



# Sperrfrist: 31. Januar 2012, 7.00 Uhr

## Pressemitteilung

Vorläufige Geschäftszahlen 2011

Datum  
31. Januar 2012

Bernhard Wolf  
Corporate Communications  
Tel. +49 911 395-2012  
Fax +49 911 395-4075  
[bernhard.wolf@gfk.com](mailto:bernhard.wolf@gfk.com)

Marion Eisenblätter  
Corporate Communications  
Tel. +49 911 395-2645  
Fax +49 911 395-4041  
[marion.eisenblaetter@gfk.com](mailto:marion.eisenblaetter@gfk.com)

### GfK erzielte im Jahr 2011 nach vorläufigen Zahlen ein Umsatzplus von 6,2 Prozent

- Jahresumsatz gegenüber Vorjahr um 6,2 Prozent auf etwa 1.374 Millionen Euro (Vorjahr: 1.294,2 Millionen Euro) gesteigert
- Angepasstes operatives Ergebnis im Gesamtjahr nahm voraussichtlich um 1,8 Prozent auf rund 188 Millionen Euro (Vorjahr: 185,0 Millionen Euro) zu
- Sondereffekte belasteten operatives Ergebnis um insgesamt 11,4 Millionen Euro

Nürnberg, 31. Januar 2012 – Die GfK Gruppe steigerte im Geschäftsjahr 2011 Umsatz und Ergebnis. Nach vorläufigen Zahlen stieg der Umsatz im Geschäftsjahr 2011 um 6,2 Prozent auf etwa 1.374 Millionen Euro. Das angepasste operative Ergebnis wurde um 1,8 Prozent auf rund 188 Millionen Euro gesteigert, die Marge belief sich auf 13,7 Prozent.

Nach vorläufigen Zahlen erreichte die Gesellschaft einen Umsatz von etwa 1.374 Millionen Euro nach 1.294,2 Millionen Euro im Vorjahr. Diese Steigerung um 6,2 Prozent beruht zum größten Teil auf dem organischen Wachstum von 5,8 Prozent. Akquisitionen hatten im Geschäftsjahr 2011 mit 1,2 Prozentpunkten einen positiven Betrag, Währungseffekte verminderten den Umsatz leicht um 0,8 Prozentpunkte.

### GfK Gruppe: Entwicklung im Vergleich zum Vorjahr<sup>1)</sup>

In Millionen Euro	2010	2011 vorläufig	Veränderung in %
Umsatz	1.294,2	1.374	+6,2
Angepasstes operatives Ergebnis	185,0	188	+1,8

1) Gerundet

Das angepasste operative Ergebnis verbesserte sich leicht um 1,8 Prozent auf etwa 188 Millionen Euro (Vorjahr: 185,0 Millionen Euro). Organisch lag das Ergebniswachstum bei 2,9 Prozent, Akquisitionen und Währungseffekte hatten jeweils einen leicht negativen Einfluss.

GfK SE  
Nordwestring 101  
90419 Nürnberg  
  
Tel. +49 911 395-0  
Fax +49 911 395-2209  
[public.relations@gfk.com](mailto:public.relations@gfk.com)  
[www.gfk.com](http://www.gfk.com)

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

Vorsitzender des Aufsichtsrats:  
Dr. Arno Mahlert

Registergericht  
Nürnberg HRB 25014

Die Marge des angepassten operativen Ergebnisses lag bei 13,7 Prozent und damit unter der des Vorjahres von 14,3 Prozent. Maßgeblich hierfür waren folgende Sondereffekte:

- Abschreibung in Folge eines Werthaltigkeitstests einer bereits eingesetzten Software zur Messung von Fernsehreichweiten (Sektor Media) in Höhe von 5,3 Millionen Euro. Zum dritten Quartal wurden, wie berichtet, bereits 4,5 Millionen Euro abgeschrieben. Die Erhöhung der Abschreibung um 0,8 Mio Euro im vierten Quartal resultierte aus der Aktualisierung der Kapitalmarktdaten, bei ansonsten gegenüber dem dritten Quartal unveränderten Annahmen.
- Abschreibung in Höhe von 1,6 Millionen Euro auf eine Software, die wegen der im Rahmen der Strategie „Own the Future“ angestrebten Standardisierung der Softwareanwendungen im Sektor Custom Research künftig nicht mehr zur Anwendung kommt.
- Sonstige Aufwendungen für das Strategieprojekt „Own the Future“, die sich gegenüber dem dritten Quartal auf 2,7 Millionen Euro erhöht haben und im Wesentlichen für Beratereinsatz entstanden sind.
- Aufwendungen im Rahmen der Neubesetzung der Position des Vorstandsvorsitzenden in Höhe von 1,8 Millionen Euro, die im operativen Ergebnis ausgewiesen wurden (hierüber wurde bereits im dritten Quartal berichtet).

Ohne diese Sondereffekte von insgesamt 11,4 Millionen Euro hätte das angepasste operative Ergebnis bei rund 199 Millionen Euro gelegen, was einer Marge von 14,4 Prozent entspräche.

### Organisches Umsatzwachstum in allen drei Sektoren

Alle drei Sektoren trugen organisch zum Umsatzwachstum bei. Erneut das stärkste Wachstum zeigte der Sektor Retail and Technology mit 9,8 Prozent Gesamtwachstum, der Sektor Custom Research konnte mit 5,6 Prozent den Umsatz ebenfalls erfreulich steigern. Der Umsatz des Sektors Media blieb mit -0,2 Prozent im Wesentlichen unverändert.

Umsatz in Millionen Euro	2010	2011 vorläufig	Veränderung in %
Custom Research	785,6	829	+5,6
Retail and Technology	370,8	407	+9,8
Media	133,1	133	-0,2
<b>GfK Gruppe<sup>2)</sup></b>	<b>1.294,2</b>	<b>1.374</b>	<b>+6,2</b>

1) Vorläufige Zahlen aus dem Management-Informationssystem - gerundet

2) Einschließlich Bereich „Sonstige“

### Komponenten des Umsatzwachstums nach Sektoren<sup>1)</sup>

Wachstum in %	Gesamt	Organisch	Akquisitionen	Währung
Custom Research	+5,6	+4,9	+1,9	-1,2
Retail and Technology	+9,8	+9,6	+0,1	+0,1
Media	-0,2	+1,4	0,0	-1,5
<b>GfK Gruppe<sup>2)</sup></b>	<b>+6,2</b>	<b>+5,8</b>	<b>+1,2</b>	<b>-0,8</b>

1) Vorläufige Zahlen aus dem Management-Informationssystem - gerundet

2) Einschließlich Bereich „Sonstige“

Der Umsatz des Bereichs Sonstige betrug im Berichtszeitraum etwa 5 Millionen Euro (2010: 4,7 Millionen Euro).

### Umsatzentwicklung in den Regionen

Weltweit deckt die GfK Gruppe mit ihrem Netzwerk eigener Unternehmen über 100 Länder ab. Geografisch ist das Geschäft in die sechs Regionen Deutschland, Westeuropa/Mittlerer Osten/Afrika, Zentral- und Osteuropa, Nordamerika, Lateinamerika sowie Asien und Pazifik aufgeteilt.

Besonders dynamisch war das Wachstum 2011 in der Region Asien und Pazifik, wo neben 8,3 Prozent organischem Wachstum zusätzliche 2,6 Prozentpunkte aus Akquisitionen den Umsatz steigerten sowie in Zentral- und Osteuropa, wo das erfreuliche organische Wachstum von 12,8 Prozent durch Währungseffekte um 4,0 Prozentpunkte vermindert wurde. In Deutschland konnte der Umsatz organisch um 7,8 Prozent und durch Akquisitionen um weitere 2,7 Prozentpunkte gesteigert werden. Lediglich in der Region Nordamerika war ein Umsatzrückgang festzustellen. Organisch sank der Umsatz hier im Gesamtjahr um 4,9 Prozent, Währungseffekte verminderten den Umsatz um weitere 5,3 Prozentpunkte.

### Entwicklung der Regionen<sup>1)</sup>

Umsatz in Millionen Euro	2010	2011 vorläufig	Veränderung in %
Deutschland	340,8	377	+10,5
Westeuropa/Mittlerer Osten/Afrika	483,0	520	+7,8
Zentral- und Osteuropa	89,7	98	+8,8
Nordamerika	219,3	200	-8,7
Lateinamerika	54,9	60	+8,5
Asien und Pazifik	106,5	120	+12,3
<b>Gesamt</b>	<b>1.294,2</b>	<b>1.374</b>	<b>+6,2</b>

1) Zahlen aus dem Management-Informationssystem - gerundet

## Komponenten des Umsatzwachstums nach Regionen<sup>1)</sup>

Wachstum in %	Gesamt	Organisch	Akquisitionen	Währung
Deutschland	+10,5	+7,8	+2,7	0,0
Westeuropa/Mittlerer Osten/Afrika	+7,8	+7,0	0,0	+0,8
Zentral- und Osteuropa	+8,8	+12,8	0,0	-4,0
Nordamerika	-8,7	-4,9	+1,5	-5,3
Lateinamerika	+8,5	+9,6	0,0	-1,1
Asien und Pazifik	+12,3	+8,3	+2,6	+1,5
<b>Gesamt</b>	<b>+6,2</b>	<b>+5,8</b>	<b>+1,2</b>	<b>-0,8</b>

1) Zahlen aus dem Management-Informationssystem - gerundet

### Neue Unternehmensstrategie „Own the Future“

Seit 1. Januar 2012 folgt die GfK ihrer neuen Strategie „Own the Future“. Im Rahmen dieser Strategie werden fokussierte Investitionen in global konsistente Produkte und Lösungen für wichtige Kundenfragestellungen getätigt.

Im Zuge der neuen Strategie hat die GfK ihre Sektoren neu geordnet. Das Geschäft gliedert sich zukünftig in die beiden Sektoren Consumer Choices und Consumer Experiences. Der Sektor Consumer Choices umfasst den bisherigen Sektor Retail and Technology und mit dem Bereich Audience Measurement auch den Großteil des Geschäfts des bisherigen Sektors Media. Der zweite Sektor, Consumer Experiences, beinhaltet im Wesentlichen den bisherigen Sektor Custom Research sowie das Ad-hoc Geschäft des früheren Sektors Media. Mit der Finanzberichterstattung über das erste Quartal 2012 wird die GfK auf diese neue Struktur umstellen.

### Bilanzpressekonferenz und vollständiger Jahresabschluss

Die GfK wird den vollständigen Jahresabschluss und den Ausblick für das Jahr 2012 am 12. März 2012 um 10:00 Uhr im Rahmen der Bilanzpressekonferenz in Nürnberg veröffentlichen. Ab 15:00 Uhr stellt sie den Abschluss auf einer Analystenkonferenz in Frankfurt am Main vor.

### Voraussichtliche Finanztermine

12. März 2012	Bilanzpressekonferenz, Nürnberg
12. März 2012	Analystenkonferenz, Frankfurt am Main
15. Mai 2012	Quartalsbericht zum 31. März
16. Mai 2012	Hauptversammlung, Fürth
14. August 2012	Halbjahresbericht zum 30. Juni
14. November 2012	Neunmonatsbericht zum 30. September



## Über die GfK

Die GfK ist eines der größten Marktforschungsunternehmen weltweit. Ihre 11.000 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 2010 betrug der Umsatz der GfK 1,29 Milliarden Euro.

Weitere Informationen erhalten Sie unter [www.gfk.com](http://www.gfk.com). Folgen Sie uns auf Twitter: [www.twitter.com/gfk\\_gruppe](https://www.twitter.com/gfk_gruppe)

V.i.S.d.P.  
GfK SE, Corporate Communications  
Bernhard Wolf  
Nordwestring 101  
90419 Nürnberg  
Tel. +49 911 395-2012  
Fax +49 911 395-4075  
[bernhard.wolf@gfk.com](mailto:bernhard.wolf@gfk.com)

## Disclaimer

Diese Informationen sind nicht zur Veröffentlichung oder Verteilung in den Vereinigten Staaten von Amerika bestimmt.

Diese Veröffentlichung stellt kein Angebot zum Verkauf von Wertpapieren in den Vereinigten Staaten von Amerika dar. Die Wertpapiere der GfK SE dürfen ohne eine Registrierung oder eine Ausnahme von der Registrierungspflicht gemäß dem Securities Act von 1933 in der jeweils gültigen Fassung in den Vereinigten Staaten von Amerika weder angeboten noch verkauft werden.

Diese Pressemitteilung enthält vorausschauende Aussagen. Vorausschauende Aussagen sind Aussagen, die nicht Tatsachen der Vergangenheit beschreiben; sie umfassen auch Aussagen über unsere Annahmen und Erwartungen. Jede Aussage in dieser Pressemitteilung, die unsere Absichten, Annahmen, Erwartungen oder Vorhersagen (sowie die zu Grunde liegenden Annahmen) wiedergibt, ist eine vorausschauende Aussage. Diese Aussagen beruhen auf Planungen, Schätzungen und Prognosen, die der Geschäftsleitung der GfK Gruppe derzeit zur Verfügung stehen. Vorausschauende Aussagen beziehen sich deshalb nur auf den Tag, an dem sie gemacht werden. Wir übernehmen keine Verpflichtung, solche Aussagen angesichts neuer Informationen oder künftiger Ereignisse weiterzuentwickeln.