

Pressemitteilung

GfK mit rückläufigem Umsatz und Ergebnis

12. August 2016

Bernhard Wolf
Investor Relations
T +49 911 395 2012
bernhard.wolf@gfk.com

Jan Saeger
Corporate Communications
T +49 911 395 4440
jan.saeger@gfk.com

Nürnberg, 12. August 2016 – GfK hat im ersten Halbjahr 2016 ein Ergebnis erwirtschaftet, das unter den Vorjahreszahlen für die Berichtsperiode liegt. Während die Gruppe im ersten Quartal 2016 ein organisches Wachstum von 0,9 Prozent erzielte, ist der Umsatz im ersten Halbjahr 2016 um 1,5 Prozent zurückgegangen. Die Marge lag mit 8,2 Prozent annähernd auf Höhe des ersten Quartals, reichte jedoch nicht an das Vorjahresquartal (9,5 Prozent) heran. Das angepasste operative Ergebnis ging gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 12,3 Millionen Euro auf 58,9 Millionen Euro zurück. Dem guten organischen Wachstum im Consumer-Choices-Geschäft steht ein rückläufiger Umsatz bei Consumer Experiences gegenüber.

GfK-Vorstandsvorsitzender Matthias Hartmann: „Das zweite Quartal war enttäuschend. Wir mussten hier auch Vorsorgemaßnahmen für Verzögerungen bei Wachstumsinitiativen im Sektor Consumer-Choices vornehmen. Unser Fokus liegt jetzt auf der Überwindung der Anlaufschwierigkeiten dieser Projekte und der Verbesserung des Auftragseingangs im Sektor Consumer Experiences. Die darüber hinaus angestoßenen Kostensenkungen und Ressourcenanpassungen werden im zweiten Halbjahr einen positiven Beitrag leisten. Sehr erfreulich ist, dass sich unser Cashflow positiv entwickelt hat.“

Der **Umsatz** der Gruppe betrug in der ersten Jahreshälfte 721,7 Millionen Euro. Insgesamt ist der Umsatz der GfK Gruppe damit um 3,4 Prozent zurückgegangen. Währungseffekte hatten daran mit minus 2,4 Prozentpunkten einen deutlichen Anteil.

Das **angepasste operative Ergebnis** ging gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 12,3 Millionen Euro auf 58,9 Millionen Euro zurück.

Die **Marge** lag bei 8,2 Prozent nach 9,5 Prozent im ersten Halbjahr 2015.

Der Sektor **Consumer Experiences** verzeichnete einen organischen Umsatzrückgang von 7,8 Prozent im ersten Halbjahr aufgrund eines schwachen Auftragseingangs in der traditionellen Auftragsforschung (Ad Hoc Research). Er lag damit unter den Erwartungen. Der hieraus entstandene Rückgang des angepassten operativen Ergebnisses konnte durch bereits angestoßene Ressourcen- und Kosteneinsparmaßnahmen nicht vollständig ausgeglichen werden. Im operativen Geschäft arbeitet GfK daran, die Effizienz weiter zu erhöhen. Die Verlagerungen der Operations-Tätigkeiten in die Global Service Center kommen gut voran. Der Auftragseingang und der Umsatz in der Auftragsforschung (Ad-Hoc-Geschäft) liegen in der ersten

GfK SE
Nordwestring 101
90419 Nürnberg
T +49 911 395 0

Vorstand:
Matthias Hartmann (CEO)
Christian Diedrich (CFO)
Dr. Gerhard Hausruckinger
David Krajicek
Alessandra Cama

Vorsitzender des
Aufsichtsrats:
Dr. Arno Mahler

Registergericht
Nürnberg HRB 25014

Jahreshälfte deutlich hinter der Vorjahresperiode zurück. Dies führte auch zu einer Reduzierung der Zukunftserwartungen. Eine daher erfolgte Überprüfung der bilanzierten Firmenwerte im Consumer-Experiences-Sektor machte eine Abschreibung von 139 Millionen Euro erforderlich. Die Firmenwerte im Sektor Consumer Choices sind von der Wertberichtigung nicht betroffen.

Der Sektor **Consumer Choices** wächst weiterhin organisch, ist jedoch in seiner Marge durch Verzögerungen bei Fernsehforschungsaufträgen und anderen Wachstumsinitiativen sowie den Ergebnissen des inzwischen verkauften Bereichs Pflanzenschutz und Tiergesundheit stark belastet. Der Sektor verfügt mit seinem solide wachsenden Point of Sales Measurement unverändert über ein Stammgeschäft, das durch neue Produktkategorien, Industrien und Services weiter ausgebaut und um Online-Auswertungsmöglichkeiten ergänzt wird. Im Bereich Media Measurement belasten die Anlaufschwierigkeiten der neuen Verträge, vor allem bei dem Fernsehforschungsauftrag in Brasilien, das Ergebnis. Hierfür wurden die notwendigen Adjustierungen vorgenommen und Vorsorgemaßnahmen getroffen. Mit der am 1. Juli begonnenen Veröffentlichung der Einschaltquoten und der Akkreditierung durch den brasilianischen Normenkontrollrat CENP ist man in Brasilien einen großen Schritt vorangekommen. Seitdem wurden mit einem weiteren TV-Sender und einer Werbeagentur zwei Neukunden gewonnen. Verhandlungen mit weiteren TV-Sendern und Werbeagenturen laufen. Gleichzeitig wird das GfK-Crossmedia-Link-Produkt in weiteren Ländern eingeführt und so zu einem wichtigen digitalen Standbein.

Die **Regionen** Lateinamerika und Zentral Osteuropa/META hatten gute organische Wachstumsraten zu verzeichnen, denen aber bereits wie im Vorquartal hohe negative Währungseffekte entgegenstanden. In den reifen Märkten Süd- und Westeuropa sowie Nordamerika war die Entwicklung dagegen rückläufig.

Den **Ausblick** hat GfK angesichts der genannten Herausforderungen und der Zahlen des ersten Halbjahres deshalb am 5. August angepasst: Abhängig von der Entwicklung im Auftragseingang des Consumer-Experiences-Sektors und den Fortschritten bei den Wachstumsinitiativen des Consumer-Choices-Sektors sind auch ein Umsatzwachstum unterhalb des Marktes und eine niedrigere Marge als im Vorjahr für das Jahr 2016 nicht auszuschließen.

Kennzahlen zur Entwicklung

in Millionen Euro (gerundet)	Q2 2015	Q2 2016	Veränderung in %	H1 2015	H1 2016	Veränderung in %
Umsatz	384,8	361,2	-6,1	747,2	721,7	-3,4
EBITDA	53,3	38,4	-28,0	89,5	83,1	-7,1
Angepasstes operatives Ergebnis	43,9	26,8	-38,9	71,2	58,9	-17,3
Marge in Prozent ¹⁾	11,4%	7,4%	-4,0 ²⁾	9,5%	8,2%	-1,4 ²⁾
Operatives Ergebnis	38,4	-126,1		58,1	-98,6	
Operatives Ergebnis ³⁾	38,4	15,1	-60,8	58,1	42,6	-26,6
EBIT	37,9	-127,2		58,7	-99,5	
EBIT ³⁾	37,9	14,0	-63,1	58,7	41,6	-29,1
Sonstiges Finanzergebnis	-3,3	-3,1	5,5	-9,8	-5,9	39,8
Konzernergebnis	19,7	-148,3		28,9	-132,8	
Konzernergebnis ³⁾	19,7	-7,1		28,9	8,4	-70,9
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	12,4	10,2	-17,4	31,4	56,9	81,1
Unverwässertes Ergebnis je Aktie in Euro	0,46	-4,08		0,63	-3,68	
Unverwässertes Ergebnis je Aktie in Euro ³⁾	0,46	-0,21		0,63	0,19	-70,3

1) Angepasstes operatives Ergebnis zum Umsatz

2) Prozentpunkte

3) Ohne Berücksichtigung Goodwill-Impairment

Den detaillierten Halbjahresbericht finden Sie auf der Website von Investor Relations:

http://www.gfk.com/fileadmin/user_upload/website_content/investors/publications/documents/Reports_DE_Finanzberichte/2016/GfK_H1_2016_DE.pdf

Hinweis für die Redaktion:

GfK hat am Abend des 11. August 2016 eine Ad-hoc-Mitteilung sowie eine Pressemitteilung veröffentlicht: „Vorsitzende von Vorstand und Aufsichtsrat verlassen GfK“. Siehe die Pressemitteilung dazu [hier](#).

Über GfK

GfK steht für zuverlässige und relevante Markt- und Verbraucherinformationen. Durch sie hilft das Marktforschungsunternehmen seinen Kunden, die richtigen Entscheidungen zu treffen. GfK verfügt über langjährige Erfahrung im Erheben und Auswerten von Daten. Rund 13.000 Experten vereinen globales Wissen mit Analysen lokaler Märkte in mehr als 100 Ländern. Mithilfe innovativer Technologien und wissenschaftlicher Verfahren macht GfK aus großen Datenmengen intelligente Informationen. Dadurch gelingt es den Kunden von GfK, ihre Wettbewerbsfähigkeit zu steigern und das Leben der Verbraucher zu bereichern.

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

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

Voraussichtlicher Finanztermin 2016

14. November 2016: Neunmonatsbericht zum 30. September 2016

Voraussichtliche Finanztermine 2017

31. Januar 2017: Trading Statement
14. März 2017: Bilanzpressekonferenz Nürnberg
15. Mai 2017: Quartalsbericht zum 31. März 2017
18. Mai 2017: Hauptversammlung Fürth
14. August 2017: Halbjahresbericht zum 30. Juni 2017
13. November 2017: Neunmonatsbericht zum 30. September 2017