

Pressemitteilung

GfK startet erfolgreich mit neuer Strategie – Umsatz und Ergebnis deutlich gesteigert

15. Mai 2012

Bernhard Wolf
Corporate Communications
T +49 911 395-2012
F +49 911 395-4075
bernhard.wolf@gfk.com

Marion Eisenblätter
Corporate Communications
T +49 911 395-2645
F +49 911 395-4041
marion.eisenblaetter@gfk.com

Nürnberg, 15. Mai 2012 – Die GfK ist mit deutlichem Wachstum bei Umsatz und Ergebnis in das neue Geschäftsjahr 2012 gestartet. Der Umsatz wurde um 11,3 Prozent auf 345,1 Millionen Euro und das angepasste Operative Ergebnis um 10,2 Prozent auf 33,5 Millionen Euro im Vergleich zum bereits starken Vorjahreswert gesteigert. Der Konzern sieht erste Erfolge bei der Umsetzung der neuen Unternehmensstrategie „Own the Future“.

In den ersten drei Monaten 2012 wurden auf dem Weg zu „One GfK“ nicht nur strukturelle Änderungen vorgenommen, sondern bereits auch konkrete Erfolge erzielt. Erste Marktforschungsprodukte wurden weltweit harmonisiert und an eine zunehmend vernetzte, digitalisierte Welt angepasst. Die Kombination von Daten aus den beiden Sektoren Consumer Experiences und Consumer Choices ermöglicht neue Erkenntnisse und neue Geschäftsmöglichkeiten.

Im ersten Quartal 2012 erzielte die Gruppe ein organisches Wachstum von 4,9 Prozent und lag damit an der Spitze der wesentlichen Wettbewerber. Der Sektor Consumer Experiences steigerte den Umsatz um 13,6 Prozent auf 211,1 Millionen Euro gegenüber der Vorjahresperiode deutlich. Trotz des schwierigen wirtschaftlichen Umfelds konnte der Sektor ein organisches Wachstum von 4,5 Prozent erreichen. Weitere 7,6 Prozentpunkte waren auf Akquisitionen zurückzuführen.

Auch der Sektor Consumer Choices, in dem das Handelspanel des ehemaligen Sektors Retail and Technology sowie die TV-, Radio und Printmessung des ehemaligen Sektors Media aufgegangen sind, zeigte mit 7,5 Prozent ebenfalls ein starkes Umsatzwachstum auf 132,4 Millionen Euro. Davon waren 5,3 Prozentpunkte der Zuwachsrate organischer Natur.

Besonders erfreulich ist, dass in den strategisch wichtigen Regionen Lateinamerika, Asien und Pazifik sowie Zentral- und Osteuropa/META (Middle East, Turkey, Africa) das höchste organische Wachstum erreicht wurde. In Lateinamerika war das Wachstum mit 16,7 Prozent im zweistelligen Bereich. Ebenfalls sehr erfreulich ist, dass der rückläufige Trend der vergangenen Quartale in der Region Nordamerika gestoppt werden konnte. Insgesamt stieg der Umsatz um 28,8 Prozent auf 62,5 Millionen Euro. Den größten Anteil hatten Akquisitionen mit 21,8 Prozentpunkten, was auf den Zukauf von Knowledge Networks zurückzuführen ist, doch auch das bestehende Geschäft konnte mit 2,2 Prozentpunkten wieder organisch wachsen.

GfK SE
Nordwestring 101
90419 Nürnberg

T +49 911 395 0
F +49 911 395 2209
public.relations@gfk.com
www.gfk.com

Vorstand:
Matthias Hartmann (CEO)
Pamela Knapp (CFO)
Dr. Gerhard Hausruckinger
Debra A. Pruent

Vorsitzender des
Aufsichtsrats:
Dr. Arno Mahler

Registergericht
Nürnberg HRB 25014

„Wir sind sehr zuversichtlich, unsere für das Jahr 2012 gesteckten Ziele trotz des unsicheren Marktumfeldes erreichen zu können. Hinter der GfK liegt ein erfolgreiches erstes Quartal. Dieses hat gezeigt, dass wir mit der neuen Unternehmensstrategie „Own the Future“ die richtigen Weichen für die Zukunft gestellt haben“, so Matthias Hartmann, Vorstandsvorsitzender der GfK SE.

Wichtige Kennzahlen

Der **Umsatz** wurde im ersten Quartal im Vergleich zur Vorjahresperiode um 11,3 Prozent von 310,2 Millionen Euro auf 345,1 Millionen Euro gesteigert. Das organische Wachstum hat mit 4,9 Prozentpunkten nach wie vor den größten Anteil. Weitere 4,5 Prozentpunkte resultierten vor allem aus den strategischen Akquisitionen der Unternehmen Knowledge Networks und Bridgehead International.

Das **Angepasste Operative Ergebnis** erreichte in den ersten drei Monaten 33,5 Millionen Euro. Dies entspricht einer Steigerung von 10,2 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum.

Mit 9,7 Prozent lag die **Marge** nahezu auf dem hohen Niveau der ersten drei Monaten aus dem Jahr 2011 (9,8 Prozent).

Das **Konzernergebnis** erreichte mit 14,4 Millionen Euro annähernd den Wert des Vorjahres von 15,0 Millionen Euro.

GfK Gruppe: Kennzahlen zur Entwicklung¹⁾

In Millionen Euro	Q1 2011	Q1 2012	Veränderung in %
Umsatz	310,2	345,1	11,3
EBITDA	38,8	41,2	6,2
Angepasstes operatives Ergebnis	30,5	33,5	10,2
Marge in Prozent ²⁾	9,8	9,7	
Operatives Ergebnis	24,9	26,9	8,1
EBIT	26,4	27,4	3,8
Sonstiges Finanzergebnis	-0,8	-4,3	410,6
Konzernergebnis	15,0	14,4	-4,0
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	9,1	1,0	-88,6
Unverwässertes Ergebnis je Aktie in Euro	0,32	0,30	-6,3
Angepasstes Ergebnis je Aktie in Euro ³⁾	0,48	0,48	0,0

1) gerundet

2) Angepasstes operatives Ergebnis zum Umsatz

3) Den Anteilseignern der Muttergesellschaft zuzurechnendes Konzernergebnis zuzüglich hervorgehobener Posten dividiert durch die durchschnittliche Aktienanzahl der Berichtsperiode

Ausblick

Der Vorstand der GfK ist zuversichtlich, dass sich die GfK Gruppe aufgrund ihrer neuen Aufstellung und Strategie auch dieses Jahr wieder besser als die Marktforschungsbranche entwickeln wird und damit in der Lage ist, Marktanteile zu gewinnen. Für 2012 rechnet die GfK mit einem Umsatzvolumen in der Größenordnung von 1,5 Milliarden Euro. Dies würde einem Zuwachs gegenüber dem Vorjahr von rund 9 Prozent entsprechen.

Die GfK erwartet, dass 2012 für einige Kunden des Sektors Consumer Choices ein schwieriges Jahr werden wird und einzelne Aufträge für dieses Jahr im Volumen reduziert oder zeitlich verschoben werden. Dies soll durch verstärkte Akquisition und Ausweitung der Produktgruppen kompensiert werden. Auswirkungen auf das Ergebnis werden voraussichtlich ausgeglichen, da Einmalkosten, die im Jahr 2011 das Ergebnis belastet hatten, nicht im gleichen Umfang zu erwarten sind. Daher ist die Gesellschaft trotz der nicht unerheblichen Aufwendungen und Investitionen in die Entwicklung des Geschäfts zuversichtlich, das Ergebnis steigern und die Ergebnismarge (angepasstes operatives Ergebnis zu Umsatz) des Jahres 2011 halten zu können.

Im Rahmen der neuen Strategie hat sich die GfK Gruppe auch mittelfristig herausfordernde Ziele gesteckt: Bis zum Jahresende 2015 soll ein Umsatz von 2,0 Milliarden Euro und eine Ergebnismarge von 16 Prozent erzielt werden. Zu diesem Umsatzwachstum werden die Sektoren Consumer Experiences und – nach wie vor schneller wachsend – Consumer Choices beitragen. Ein starkes Gewicht wird auf die Umsatz- und Marktanteilssteigerung in den BRIC-Ländern gelegt.

Über die GfK

Die GfK ist eines der größten Marktforschungsunternehmen weltweit. Ihre mehr als 11.500 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter erforschen, wie Menschen leben, denken und konsumieren. Dabei setzt die GfK auf permanente Innovation und intelligente Lösungen. So liefert die GfK in über 100 Ländern das Wissen, das Unternehmen benötigen, um die für sie wichtigsten Menschen zu verstehen: ihre Kunden. Im Jahr 2011 betrug der Umsatz der GfK 1,37 Milliarden Euro.

Seit 1. Januar 2012 fokussiert die GfK ihr Geschäft in den zwei sich ergänzenden Sektoren Consumer Choices und Consumer Experiences.

Der Sektor Consumer Choices untersucht, was, wann und wo konsumiert wird. Hier liegt der Schwerpunkt auf der kontinuierlichen Messung von Marktgrößen und -trends. Dabei werden alle wesentlichen Absatz- und Informationskanäle sowie Medien analysiert. Die bisherigen Geschäfte des Sektors Retail and Technology sowie die TV-, Radio- und Printmessung aus dem Sektor Media sind in dem neuen Sektor Consumer Choices aufgegangen.

Der Sektor Consumer Experiences beschäftigt sich mit Verhalten, Wahrnehmungen und Einstellungen der Verbraucher und beantwortet die Fragen wer, warum und wie konsumiert. Dies wird mit kreativen, robusten und flexiblen Methoden erforscht. Hier entwickelt die GfK wegbereitende, komplexe neue Verfahren, um zu verstehen, wie Verbraucher Marken und Services erleben. Dieser Sektor umfasst den bisherigen Sektor Custom Research sowie die Ad-hoc-Forschung des Sektors Media.

Weitere Informationen erhalten Sie unter www.gfk.com. Folgen Sie uns auf Twitter: www.twitter.com/gfk_gruppe

V.i.S.d.P.
Bernhard Wolf
Nordwestring 101
90419 Nürnberg
T +49 911 395-2012
F +49 911 395-4075
public.relations@gfk.com

Voraussichtliche Finanztermine

16. Mai 2012	Hauptversammlung, Fürth
14. August 2012	Halbjahresbericht zum 30. Juni*
14. November 2012	Neunmonatsbericht zum 30. September*

* Die Veröffentlichung erfolgt voraussichtlich vor Börsenbeginn.