



## Pressemitteilung

### Vorläufige Geschäftszahlen 2008

Datum  
26. Februar 2009

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

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

### GfK Gruppe: neunte Dividendenerhöhung in Folge nach Wachstum in Umsatz und Ergebnis

- Umsatz der GfK Gruppe wächst organisch um 5,5 Prozent auf 1.220 Millionen Euro
- Angepasstes operatives Ergebnis erhöht sich leicht auf 159 Millionen Euro
- Marge liegt mit 13,0 Prozent auf dem prognostizierten Niveau
- Dividende soll von 0,45 Euro auf 0,46 Euro je Aktie steigen
- Prognose für 2009: organischer Umsatzzuwachs und Marge auf Vorjahresniveau angestrebt
- Fitness- und Effizienzprogramm BISS zur dauerhaften Optimierung des Ergebnisniveaus initiiert

Nürnberg, 26. Februar 2009 – In einem schwierigen Marktumfeld baute die GfK Gruppe sowohl Umsatz als auch Ergebnis weiter aus. Auf Basis der vorläufigen Geschäftszahlen steigerte die GfK ihren Umsatz im Geschäftsjahr 2008 organisch um 5,5 Prozent. Das Branchenwachstum, das nach Schätzungen von Experten bei zirka 4,0 Prozent lag, wurde damit erneut deutlich übertroffen. Nach Berücksichtigung von Akquisitionen und Währungseinflüssen wächst der Umsatz im Geschäftsjahr 2008 insgesamt um 5,0 Prozent auf 1.220 Millionen Euro. Das angepasste operative Ergebnis liegt bei 159 Millionen Euro und damit über dem Vorjahr. Die GfK erreichte eine Marge von 13,0 Prozent nach 11,8 Prozent in den ersten neun Monaten des Jahres 2008. Damit befindet sich die Marge im Zielkorridor der „5 Star Initiative“ von 13 bis 15 Prozent. Die erfolgreiche Konzernentwicklung zeugt sowohl von der höheren Krisenresistenz der Marktforschungsbranche als auch von dem im Vergleich zu ihren Wettbewerbern stärkeren Anteil der GfK am stabilen Panelgeschäft.

Alle drei Sektoren der GfK steigerten im Geschäftsjahr 2008 ihren Umsatz gegenüber dem vergleichbaren Vorjahreszeitraum organisch. Trotz des zunehmend schwierigeren Marktumfelds trug der Sektor Custom Research

GfK SE  
Nordwestring 101  
90419 Nürnberg  
  
Tel. +49 911 395-0  
Fax +49 911 395-2209  
public.relations@gfk.com  
www.gfk.com

Vorstand:  
Professor Dr.  
Klaus L. Wübbenhorst  
(Vorsitzender)  
Christian Weller von Ahlefeld  
(CFO)  
Petra Heinlein  
Debra A. Pruent  
Dr. Gérard Hermet  
Wilhelm R. Wessels

Vorsitzender des  
Aufsichtsrats:  
Dr. Arno Mahler  
Registergericht  
Nürnberg HRB 25014

organisch 2,4 Prozent zum Umsatzwachstum bei. Der Sektor Retail and Technology erreichte ein herausragendes organisches Umsatzwachstum von 14,0 Prozent auf erstmals über 300 Millionen Euro und verbesserte seine Marge im Vergleich zum Vorjahreszeitraum deutlich von 25,8 Prozent auf 27,1 Prozent. Der Sektor Media erzielte mit einem organischen Wachstum von 7,3 Prozent eine gute Umsatzentwicklung. In den Wachstumsregionen Zentral- und Osteuropa, Lateinamerika sowie Asien und Pazifik realisierte die GfK einen starken organischen Umsatzanstieg und baute ihre Marktpositionen weiter aus.

#### GfK GRUPPE: ENTWICKLUNG IM VERGLEICH ZUM VORJAHR<sup>1)</sup>

In Millionen Euro	2007 Ist	2007 exkl. UBM <sup>2)</sup>	2008 vorläufig	Veränderung in %
Umsatz	1.162,1	1.162,1	1.220	+5,0
Angepasstes operatives Ergebnis	157,6	157,6	159	+0,7
Hervorgehobene Posten (Prognose)	-21,2	-32,0 <sup>2)</sup>	-26 bis -31 <sup>3)</sup>	n.m.
Davon: Kosten für BISS	0	0	-6	-
Operatives Ergebnis	136,4	125,6 <sup>2)</sup>	128 bis 133 <sup>3)</sup>	n.m.
Beteiligungsergebnis	3,1	3,1	4	+28,1
EBIT	139,4	128,7 <sup>2)</sup>	132 bis 137 <sup>3)</sup>	n.m.

1) Rundungsdifferenzen möglich

2) Bereinigt um den Einfluss aus dem außergerichtlichen Vergleich zwischen der GfK und UBM in Höhe von insgesamt 10,7 Millionen Euro

3) Aufgrund vorläufiger Zahlen erfolgt die Veröffentlichung innerhalb von Bandbreiten

Das angepasste operative Ergebnis stieg insgesamt um 0,7 Prozent auf 159 Millionen Euro. Organisch wuchs das Ergebnis um 0,7 Prozent. Akquisitionen erhöhten das Ergebnis um 2,2 Prozent. Diese wurden durch Wechselkurseffekte in Höhe von ebenfalls 2,2 Prozent neutralisiert.

Für die konzernweite Steuerung des operativen Geschäfts verwendet das Management der GfK Gruppe wie seine Wettbewerber das angepasste operative Ergebnis. Die GfK ist überzeugt, dass die Erläuterungen zur Geschäftsentwicklung anhand des angepassten operativen Ergebnisses die Interpretation des Geschäftsverlaufs der GfK Gruppe erleichtern und die Aussagefähigkeit im Vergleich zu den anderen großen Marktforschungsunternehmen erhöht.

Das angepasste operative Ergebnis (im Folgenden: Ergebnis) wird ermittelt, indem Aufwendungen und Erträge, die die Beurteilung der operativen Ertragskraft der Unternehmenssektoren und des Konzerns verzerren, aus dem operativen Ergebnis eliminiert werden.



Im vergangenen Jahr hatte die GfK aus dem außergerichtlichen Vergleich mit der UBM einen positiven Ergebniseinfluss in Höhe von 10,7 Millionen Euro erzielt. Dieser Einfluss wurde in der weiteren Betrachtung eliminiert.

Insgesamt liegen die als hervorgehobene Posten bezeichneten Ergebnisgrößen im Geschäftsjahr 2008 innerhalb der prognostizierten Bandbreite von 26 bis 31 Millionen Euro (Vorjahr ex UBM: 32,0 Millionen Euro). Für das Fitness- und Effizienzprogramm BISS (Kurzform für „Business IT-Services and Streamline Services create Synergies“) ist in den hervorgehobenen Posten ein Implementierungsaufwand von rund 6 Millionen Euro enthalten.

Im Geschäftsjahr 2008 ergibt sich ein operatives Ergebnis zwischen 128 und 133 Millionen Euro (Vorjahr ex UBM: 125,6 Millionen Euro).

Das Beteiligungsergebnis des Geschäftsjahrs 2008 betrug 4 Millionen Euro (Vorjahr: 3,1 Millionen Euro).

Das EBIT liegt in der Bandbreite von 132 bis 139 Millionen Euro und damit über dem vergleichbaren Vorjahreswert ex UBM von 128,7 Millionen Euro.

#### **Dividende: Neunte Erhöhung in Folge**

Zum neunten Mal seit Börsengang im Jahr 1999 schlagen Aufsichtsrat und Vorstand der GfK der Hauptversammlung am 20. Mai 2009 eine Erhöhung der DIVIDENDE vor. Sie soll von 0,45 Euro auf 0,46 Euro je Aktie steigen. Dies entspricht einer gegenwärtigen Dividendenrendite von 2,8 Prozent. Damit wird eine Dividendenpolitik gekoppelt an die positive Geschäftsentwicklung auch in herausfordernden Zeiten fortgesetzt. Die Erhöhung zeigt auch das Vertrauen von Aufsichtsrat und Vorstand in die zukünftige Entwicklung der Gesellschaft. Bezogen auf die am 31. Dezember 2008 insgesamt 35.947.363 dividendenberechtigten Aktien entspricht dies einer Ausschüttungssumme von 16,5 Millionen Euro (Vorjahr: 16,1 Millionen Euro).

#### **Sektoren: organisches Wachstum**

Alle Sektoren der GfK Gruppe übertrafen trotz der weltweit angespannten Finanzmarkt- und Wirtschaftslage im Geschäftsjahr 2008 ihre hervorragenden Vorjahresumsätze. Besonders erfreulich entwickelte sich der Sektor Retail and Technology.

#### **ENTWICKLUNG DER SEKTOREN<sup>1)</sup>**

<b>Umsatz in Millionen Euro</b>	<b>2007</b>	<b>2008 vorläufig</b>	<b>Veränderung in %</b>
Custom Research	773,0	783	+1,3
Retail and Technology	260,8	304	+16,6
Media	124,5	130	+4,5
<b>GfK Gruppe<sup>2)</sup></b>	<b>1.162,1</b>	<b>1.220</b>	<b>+5,0</b>

1) Zahlen aus dem Management-Informationssystem, Rundungsdifferenzen möglich

2) Einschließlich „Sonstige“

### KOMPONENTEN DES UMSATZWACHSTUMS NACH SEKTOREN<sup>1)</sup>

Wachstum in %	Gesamt	Organisch	Akquisitionen	Währung
Custom Research	+1,3	+2,4	+2,6	-3,7
Retail and Technology	+16,6	+14,0	+3,2	-0,6
Media	+4,5	+7,3	0,0	-2,8
<b>GfK Gruppe<sup>2)</sup></b>	<b>+5,0</b>	<b>+5,5</b>	<b>+2,5</b>	<b>-3,0</b>

1) Zahlen aus dem Management-Informationssystem, Rundungsdifferenzen möglich

2) Einschließlich „Sonstige“

### MARGENENTWICKLUNG DER SEKTOREN<sup>1)</sup>

Marge in %	2007	2008 vorläufig
Custom Research	8,6	7,2
Retail and Technology	25,8	27,1
Media	20,6	18,1
<b>GfK Gruppe<sup>2)</sup></b>	<b>13,6</b>	<b>13,0</b>

1) Zahlen aus dem Management-Informationssystem, Rundungsdifferenzen möglich

2) Einschließlich „Sonstige“

CUSTOM RESEARCH, umsatzstarkster Sektor der GfK, erzielte im Geschäftsjahr 2008 ein organisches Umsatzwachstum von 2,4 Prozent. Besonders erfreulich verlief die Geschäftstätigkeit in den Wachstumsregionen Zentral- und Osteuropa, Lateinamerika sowie Asien und Pazifik. Akquisitionen erhöheten den Umsatz um 2,6 Prozent. Der Sektor konnte seine Marktposition mit Übernahme der Blue Moon Group in Australien und der Bilesim International in der Türkei verbessern. Wechselkurseffekte reduzierten den Umsatz um 3,7 Prozent. Insgesamt steigerte Custom Research seinen Umsatz um 1,3 Prozent auf 783 Millionen Euro.

Das Ergebnis des Sektors ging im Vergleich zum Vorjahr um zirka 10,2 Millionen Euro auf 56 Millionen Euro zurück. Ein erheblicher Teil des Ergebnisruckgangs kann auf den regional unterschiedlichen Verlauf des HealthCare-Geschafts zurückgeführt werden. Die HealthCare-Unternehmen in Deutschland und in Zentral- und Osteuropa generierten erfreuliche Wachstumsraten, während sich Umsatz und Ergebnis der nordamerikanischen und britischen Geschäftseinheiten nach wie vor zurückhaltend entwickelten. Die amerikanische Pharmaindustrie kämpft mit Umsatzeinbrüchen bedingt durch Generika, mit der nur muhnsamen Freigabe neuer, patentierter Produkte sowie mit zahlreichen Überprüfungen unter politischen als auch regulatorischen Aspekten. Umfangreiche Restrukturierungsmaßnahmen der betroffenen HealthCare-Geschäftseinheiten sollen dieser Entwicklung entgegensteuern. Die Maßnahmen wurden bis Anfang des Jahres 2009 umgesetzt und werden signifikante Kosteneinsparungen generieren. Darüber hinaus kann die rückläufige Ergebnisentwicklung auf die Automobilmarktforschung zurückgeführt werden. Die weltweite Finanz- und Wirtschaftskrise führte im

vierten Quartal 2008 zu ausbleibenden Vertragsverlängerungen, die teilweise durch zwei im Oktober in der Automobilmarktforschung abgeschlossene mehrjährige Verträge im Bereich Brand Monitor und Mystery Shopping ausgeglichen werden konnten. Der Sektor verbesserte seine Marge von 5,7 Prozent nach den ersten neun Monaten 2008 auf 7,2 Prozent für das Geschäftsjahr.

Der Sektor RETAIL AND TECHNOLOGY schloss das Geschäftsjahr 2008 überaus erfolgreich ab. Das organische Umsatzwachstum konnte im Vergleich zum Vorjahr um 2,2 Prozentpunkte auf 14,0 Prozent (Vorjahr: 11,6 Prozent) verbessert werden. Wie in den Vorjahren erreichte Retail and Technology das stärkste organische Umsatzwachstum aller drei Sektoren. Akquisitionen trugen mit 3,2 Prozent zur Umsatzentwicklung bei. Währungskurseffekte reduzierten den Umsatz um 0,6 Prozent. Insgesamt steigerte der Sektor seinen Umsatz um 16,6 Prozent auf 304 Millionen Euro und übertraf damit zum ersten Mal die 300 Millionen Euro Marke. Dies entspricht dem höchsten absoluten Gesamtwachstum in der GfK Gruppe. Die Grundlage für den anhaltenden Erfolg dieses Sektors bildet das globale Produktions- und Reportingsystem StarTrack. Darüber hinaus führten die systematische Ausweitung des Dienstleistungsangebots sowie die steigende Angebotsfrequenz von Berichten zu dieser hervorragenden Umsatzverbesserung. Im Geschäftsjahr 2008 wurde das Netzwerk insbesondere in den Regionen Westeuropa/Mittlerer Osten/Afrika, Nordamerika sowie Asien und Pazifik weiter ausgebaut.

Wie in den vorangegangenen Geschäftsjahren wuchs das Ergebnis im Jahr 2008 überproportional um 22,6 Prozent auf 82 Millionen Euro. Mit einer Marge von 27,1 Prozent liegt Retail and Technology deutlich über dem vergleichbaren Vorjahreswert (25,8 Prozent) und erzielt wiederum die höchste Marge aller Sektoren.

Der Sektor MEDIA erzielte im Geschäftsjahr 2008 ein gutes organisches Umsatzwachstum von 7,3 Prozent. Zu dieser Umsatzsteigerung trugen vor allem die Regionen Nordamerika sowie Zentral- und Osteuropa bei. Das nordamerikanische Tochterunternehmen gewannen insbesondere mit neuen Produkten zusätzliche Marktanteile. Vor dem Hintergrund des konjunkturell schwierigeren Marktumfelds entwickelte sich dieses nordamerikanische Tochterunternehmen im vierten Quartal 2008 allerdings etwas verhaltener. In der Ukraine und in Rumänien gewann die GfK mehrjährige Verträge im Bereich der Mediennutzung. Weitere erfolgreiche Vertragsverlängerungen fanden unter anderem in Großbritannien mit der Erneuerung des „BBC Cross Media“-Vertrages sowie in Belgien bei der Fernsehreichweiten- und der Radiohörerforschung statt. Insgesamt erhöhte sich der Umsatz um 4,5 Prozent auf 130 Millionen Euro. Wechselkurseffekte schmälerten den Umsatz um 2,8 Prozent.

Das Ergebnis des Sektors lag bei 24 Millionen Euro und damit etwas unter dem vergleichbaren Vorjahreswert von 25,7 Millionen Euro. Das Ergebnis des Geschäftsjahres wurde von Investitionen und Kosten für spezielle Produktions- und Auswertungssoftware belastet. Die Marge in Höhe von 18,1 Prozent ist die zweitbeste Marge im GfK-Konzern.

Der Umsatz des Bereichs SONSTIGE betrug 3 Millionen Euro (Vorjahr: 3,7 Millionen Euro). Neben höheren Dienstleistungs- und Raumkosten führten gestiegene Personalkosten im Geschäftsjahr 2008 zu einer Ergebnisunterdeckung von 3 Millionen Euro (Vorjahr: minus 1,5 Millionen Euro).

### Regionen: Starkes Wachstum in den Zukunftsmärkten

Die GfK Gruppe erzielte in allen Regionen mit Ausnahme von Nordamerika ein gutes organisches Umsatzwachstum. Wiederum entwickelte sich die GfK in den Regionen Zentral- und Osteuropa, Lateinamerika sowie Asien und Pazifik besonders dynamisch mit zweistelligen Wachstumsraten.

Die GfK konnte in den Ländern, die gemäß ESOMAR die höchsten Branchenumsätze realisieren, ihre attraktiven Marktpositionen beibehalten beziehungsweise weiter ausbauen. In den USA, dem Land mit dem weltweit höchsten Branchenumsatz, liegt die GfK Gruppe weiterhin auf Rang 7. Den zweithöchsten Branchenumsatz erreicht Großbritannien. Hier verbesserte sich die GfK vom 4. auf den 3. Platz. In Deutschland, das Land mit dem dritthöchsten Branchenumsatz, ist die GfK Gruppe weiterhin der unangefochtene Marktführer. In Frankreich, dem Land mit dem vierthöchsten Umsatz, erreichte die GfK wie im Vorjahr Position 4. In den dynamisch wachsenden BRIC-Ländern konnte die GfK ihre Marktpositionen in Brasilien und Indien verbessern. So liegt die GfK in Brasilien inzwischen auf Marktposition 4, in Russland auf Position 2, in Indien auf Position 3 und in China auf Position 7.

### ENTWICKLUNG DER REGIONEN<sup>1)</sup>

Umsatz in Millionen Euro	2007	2008 vorläufig	Veränderung in %
Deutschland	290,3	316	+8,9
Westeuropa/Mittlerer Osten/Afrika	480,5	487	+1,4
Zentral- und Osteuropa	73,1	87	+19,3
Nordamerika	240,7	220	-8,7
Lateinamerika	26,7	35	+32,7
Asien und Pazifik	50,8	75	+47,3
<b>Gesamt</b>	<b>1.162,1</b>	<b>1.220</b>	<b>+5,0</b>

1) Zahlen aus dem Management-Informationssystem, Rundungsdifferenzen möglich

### KOMPONENTEN DES UMSATZWACHSTUMS NACH REGIONEN<sup>1)</sup>

Wachstum in %	Gesamt	Organisch	Akquisitionen	Währung
Deutschland	+8,9	+8,9	0,0	0,0
Westeuropa/Mittlerer Osten/Afrika	+1,4	+3,9	+1,7	-4,2
Zentral- und Osteuropa	+19,3	+14,0	+4,4	+0,9
Nordamerika	-8,7	-3,1	+0,5	-6,1
Lateinamerika	+32,7	+27,0	+8,2	-2,5
Asien und Pazifik	+47,3	+18,6	+27,3	+1,4
<b>Gesamt</b>	<b>+5,0</b>	<b>+5,5</b>	<b>+2,5</b>	<b>-3,0</b>

1) Zahlen aus dem Management-Informationssystem, Rundungsdifferenzen möglich

Im Geschäftsjahr 2008 erzielte die GfK in DEUTSCHLAND ein organisches Umsatzwachstum von 8,9 Prozent. Im Vergleich zum Vorjahr verbesserte sich das organische Wachstum um 1,2 Prozentpunkte. Der Umsatz erhöhte sich um 26 Millionen Euro auf 316 Millionen Euro.

Den höchsten Umsatzbeitrag erzielte die GfK im Geschäftsjahr 2008 in der Region WESTEUROPA/MITTLERER OSTEN/AFRIKA. Insgesamt stieg der Umsatz um 1,4 Prozent auf 487 Millionen Euro. Das organische Umsatzwachstum betrug 3,9 Prozent, während Wechselkurseffekte den Umsatz mit 4,2 Prozent belasteten. Akquisitionen trugen mit 1,7 Prozent zum Umsatzwachstum bei.

In der Region ZENTRAL- UND OSTEUROPA steigerte die GfK ihren Umsatz im Geschäftsjahr 2008 um erfreuliche 19,3 Prozent auf 87 Millionen Euro. Das organische Wachstum erreichte 14,0 Prozent nach 12,4 Prozent im vergleichbaren Vorjahreszeitraum. Akquisitionen erhöhten den Umsatz um 4,4 Prozent. Wechselkurseffekte steigerten den Umsatz um 0,9 Prozent.

Die GfK-Unternehmen in NORDAMERIKA erwirtschafteten im Berichtszeitraum einen Umsatz von 220 Millionen Euro. In der zweiten Jahreshälfte 2008 verlor der bis dahin starke Euro gegenüber dem US-Dollar an Wert, was zu einer Reduzierung der negativen Wechselkurseffekte führte. Im Geschäftsjahr 2008 schmälerten Wechselkurseffekte den Umsatz dennoch deutlich um 6,1 Prozent (Halbjahr 2008: 13,0 Prozent). Organisch ging der Umsatz um 3,1 Prozent zurück. Akquisitionen erhöhten den Umsatz um 0,5 Prozent.

Die GfK entwickelte sich im Berichtszeitraum in der Region LATEINAMERIKA außerordentlich dynamisch. Im Vergleich zum Vorjahr erhöhte die GfK Gruppe in dieser Region ihren Umsatz um hervorragende 32,7 Prozent auf 35 Millionen Euro. Das organische Umsatzwachstum lag bei 27,0 Prozent. Damit erzielte die GfK im Geschäftsjahr 2008 die höchste organische Wachstumsquote aller Regionen in Lateinamerika. Wechselkurseffekte ver-

minderten den Umsatz um 2,5 Prozent. Akquisitionen vermehrten den Umsatz um 8,2 Prozent.

Das höchste Umsatzwachstum im Geschäftsjahr 2008 generierte die GfK in der Region ASIEN UND PAZIFIK. Der Umsatz stieg um 47,3 Prozent von 50,8 Millionen Euro im Jahr 2007 auf 75 Millionen Euro im Jahr 2008. Mit einer organischen Wachstumsrate von 18,6 Prozent konnte in dieser Region das zweithöchste organische Wachstum der GfK Gruppe erreicht werden. Aus Akquisitionen resultierte ein Umsatzwachstum in Höhe von 27,3 Prozent, aus Wechselkurseffekten von 1,4 Prozent.

### **Mitarbeiter: Weitere Internationalisierung**

Am 31. Dezember 2008 beschäftigte die GfK Gruppe 9.692 Mitarbeiter. Gegenüber dem Stand vom 31. Dezember 2007 entspricht dies einem Zuwachs von 622 Personen. Der Anstieg beruht zu rund einem Drittel auf Übernahmen von neuen Unternehmen und zu rund zwei Dritteln auf Neueinstellungen.

Zum Ende des Geschäftsjahrs 2008 arbeiteten 7.946 Mitarbeiter (Vorjahr: 7.356) der GfK außerhalb Deutschlands. Somit arbeiten 82,0 Prozent der GfK-Beschäftigten in ausländischen Unternehmen. Die Internationalisierung der Belegschaft setzte sich dadurch fort. Vor allem in Zentral- und Osteuropa sowie in Lateinamerika erhöhte sich der Anteil der Beschäftigten deutlich.

### **BISS: 30 Millionen Euro Ergebniseffekt**

Um die Ergebnissituation dauerhaft und in allen Sektoren zu optimieren, startet die GfK das gruppenweite Fitness- und Effizienzprogramm BISS. Unter BISS werden verschiedene Projekte zusammengefasst, die in die vier Hauptkategorien „Business IT-Services and Streamline Services create Synergies“ eingeteilt werden. Die erste Kategorie (Business) strebt ein organisches Wachstum aus neuen Technologien/Dienstleistungen und ihrem internationalen Roll-out an. Die zweite Kategorie (IT-Services) fokussiert sich auf die Konsolidierung der IT-Infrastruktur im Hinblick auf Kostenreduktionen und Qualitätsverbesserungen. Der Bereich Streamline Services zielt auf Effizienzsteigerungen durch die Zusammenlegung von Standorten und Strukturen ab. Unter Synergies werden schließlich Maßnahmen zusammengefasst, die aus der Identifikation von Potenzialen aus verschiedenen ausgewählten Kostenarten resultieren.

BISS wird einen wesentlichen Beitrag zur dauerhaften Wettbewerbsfähigkeit der GfK leisten. Das Programm soll zu einem jährlichen Ergebnisverbesserungsvolumen von rund 30 Millionen Euro führen, welches ab dem Jahr 2012 voll wirksam werden soll. Bereits im Jahr 2009 werden davon 30 Prozent, im Jahr 2010 insgesamt 60 Prozent und im Jahr 2011 an die 90 Prozent erzielt.

Um diese Ergebnisverbesserung zu erreichen, wird im Zeitraum 2009 bis 2011 mit rund 40 Millionen Euro an Projektaufwendungen gerechnet. Dieser Projektaufwand fällt zu 30 Prozent im Jahr 2009, zu 35 Prozent im Jahr 2010 und zu 35 Prozent im Jahr 2011 an.

Von diesen 40 Millionen Euro werden im Zeitraum 2009 bis 2011 rund 11 Millionen Euro als hervorgehobene Posten ausgewiesen. Diese verteilen sich zu 40 Prozent auf 2009, zu 25 Prozent auf 2010 und zu 35 Prozent auf 2011.

Insgesamt soll das Effizienzsteigerungsprogramm BISS somit bereits im Jahr 2009 einen positiven Effekt auf das EBIT und das angepasste operative Ergebnis haben.

Das Programm startete bereits Ende 2008 mit hervorgehobenen Posten von 6 Millionen Euro insbesondere für die Verschlinkung von gesellschaftsrechtlichen Strukturen, Zusammenlegung von Mietflächen, Nutzung von shared services als auch für den Auf- und Ausbau neuer Marktforschungsangebote

#### **Wesentliche Ereignisse nach dem Bilanzstichtag: GfK SE**

Am 2. Februar wurde die Umwandlung der GfK AG in eine europäische Aktiengesellschaft Societas Europaea (SE) vollzogen. Die GfK trägt mit dem Wechsel der Unternehmensrechtsform ihrer internationalen Ausrichtung verstärkt Rechnung. Der Formwechsel verändert die rechtliche und wirtschaftliche Identität der Gesellschaft nicht. So bleiben die Rechte der Aktionäre, die Börsennotierung und der Sitz der Gesellschaft erhalten. Auch das zweigliedrige Leitungssystem aus Vorstand und Aufsichtsrat wird beibehalten.

#### **Ausblick: weitere Wachstumspotentiale im Geschäftsjahr 2009**

Experten erwarten für das Jahr 2009 eine Fortsetzung der Rezession in den wichtigsten Industrieländern. Wie stark diese Rezession sein wird, lässt sich angesichts der diversen Konjunkturprogramme der Länder und Staatengemeinschaften nicht genau abschätzen.

Die Marktforschungsbranche bewies sich bisher in schwierigen Zeiten als vergleichsweise krisenresistent. Insbesondere breit diversifizierte Marktforschungsunternehmen, die international agieren, haben die besten Voraussetzungen für ein kontinuierliches Wachstum. Aufgrund ihres ausgewogenen Geschäftsmodells steigerte die GfK Gruppe beispielsweise ihren Umsatz in dem wirtschaftlich herausfordernden Jahr 2008 organisch um stattliche 5,5 Prozent. Eine ähnliche Entwicklung konnte in der Wirtschaftskrise im Jahr 2001 erzielt werden. Während das weltweite Wirtschaftswachstum 2,4 Prozent betrug, wuchs die GfK Gruppe organisch um 6,1 Prozent.



Das Jahr 2009 stellt die Marktforschungsbranche vor zwei Herausforderungen. Neben den noch nicht klar abzuschätzenden Folgen der Finanzmarkt- und Wirtschaftskrise ist außerdem mit einer Verschärfung des Preisdrucks durch die Kunden zu rechnen.

Auch in diesem Umfeld ist die GfK mit ihrer globalen Präsenz und ihren innovativen Produkten gut aufgestellt. Die GfK verfügt über ein stabiles Panelgeschäft, dessen Zugangsbarrieren für den Wettbewerb sehr hoch sind. Daneben ergeben sich gerade in der Krise neue Chancen. Konsumenten reagieren auf die sich ändernde Welt, und die Nachfrage nach Marktforschungsinformationen wird nachhaltig steigen. Darüber hinaus verfügt die GfK über eine gute finanzielle Basis, ein solides Fundament und eine klare Unternehmensstrategie. Ein hohes Maß an Flexibilität erlaubt es der GfK, auf sich verändernde Marktbedingungen angemessen zu reagieren.

Dennoch konnte sich die GfK Gruppe der Eintrübung des wirtschaftlichen Umfelds zu Jahresbeginn 2009 nicht vollständig entziehen und ist beim Auftragsbeginn verhaltener in das neue Geschäftsjahr gestartet. Das Auftragsbuch deckt per Ende Januar 2009 insgesamt 30,2 Prozent des erwarteten Jahresumsatzes ab (Vorjahr: 33,7 Prozent). Traditionell lässt sich aus dem ersten Monat jedoch noch keine Schlussfolgerung auf die Geschäftsentwicklung für das gesamte Geschäftsjahr ziehen.

Vor dem Hintergrund des aktuellen wirtschaftlichen Umfelds und der anhaltenden Verschlechterung der Rahmenbedingungen strebt die GfK Gruppe für das Geschäftsjahr 2009 einen organischen Umsatzzuwachs an und wird Maßnahmen umsetzen, um die Marge auf Vorjahresniveau zu verteidigen. Dieses Ziel wird auch durch das Effizienzsteigerungsprogramm BISS wesentlich unterstützt.

Die GfK rechnet damit, dass die hervorgehobenen Posten im Jahr 2009 in einer Bandbreite von 27 bis 32 Millionen Euro (einschließlich BISS) liegen werden (Vorjahr ex UBM: 32,0 Millionen Euro).

Das Beteiligungsergebnis wird auf Vorjahresniveau erwartet. Der Netto-Finanzaufwand soll bei rund 20 Millionen Euro liegen. Insgesamt strebt die GfK eine Steuerquote von zirka 30 Prozent an.



## **Bilanzpressekonferenz und vollständiger Jahresabschluss**

Die GfK wird den vollständigen Jahresabschluss am Morgen des 31. März 2009 um 10 Uhr im Rahmen der Bilanzpressekonferenz in Nürnberg veröffentlichen. Nachmittags ab 15 Uhr stellt sie den Abschluss auf einer DVFA-Analystenkonferenz in Frankfurt am Main vor.

### **Voraussichtliche Finanztermine**

31. März 2009	Bilanzpressekonferenz, Nürnberg
31. März 2009	Analystenkonferenz, Frankfurt am Main
14. Mai 2009	Quartalsbericht zum 31. März*
20. Mai 2009	Hauptversammlung, Fürth
13. August 2009	Halbjahresbericht zum 30. Juni*
16. November 2009	Neunmonatsbericht zum 30. September*

\* Die Veröffentlichung erfolgt voraussichtlich vor Börsenbeginn.

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

### **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.