anbieter für Mobile Marketing, Mobile Advertising, Mobile Internet und Affiliate Marketing. Auf Basis eigenentwickelter skalierbarer Technologie-Plattformen realisiert die YOC-Gruppe integrierte mobile Lösungen für Kunden aus sämtlichen Branchen. Über eine geschützte Mobilisierungsplattform betreibt das Unternehmen europaweit mehr als 500 mobile Portale. Zudem verfügt die YOC-Gruppe mit über 220 Titeln im Portfolio über das größte Premium Vermarktungsnetzwerk für Mobile Advertising im europäischen Raum. Täglich wickelt der zentral gesteuerte AdServer über dieses Premium-Netzwerk sowie das Reichweiten-Netzwerk ubiyoo bereits mehr als 50 Mio. mobile Werbemittelanfragen ab. Zum 31. Dezember 2009 beschäftigte die YOC-Gruppe 173 Mitarbeiter und hat 2009 Umsatzerlöse in Höhe von 26,1 Mio. Euro erwirtschaftet. Das Unternehmen ist in sechs Ländern tätig und will international weiter wachsen.