

Lagebericht und Jahresabschluss 2005  
der GfK Aktiengesellschaft

## INHALT

Vorwort des Vorstandsvorsitzenden	3
Bericht des Aufsichtsrats	8
Lagebericht	11
Jahresabschluss	48
Gewinn- und Verlustrechnung	50
Bilanz zum 31. Dezember 2005	51
Anhang für das Geschäftsjahr 2005	52
Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers	71
Sonstige Informationen	73

## AN UNSERE AKTIONÄRE UND GESCHÄFTSFREUNDE,

das Jahr 2005 war für die GfK Gruppe ein ganz besonderes. Mit dem Erwerb der Unternehmen der NOP World haben wir den seit dem Börsengang im Jahr 1999 wohl wichtigsten Schritt in der Geschichte der GfK vollzogen. Growth from Knowledge, das Versprechen, das die Initialien unseres Namens entschlüsselt und mit dem wir die Definition unserer Dienstleistungen auf den Punkt bringen, hat seit dem Jahr 2005 eine neue Dimension.

### **1. Aufstieg: in Topliga der Marktforschungsunternehmen angelangt**

Zusammen mit der NOP World sind wir in die Topliga der weltweit agierenden Marktforschungsgruppen aufgestiegen: Wir zählen nun zum exklusiven Kreis der Umsatzmilliardäre der Marktforschungsbranche. Unser Marktanteil steigt auf rund 5 Prozent weltweit.

Wir sind auf allen Kontinenten der Erde in über 70 Ländern präsent und haben uns in den meisten von ihnen mit einem Platz unter den führenden Marktforschungsunternehmen des jeweiligen Landes positioniert. Mit eigenen Tochterunternehmen garantieren wir hohe Qualität und sind wir in der Lage, unseren Kunden die entscheidenden Informations- und Beratungsservices zu liefern, damit diese auf ihren Märkten erfolgreich agieren können.

Inbesondere haben wir unsere Position in drei der zehn weltweit wichtigsten Marktforschungsländer entscheidend verbessert. In den USA, dem mit Abstand größten, reifsten und wettbewerbsintensivsten der nationalen Märkte für Marketing und Marktforschung, sind wir in nur sechs Jahren von null auf Platz 8 der Branche aufgestiegen. In Großbritannien, dem weltweit zweitgrößten nationalen Markt, sind wir jetzt die Nummer 2 der Marktforschungsgruppen und in Italien, der Nummer 6 unter den Marktforschungsländern, die Nummer 3.

Mit dem ebenfalls im Jahr 2005 stark gewachsenen Mitarbeiterkreis verfügen wir über ein einzigartiges und überaus wertvolles Potenzial an Talent, Wissen und Kreativität. Dieses betrifft nicht nur das methodische Grundlagenwissen der Marktforschung, sondern auch das Know-how im Marketing sowie in den lokalen Gegebenheiten und Märkten. Eine Reihe der fähigsten Köpfe der Branche zählen zu unseren Mitarbeitern.

Zusammen mit den neu zur GfK gehörenden Unternehmen besitzen wir einen Pool von Erhebungs- und Analyseinstrumenten, die wir in der „alten“ und der „neuen“ GfK über Jahre hinweg sorgfältig entwickelten und die sich – insbesondere im internationalen Einsatz – bewährt haben. Wir verfügen darüber hinaus über eine Vielzahl innovativer Verfahren und Technologien.

Damit sind wir bestens gerüstet, sowohl traditionelle als auch neuartige Fragen, denen unsere Kunden in ihren Marketingentscheidungen nachzugehen haben, effizient und präzise zu beantworten.

Nachdem die Kartellbehörden in Deutschland und in den USA den Unternehmenszusammenschluss überprüft und genehmigt hatten, begannen wir am 1. Juni 2005 unverzüglich mit der Integration der neu erworbenen Unternehmen in unsere Geschäftsfelder und in unser Netzwerk. Nicht zuletzt ist es der hohen Motivation und der großen Kooperationsbereitschaft der Mitarbeiter der ehemaligen NOP World zu verdanken, dass die intensiv vorangetriebene Integration bisher sowohl von der Sache her als auch finanziell planmäßig verlief.

## **2. Strategie für die nächsten Jahre: 5 Star Initiative**

Die Vergrößerung unseres Unternehmens um die Unternehmen aus dem Netzwerk der ehemaligen NOP World haben wir zum Anlass genommen, die Strategie der nächsten Jahre neu auszurichten. In der so genannten „5 Star Initiative“ haben wir die strategischen Meilensteine definiert, denen wir höchste Priorität einräumen werden.

Mit der ersten Initiative „Fact-based consultancy“ zielen wir darauf, unser Dienstleistungsangebot konsequent zu hochwertigen, informationsbasierten und kontinuierlich erbrachten Beratungsleistungen für das Topmanagement unserer Kunden auszubauen. Über die Lieferung aktueller und präziser Informationen hinaus möchten wir – noch mehr als bisher – unentbehrlicher Partner unserer Kunden bei ihren Marktentscheidungen sein. Mit der zweiten Initiative „TOP 3“ haben wir uns das ehrgeizige Ziel gesetzt, zur Nummer 3 der Marktforschungsbranche aufzusteigen. Damit verbunden werden wir intensiv daran arbeiten, in den Geschäftsfeldern, den Ländern der Regionen Europas, Nord-, Mittel- und Südamerikas sowie der Region Asien und Pazifik, in denen wir das nicht sind, mindestens die Nummer 3 der Branche zu werden.

Drittens streben wir mit der Initiative „Globale Reichweite“ danach, unser gegenwärtig mehr als 70 Länder umfassendes Netzwerk weiter auszubauen und uns in weiteren wirtschaftlich und im Hinblick auf die Marktforschung wichtigen Ländern, in denen wir noch nicht mit eigenen Niederlassungen vertreten sind, zu etablieren.

Mit unserer vierten Initiative „Full Service“ möchten wir unsere Position als ein auf Marktforschung spezialisiertes Dienstleistungsunternehmen, das über ein breit gefächertes Informations-, Analyse- und Beratungsangebot für die Gesamtheit der Marketingbereiche der Konsumgüter-, Pharma-, Media- und Dienstleistungsmärkte verfügt, weiter ausbauen.

Mit der fünften Initiative „Hervorragende Finanzsituation“ definieren wir unsere mittelfristigen, finanziellen Erwartungen. Wir arbeiten daran, uns mit unserem Umsatz zügig der 1,5-Milliarden-Euro-Marke zu nähern und in den nächsten Jahren eine Marge zwischen 13 und 15 Prozent zu erzielen. Für die Rückführung unserer Schulden haben wir feste Ziele gesetzt. Dies gilt auch für die Steuerquote unserer Gruppe.

### **3. Human Resources: Internationalität im Fokus**

Die deutlich gestiegene Internationalität stellt höchste Anforderungen an unsere weltweite Personalarbeit.

Um die strategischen Ziele gemeinsam mit unseren Tochterunternehmen erfolgreich voranzutreiben, haben wir mit „5 Star Incentive“ ein langfristig wirkendes Anreizsystem für Führungskräfte implementiert. Danach bemisst sich der Erfolg dieser Anreizkomponente für das Management anhand zweier direkt für den Unternehmenserfolg entscheidenden Kriterien: dem Wachstum des operativen Ergebnisses der GfK im Schnitt der nächsten drei Jahre und der Entwicklung der GfK-Aktie im Vergleich zu den Aktien im Dow Jones Euro Stoxx Media Index. Die Qualifikation der Teilnehmer für das Programm hängt von der Erreichung individuell vereinbarter Ziele ab.

Die verabschiedete internationale Human-Resources-Strategie spannt sich über die regelmäßige Durchführung von Mitarbeiterbefragungen über Innovationskonzepte bis hin zu einem aktiv geförderten Austausch von Mitarbeitern.

In diesem Zusammenhang sei auch erwähnt, dass Anfang November 2005 das 5. Excellence Team seine Arbeit zum Thema „Marke GfK“ aufgenommen hat. Excellence verfolgt zwei Ziele: Es ist Förderprogramm und Kaderschmiede für Führungskräfte der GfK und zugleich Think Tank für die Bearbeitung übergreifender, die Unternehmens- und Managementkultur betreffender Fragen. In den letzten Jahren haben die inzwischen über 50 Manager folgende Themen erfolgreich bearbeitet und implementiert: unsere Unternehmensleitlinien, Leitlinien zu Mitarbeiterführung und Management, Grundprinzipien für den Wissensaustausch sowie Regeln für die Integration neu erworbener Unternehmen.

### **4. Das abgelaufene Geschäftsjahr: von Erfolg gekrönt**

Last but not least, sei auf die Ergebnisse des Geschäftsjahres 2005 eingegangen. Auch hier gibt es viel Gutes zu berichten, denn es gelang uns, unsere Planvorgaben deutlich zu übertreffen. Der Umsatz der GfK Gruppe in Höhe von über 937 Millionen Euro fiel eindeutig höher aus als das Ziel von rund 900 Millionen Euro, das wir uns gesetzt hatten. Ähnlich verhielt es sich auch

beim operativen Ergebnis: Das nach IFRS berichtete angepasste operative Ergebnis von über 125 Millionen Euro liegt deutlich über unseren ursprünglichen Plänen. Die Marge in Höhe von 13,3 Prozent ist im internationalen Vergleich ausgezeichnet. Dies ist der vorzüglichen Arbeit unseres Managements und unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter weltweit zu verdanken.

Ihnen allen danke ich im Namen des Vorstands.

## **5. Dividende: Erhöhung geplant**

Wir möchten Sie, sehr verehrte Aktionärinnen und Aktionäre, selbstverständlich an diesem Erfolg angemessen beteiligen. Vorstand und Aufsichtsrat werden daher der Hauptversammlung am 29. Juni 2006 vorschlagen, eine Dividende von 0,33 Euro je Aktie für das Geschäftsjahr 2005 zu zahlen. Es freut mich besonders, dass wir Ihnen – trotz der großen Herausforderungen und Investitionen, die uns die Globalisierung und die technologische Entwicklung abverlangen – wie in all den Jahren seit dem Börsengang auch in diesem Jahr eine erneut erhöhte Dividende zahlen können.

## **6. Geschäftsjahr 2006: Integration und überdurchschnittliches Ergebniswachstum**

Wesentlicher Schwerpunkt des laufenden Geschäftsjahrs wird die weitere Integration der Unternehmen der ehemaligen NOP World sein. Zudem wollen wir unser Geschäft konsequent vorantreiben.

Wir rechnen damit, einen Gesamtumsatz von über 1,1 Milliarden Euro zu erzielen. Auf Basis des im abgelaufenen Jahr bestehenden Konsolidierungskreises entspricht dies einem Wachstum von rund 18 Prozent. Unser organisches Wachstum soll wiederum das der Marktforschungsbranche, das Experten auf etwa 5 Prozent schätzen, übertreffen. Darüber hinaus wollen wir – wie in den Jahren zuvor – das Ergebnis stärker steigern als den Umsatz.

Über unsere Entwicklung werden wir wie gewohnt zeitnah berichten. Mit der Veröffentlichung unserer Strategie und der Ziele für die GfK Gruppe und die einzelnen Geschäftsfelder haben Sie die Transparenz, die Sie zur Beurteilung unserer Leistung benötigen.

Growth from Knowledge, unser Versprechen an unsere Kunden, bleibt größte Herausforderung und Chance der GfK Gruppe und ihrer Mitarbeiter. Wir haben eine überzeugende Unternehmenskultur und ein hohes Maß an Wissen, die mit den „neuen“ Unternehmen und deren Mitarbeiter-Gruppe noch vielfältiger und reicher geworden sind. Wir haben eine Fülle von Talent und Erfahrung und eine Vielzahl hoch motivierter Mitarbeiter und Führungskräfte, die ganz im Sinne unseres Unternehmensclaims dafür sorgen werden, dass wir das größte

Wachstum noch vor uns haben – das gilt für unsere Kunden, unser Unternehmen und die in ihnen arbeitenden Menschen und nicht zuletzt auch für den Wert unserer Aktie, der Sie, sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre, seit Jahren die Treue halten.

Ihnen allen gelten unser Dank und unsere Bitte, mit uns weiter auf Wachstumskurs zu bleiben.

Ihr

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'K.L. Wübbenhorst', is centered on a light gray rectangular background.

Professor Dr. Klaus L. Wübbenhorst

Vorstandsvorsitzender

## BERICHT DES AUFSICHTSRATS

Der Aufsichtsrat ist im Geschäftsjahr 2005 zu sieben Sitzungen zusammengetreten. Er hat in diesen Sitzungen die Berichte des Vorstands eingehend diskutiert und die Entwicklungsperspektiven des Unternehmens erörtert. Zu den thematischen Schwerpunkten gehörten die Diskussion über die strategische Ausrichtung der GfK Gruppe, ihre internationale Akquisitionstätigkeit, der Jahresabschluss 2004, die Entwicklung des Geschäftsverlaufs im Jahr 2005 und das Budget für das Geschäftsjahr 2006. Darüber hinaus umfassten sie die Verabschiedung des Jahresabschlusses 2004 und des Budgets für das Geschäftsjahr 2006. Im Geschäftsjahr 2005 unterhielt der Aufsichtsratsvorsitzende ständig Kontakt zum Vorstand.

Insbesondere die Vorbereitung und der Abschluss der Akquisition der NOP World hat der Aufsichtsrat aktiv begleitet. Nach erfolgter Akquisition wurde der Aufsichtsrat vom Vorstand über den Stand der Integration über die Routinesitzungen hinaus in insgesamt vier Telefonkonferenzen detailliert informiert.

Der Begriff „Corporate Governance“ steht für die verantwortungsbewusste und auf langfristige Wertschöpfung ausgerichtete Führung und Kontrolle des Unternehmens. Der Aufsichtsrat hat sich mit den Regeln des Corporate Governance Kodex beschäftigt und am 14. Dezember 2005 die Entsprechenserklärung gemäß § 161 AktG abgegeben. Die Gesellschaft erfüllt die verpflichtenden und freiwillig zu erfüllenden Regeln fast vollständig. Die wenigen Abweichungen werden auf Seite 14ff. des Geschäftsberichts der GfK Gruppe in dem Corporate-Governance-Bericht kommentiert.

Der Aufsichtsrat hat zwei Ausschüsse gebildet. Das Audit Committee (Finanzausschuss), das im Berichtszeitraum viermal tagte, beschäftigte sich mit dem Geschäftsverlauf, der Ertrags- und Finanzlage sowie mit den anstehenden Investitionen der Gesellschaft. Weitere Schwerpunkte seiner Arbeit betrafen die Anlagepolitik flüssiger Mittel, Finanzierungsfragen und Fragen der Rechnungslegung einschließlich der Zwischenberichterstattung.

Im Rahmen der Akquisition der NOP World wurden Finanzierungsmodelle – insbesondere die Aufteilung zwischen Eigen- und Fremdfinanzierung – behandelt.

Im Jahr 2005 tagte der Personalausschuss fünfmal. Schwerpunkte seiner Beratungen waren die Vergütung des Vorstands und die Bestellung und Vergütung des Finanzvorstands. Die erstmalige Bestellung von Christian Weller von Ahlefeld als Finanzvorstand zum 1.6.2005 erfolgt entsprechend den Regeln des Corporate Governance Kodex für drei Jahre. Herr Weller von

Ahlefeld hat, sowohl bei renommierten internationalen Investment-Banken als auch bei einem großen Industrieunternehmen, Erfahrungen in führenden Positionen gesammelt. Herr Weller von Ahlefeld übernahm vom 1. Juni 2005 an die Aufgaben Finanzen, Controlling und Rechnungswesen sowie Personal und Administration, die seit April 2004 vom Vorstandsvorsitzenden der GfK Gruppe, Professor Dr. Klaus L. Wübbenhorst, kommissarisch wahrgenommen wurden.

Am 11. Oktober 2005 hat der Aufsichtsrat den Vertrag des Vorstandsmitglieds Wilhelm R. Wessels um fünf Jahre verlängert.

Der Personalausschuss wird von Hajo Riesenbeck, das Audit Committee von Dr. Arno Mahler geleitet. Im Dezember 2005 beauftragte der Aufsichtsrat eine externe Beratungsfirma mit der Effizienzprüfung des Aufsichtsrats der GfK. Diese beinhaltete eine mithilfe eines schriftlichen Fragebogens durchgeführte Selbsteinschätzung im Januar 2006. Die Ergebnisse wurden mit ähnlichen Befragungen anderer Unternehmen verglichen. Die Untersuchung bescheinigt dem Aufsichtsrat der GfK AG eine gute Leistung. Hervorzuheben ist das als durchweg vertrauensvoll und konstruktiv empfundene Verhältnis zum Vorstand, die Fokussierung auf die Kernthemen und das als zukunftsorientiert und beratend charakterisierte Selbstverständnis.

Das Gremium hat eine effiziente Größe und die Anzahl der Aufsichtsratssitzungen ist ausreichend. Die Zusammenarbeit wird als offen und lösungsorientiert empfunden. Die Abstimmung zwischen dem Aufsichtsratsvorsitzenden und dem Vorstandsvorsitzenden ist intensiv. Konkrete Anregungen werden aufgegriffen und fließen in die kontinuierliche Zusammenarbeit ein.

Mit Wirkung zum 24. Mai 2005 hat Peter Zühlsdorff sein Mandat auf eigenen Wunsch niedergelegt. Er bleibt als Ehrenvorsitzender mit dem Unternehmen weiter verbunden.

Zum Nachfolger hat die Hauptversammlung Herrn Stefan Pfander, früherer Vice President und Chairman Europe der Wm. Wrigley Jr. Company, Chicago, bestellt. Der Aufsichtsrat verstärkt hierdurch seine Erfahrung im Bereich der Konsumgüterindustrie und freut sich auf eine erfolgreiche Zusammenarbeit.

Der Aufsichtsrat hat in seiner Sitzung am 22. Februar 2005 entschieden, für das Jahr 2004 auf einen Teil der variablen Vergütung, der an die Dividendenhöhe gekoppelt ist, zu verzichten. Hierdurch wird der Wille zum Ausdruck gebracht, die Erhöhung der Dividende von der Aufsichtsratsvergütung zu trennen. Aus diesem Grund hat der Aufsichtsrat eine Überprüfung der Vergütungsregelung durch einen unabhängigen, externen Spezialisten in Auftrag gegeben. Dem Vorschlag wurde auf der Hauptversammlung am 24. Mai 2005 zugestimmt. Damit wird die Vergütung zukünftig aus einem fixen Bestandteil und einem variablen Vergütungsbestandteil bestehen. Der variable Teil ist mit dem Netto-Ergebnis der Gesellschaft verbunden. Als Maßstab

wird das Ergebnis pro Aktie in Form eines Dreijahresdurchschnitts herangezogen. Details hierzu finden Sie im Corporate-Governance-Bericht auf Seite 14ff des Geschäftsberichts der GfK Gruppe.

Jahresabschluss und Lagebericht zum Geschäftsjahr 2005 für die GfK AG und GfK Gruppe wurden unter Einbeziehung der Buchführung von der KPMG Deutsche Treuhandgesellschaft Aktiengesellschaft, Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Nürnberg, geprüft und mit dem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehen. Alle Aufsichtsratsmitglieder erhielten rechtzeitig vor der Bilanzsitzung die Abschlussprüferberichte. Mit diesen Unterlagen befassten sich das Audit Committee des Aufsichtsrats in seiner vorbereitenden Sitzung und das Aufsichtsratsplenum in der Bilanzsitzung. An beiden Sitzungen nahmen die den Jahres- und Konzernabschluss unterzeichnenden Wirtschaftsprüfer teil. Sie berichteten über die Prüfung insgesamt und über die in der Prüfungserteilung festgelegten Prüfungsschwerpunkte.

Darüber hinaus beantworteten sie die Fragen der Mitglieder des Aufsichtsrats eingehend.

Der Aufsichtsrat nimmt den Prüfungsbericht zustimmend zur Kenntnis und billigt nach eigener Prüfung den vom Vorstand aufgestellten Jahresabschluss. Damit ist dieser festgestellt. Dem Vorschlag des Vorstands zur Verwendung des Bilanzgewinns schließt sich der Aufsichtsrat an.

Der Aufsichtsrat dankt den Vorständen sowie allen Mitarbeiterinnen, Mitarbeitern und Betriebsräten der GfK AG und den mit ihr verbundenen Unternehmen für ihren Einsatz und die geleistete Arbeit, insbesondere für das hohe Engagement im Rahmen der erfolgreichen Integration der NOP World.

Nürnberg, den 25. April 2006



Hajo Riesenbeck

## LAGEBERICHT DER GfK AKTIENGESELLSCHAFT

1. Wirtschaftliche Rahmenbedingungen	12
2. Erwerb der NOP World: Ereignis des Jahres 2005	19
3. 5 Star Initiative: strategische Meilensteine der nächsten Jahre	22
4. Wirtschaftliche und finanzielle Entwicklung der GfK AG	23
5. Geschäftsfelder	28
6. Forschung und Entwicklung	30
7. Human Resources	33
8. Risikolage	35
9. Ausblick	44

# LAGEBERICHT DER GfK AKTIENGESELLSCHAFT

## 1. Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

### 1.1. Gesamtwirtschaft: Wachstumskurs stabilisiert

Die Weltwirtschaft hat sich auch im Jahr 2005 positiv entwickelt. Der im Vorjahr begonnene Aufschwung setzte sich fort. Jedoch hat sich das Wachstumstempo der Weltwirtschaft – ohne dass größere Turbulenzen zu verzeichnen waren – von rund 5 Prozent im Jahr 2004 auf gut 4 Prozent im Jahr 2005 verlangsamt. Gleichzeitig blieb die Entwicklung der Preise weitgehend moderat. Die Teuerungsraten bewegten sich mit gut 2 Prozent in den Industrieländern und mit 6 Prozent in den Entwicklungs- und Schwellenländern nur wenig über dem Niveau des Jahres 2004.

Insgesamt befindet sich die Weltwirtschaft zum Jahresende 2005 in einem robusten Zustand. Noch vor einem Jahr waren viele Experten davon ausgegangen, dass ein Rohölpreis von über 50 US-Dollar eine globale Rezession zur Folge haben würde. Inzwischen wurde diese Marke deutlich überschritten, ohne tiefere konjunkturelle Bremsspuren zu hinterlassen.

Der entscheidende Unterschied zur Entwicklung nach dem Ölpreisschock in den siebziger und achtziger Jahren liegt in der inzwischen veränderten Geldpolitik der Länder. Damals waren die Notenbanken bereits im Vorfeld des Ölpreisanstiegs auf einen restriktiven Kurs in der Geldpolitik eingeschwenkt. Damit wollte man eine konjunkturelle Überhitzung verhindern und die Beschleunigung des Preisauftriebs bekämpfen. Als dann die Teuerungsraten durch die Ölpreise weiter angestiegen waren, hatten die Notenbanken auch die Zinsen weiter kräftig angehoben.

Ganz anders die Politik der nationalen Notenbanken der letzten Jahre. Bis Ende 2005 wirkte die moderate Geldpolitik noch immer anregend auf die Nachfrage. In der zweiten Jahreshälfte 2004 begannen die Notenbanken, die Geldpolitik vorsorglich zu straffen und setzen dies auch im Jahr 2005 fort. Viele Länder, insbesondere im angelsächsischen Raum, erhöhten die Zinssätze. Jedoch blieben diese – sowohl nominal als auch real – bis heute deutlich unter dem langfristigen Durchschnitt des Zinsniveaus.

Ein wesentlicher Grund dafür, dass der weltweite Aufschwung andauerte, war die weiterhin ungebrochene Wirtschaftsdynamik Chinas. Sie trug einerseits wesentlich zum kräftigen Anstieg der Rohstoffnachfrage und damit zu deren Verteuerung bei. Gleichzeitig aber haben der Boom in China und die verstärkte Integration der chinesischen Wirtschaft in die Weltwirtschaft dem Welthandel spürbare Impulse gegeben. Ein Zehntel des Welthandelwachstums in den Jahren 1999 bis 2004 sind der Ausweitung des chinesischen Außenhandels zu verdanken.

### Wachstum des Bruttoinlandsprodukts in den für die GfK wesentlichen Regionen und Ländern<sup>1)</sup>

	2004	2005 <sup>4)</sup>	2006 <sup>5)</sup>	2007 <sup>5)</sup>
Deutschland	1,6 <sup>3)</sup>	0,9 <sup>3)</sup>	1,7	1,2
Frankreich	2,3	1,6	2,0	2,2
Großbritannien	3,2	1,6	2,3	2,8
Euroraum	2,1	1,4	2,1	1,9
EU 15	2,3	1,5	2,1	2,1
EU-Beitrittsländer	5,1	4,3	4,7	4,6
EU 25	2,4	1,7	2,2	2,2
USA	4,2	3,6	3,4	3,1
Lateinamerika <sup>2)</sup>	5,9	4,0	3,5	k. A.
Südostasien	7,9	6,7	7,2	k. A.
China	9,5	9,0	8,2	7,9
Japan	2,6	2,4	2,5	2,5
Welt <sup>3)</sup>	5,1	4,6	4,7	4,4

- 1) Quelle: DIW „Grundlinien der Wirtschaftsentwicklung 2006/2007“, „Die Lage der Weltwirtschaft und der deutschen Wirtschaft im Herbst 2005“ sowie „Grundlinien der Wirtschaftsentwicklung 2005/2006“, aufbauend auf Zahlen der OECD
- 2) Statistisches Bundesamt Wiesbaden
- 3) The Euroframe Spring Report 2006
- 4) Schätzung
- 5) Prognose

In den für das GfK-Geschäft wichtigen Regionen und Ländern haben sich die Volkswirtschaften wie folgt entwickelt:

- In den **USA** war die Konjunktur in den letzten zwei Jahren sehr stabil. Seit dem Frühjahr 2003 war das Bruttoinlandsprodukt stetig gestiegen. Zwar hat sich das Tempo des Anstiegs im Jahr 2005 etwas verlangsamt. Das Wachstum dürfte nach 4,2 Prozent im Vorjahr im abgelaufenen Geschäftsjahr 3,6 Prozent betragen. Insbesondere wirkte sich der private Verbrauch wachstumsfördernd aus, während die Schäden der Hurrikanstürme in der Karibik die positive Entwicklung nicht zu beeinträchtigen vermochten.
- In **LATEINAMERIKA** hat sich das Wirtschaftswachstum nach hohen Wachstumsraten in den Vorjahren ebenfalls etwas abgeschwächt. Die konjunkturelle Situation ist aber noch immer sehr robust.
- Die asiatischen Länder sorgten dafür, dass die Weltwirtschaft stark geblieben ist. **JAPAN** ist, nachdem bereits im Jahr 2004 die Erholung der Wirtschaft einsetzte, im Jahr 2005 weiter auf Wachstumskurs. Dank der guten Entwicklung in den Nachbarländern nahmen insbesondere die Exporte zu. In den Volkswirtschaften der bevölkerungsstärksten Länder der Erde, **CHINA** und **INDIEN**, hat sich entgegen der Erwartungen der Boom 2005 nicht abgeschwächt. Dagegen haben sich die kleineren Länder **SÜDOSTASIENS** im Jahr 2005 deutlich langsamer entwickelt als im Jahr zuvor – dies vor allem wegen des gestiegenen Rohölpreises und der sinkenden Inlandsnachfrage. Dennoch verzeichnete die Region eine weiterhin überdurchschnittliche Wachstumsrate.
- In den Ländern der **EUROPÄISCHEN UNION** blieb das Wachstum des Bruttoinlandsprodukts etwas unter dem Niveau des Vorjahres. Das ist vor allem der weiterhin schwachen Wirtschaftsentwicklung in den Ländern der **EUROPÄISCHEN WÄHRUNGSUNION** zuzuschreiben.

Während die Exporte in dieser Region noch recht kräftig zunahmen, bremsten insbesondere die gestiegenen Energiepreise die Inlandsnachfrage. Davon waren in erster Linie der private Konsum, aber auch die privaten Investitionen betroffen. Dagegen blieb die wirtschaftliche Entwicklung in den neuen Mitgliedsländern der Europäischen Union sehr robust, teilweise nahm die konjunkturelle Dynamik sogar noch zu – dies insbesondere wegen der weiterhin steigenden Auslandsnachfrage in diesen Ländern.

Die **DEUTSCHE VOLKSWIRTSCHAFT** beendete das Jahr 2005 ohne nennenswerten Schwung. Das Wirtschaftswachstum blieb unter der 1-Prozent-Marke. Die Arbeitslosigkeit stieg weiter an. Vor allem stagnierte die Binnennachfrage, insbesondere der private Konsum. Allein die von der günstigen weltwirtschaftlichen Lage getragene Exportentwicklung sorgte dafür, dass es zu einem Anstieg des Bruttoinlandsprodukts kam.

Das belegen auch die Ergebnisse der monatlich durchgeführten GfK-Konsumklimastudie. Nach einem anfänglichen Anstieg der Anschaffungsneigung zu Beginn des Jahres fiel der Indikatorwert zur Mitte des Jahres wieder ab, um sich dann in der zweiten Hälfte des Jahres allmählich wieder zu erholen.

### Konsumklima in Deutschland: Stabilisierung in der zweiten Jahreshälfte <sup>1)</sup>

Monat	Tendenzaussage	Anschaffungs- neigung <sup>2)</sup>	Veränderung zum Vormonat	Konsumklima- indikator <sup>3)</sup>	Veränderung zum Vormonat
Januar	Optimismus verstärkt sich	-14,4	+7,9	3,4	+0,7
Februar	Erholung trotz erneut wachsender Skepsis	-12,2	+2,2	4,4	+1,0
März	Unsicherheit greift auf Konsumenten über	-12,3	-0,1	4,9	+0,5
April	Konsumlaune sinkt	-27,1	-14,8	5,0	+0,1
Mai	Unsicherheit bleibt Sorge Nummer Eins	-21,3	+5,8	4,7	-0,3
Juni	Mögliche Neuwahl löst noch keine Aufbruchstimmung aus	-25,8	-4,5	4,2	-0,5
Juli	Privater Konsum bleibt schwach	-13,1	+12,7	3,6	-0,6
August	Neue Zuversicht	-4,5	+8,6	3,2	-0,4
September	Rückkehr zur Unsicherheit	-13,4	-8,9	3,2	0,0
Oktober	Hoffnung auf den Konjunkturaufschwung	-10,2	+3,2	3,3	+0,1
November	Stimmungstief im Westen – Optimismus im Osten	-8,1	+2,1	3,5	+0,2
Dezember	Konsumklima so gut wie seit langem nicht mehr	+2,1	+10,2	3,5	0,0

- 1) Die Ergebnisse stammen aus der von der GfK Marktforschung herausgegebenen Studie „GfK-Wirtschaftsdienst Konsum- und Sparklima“, die die GfK seit 1980 monatlich im Auftrag der EU-Kommission durchführt. In der ersten Hälfte eines jeden Monats werden jeweils rund 2.000 repräsentativ ausgewählte Personen unter anderem gefragt, wie sie die gesamtwirtschaftliche Lage, ihre Anschaffungsneigung und ihre Einkommenserwartung einschätzen.
- 2) Dem Indikator Konsum- beziehungsweise Anschaffungsneigung liegt folgende Frage an die Verbraucher zu Grunde: „Glauben Sie, dass es zurzeit ratsam ist, größere Anschaffungen zu tätigen?“ (Der Augenblick ist günstig – weder günstig noch ungünstig – ungünstig). Die oben ausgewiesenen Werte sind Abweichungen vom langjährigen Durchschnittswert. Historischer Höchstwert für Gesamtdeutschland ist +36,5 im April 1999, historischer Tiefstwert ist -55,5 im November 2002.
- 3) Der Indikator Konsumklima erklärt die Entwicklung des privaten Verbrauchs. Seine wesentlichen Einflussfaktoren sind Einkommenserwartung und die Anschaffungsneigung. Die Konjunkturerwartung wirkt eher indirekt über die Einkommenserwartung auf das Konsumklima. Historischer Höchstwert des Indikators war 27,9 im März 1999, historischer Tiefstwert -8,7 im Februar 1994.

## 1.2 Marktforschungsbranche: im Aufschwung begriffen

Auch die Marktforschungsbranche profitierte von der weiterhin positiven Entwicklung der Volkswirtschaften. Nachdem sie in den 90er Jahren noch durchschnittlich jährliche Wachstumsraten von rund 10 Prozent verzeichnet hatte, stagnierte die Entwicklung in den ersten Jahren des neuen Millenniums. Seit dem Jahr 2003 hat sich die Branche – insbesondere wegen der deutlich höheren Dynamik der Branchenentwicklung in den USA – wieder erholt. Nach einem Wachstum von 2,7 Prozent im Jahr 2003 legte sie im Jahr 2004 um 5 Prozent zu. Nach Schätzung von Experten ist die Branche im abgelaufenen Geschäftsjahr ebenfalls zwischen 4 und 5 Prozent gewachsen.

Wie in den Jahren zuvor entwickelten sich die Branche in den Weltregionen und den einzelnen Länder sehr unterschiedlich. So wuchs die Branche insbesondere in den Regionen Asien und Pazifik, Lateinamerika sowie Zentral- und Osteuropa weiterhin kräftig und oft zweistellig. Mit einer Wachstumsrate von 7 Prozent – nach 3,3 Prozent im Jahr davor – hat die USA im Jahr 2004 ebenfalls gut zugelegt. Es wird geschätzt, dass die Branche sowohl in den USA als auch in der Region Nordamerika im abgelaufenen Geschäftsjahr ähnlich stark gewachsen ist wie im Jahr 2004. Bescheidener sieht es dagegen in der Europäischen Währungsunion aus. Nach 0,7 Prozent Wachstum im Jahr 2003 erhöhte sich der Marktforschungsumsatz im Jahr 2004 auf 3 Prozent. Experten schätzen, dass der Umsatz in dieser Region im Jahr 2005 ein vergleichbares Wachstum erreichen wird.

### Marktanteil der Regionen und am Umsatz der Marktforschungsbranche

in Prozent	2003	2004	Wachstum 2003/2004
<b>Europa</b>	<b>43,8</b>	<b>44,9</b>	<b>3,2</b>
EU 15	40,1	41,1	3,0
EU-Beitrittsländer	1,3	1,4	6,0
Sonstiges Europa	2,4	2,5	6,1
<b>Amerika</b>	<b>41,5</b>	<b>40,4</b>	
Nordamerika	37,7	36,5	6,7
Lateinamerika	3,8	3,9	8,2
<b>Asien/Pazifik</b>	<b>13,3</b>	<b>13,3</b>	<b>5,2</b>
<b>Mittlerer Osten/Afrika</b>	<b>1,3</b>	<b>1,4</b>	<b>6,3</b>
<b>Marktforschungsumsatz in Millionen US-Dollar</b>	<b>18.928</b>	<b>21.501</b>	<b>5,0</b>

Quelle: ESOMAR Industry Study, 2005

Insgesamt ist die Marktforschung im Vergleich zur Medien- und Werbebranche weniger anfällig gegenüber konjunkturellen Schwankungen. Unter anderem liegt das daran, dass die Kunden auf kontinuierliche Services der Verbraucher-, Handels- und Medienreichweitenforschung auch in wirtschaftlich schlechten Zeiten schwer verzichten können. Inzwischen hat sich auch die Werbebranche erholt. Nach Expertenschätzung lag das Wachstum der Werbebranche mit 5,2

Prozent im Jahr 2005 leicht über dem weltweiten Wirtschaftswachstum sowie über dem geschätzten Wachstum der Marktforschungsbranche.

#### Wachstum des Bruttoinlandsprodukts, Werbung und Marktforschung im Vergleich<sup>1)</sup>

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Marktforschung	100	107,3	121,8	132,7	138,1	144,5	150,9	155,4	163,2	170,5
Werbung	100	105,0	108,7	116,7	126,7	118,6	118,3	119,8	124,7	131,2
Bruttoinlandsprodukt	100	103,5	106,2	109,6	113,8	114,9	116,9	119,3	124,8	130,5

1) Basis: Werte 1996 = 100 Prozent – für 1996 wurde der Umrechnungsfaktor für den Euro zum US-Dollar von 1997 zu Grunde gelegt: 1 Euro = 1,1346 US-Dollar.

Quelle der Daten: für die Marktforschung ESOMAR und Inside Research, für die Werbebranche Zenith Optimedia 2006

Der größte nationale Marktforschungsmarkt sind die Vereinigten Staaten, gefolgt von Großbritannien, Deutschland, Frankreich und Japan. Neben den USA ist China das wachstumsstärkste Land unter den zehn größten nationalen Märkten der Marktforschungsbranche. Und: In Bezug auf das Tempo des Wachstums ist es weltweit die Nummer 3. In den zehn in der Marktforschung umsatzstärksten Ländern wird fast 81 Prozent des weltweiten Geschäftsvolumens der Branche getätigt.

#### Top 10 der nationalen Marktforschungsmärkte: Umsatz und Anteil am Branchenumsatz insgesamt

in Millionen US-Dollar	Umsatz 2003	Umsatz 2004	Wachstum 2003/2004 <sup>1)</sup> in %	Anteil am Branchenumsatz 2004
USA	6.660	7.319	7,0	34,0
Großbritannien	1.997	2.362	2,5	11,0
Deutschland	1.805	2.084	3,2	9,7
Frankreich	1.580	1.836	3,4	8,5
Japan	1.190	1.294	1,5	6,0
Italien	581	671	2,6	3,1
Kanada	477	534	2,2	2,5
Spanien	395	472	5,4	2,2
Australien	383	456	2,7	2,1
China	306	371	20,0	1,7
Top 10 insgesamt	15.374	17.399	--	80,9
Welt	18.928	21.501	5,0	100,0

1) Die Wachstumsraten sind inflationsbereinigt und basieren auf nationalen Währungen.

Quelle: ESOMAR Industry Study, 2005

Unter den Top 10 der Marktforschungsländer sind die pro Kopf ausgegebenen Aufwendungen für Werbung in den USA und Großbritannien besonders hoch. Es folgen Japan, dann Deutschland, Kanada und Australien sowie Frankreich. Bei den Pro-Kopf-Ausgaben für Marktforschung sind Großbritannien und Frankreich die Marktführer, gefolgt von Deutschland, den USA und Australien. Die Höhe der Ausgaben für Marktforschung im Vergleich zu denen für Werbung variieren überwiegend zwischen 5 und 10 Prozent. Einzige Ausnahme unter den zehn führenden Marktforschungsmärkten der Welt ist China, das in Bezug auf seine Pro-Kopf-Aufwendungen sowohl für die Werbung als auch für die Marktforschung noch weit hinter den anderen Ländern zurückliegt.

#### Top 10 der nationalen Marktforschungsmärkte: Pro-Kopf-Ausgaben für Werbung und Marktforschung

in US-Dollar	Pro-Kopf-Ausgaben für Werbung	Pro-Kopf-Ausgaben für Marktforschung	Marktforschungsausgaben in % der Werbeausgaben
USA	495,11	24,89	5,0
Großbritannien	409,87	39,86	9,7
Deutschland	245,86	25,26	10,3
Frankreich	202,47	30,52	15,1
Japan	281,92	10,14	3,6
Italien	181,70	11,68	6,4
Kanada	235,44	16,96	7,2
Spanien	182,23	11,49	6,3
Australien	233,33	23,11	9,9
China	18,56	0,28	1,5

Quelle: ESOMAR Industry Study, 2005

Wichtigstes und im Jahr 2004 gewachsenes Kundensegment am Gesamtumsatz der Marktforschung ist mit einem Anteil von 46 Prozent die Konsumgüterindustrie (2003: 45 Prozent), gefolgt von den Medien und den in der Kommunikationsbranche tätigen Agenturen mit einem Anteil von rund 22 Prozent und einer Wachstumsrate von 10 Prozent.

#### Marktforschungsvolumen nach Kundensegmenten 2004

in Millionen US-Dollar	2003	2004	Anteil am Gesamtumsatz in %	Wachstum gegenüber 2003 in %
Industrie	8.517	9.890	46	7,3
Medien, Agenturen, Forschungsinstitute	3.975	4.730	22	10,0
Handel, Finanzdienstleistungen, Versorgung	2.839	2.795	13	-9,0
Staatliche Institutionen	1.324	1.506	7	5,1
Andere	2.273	2.580	12	4,9
Marktforschungsbranche insgesamt	18.928	21.501	100	5,0

Quelle: ESOMAR Industry Study, 2005

## 2. Erwerb der NOP World: Ereignis des Jahres 2005

Am 14. April 2005 unterzeichnete die GfK Gruppe den Vertrag zur Übernahme der NOP World, der Nummer 9 der Marktforschungsbranche. Dies hat die seit dem Börsengang im Jahr 1999 bedeutendste Entscheidung besiegelt. Die GfK Gruppe hat damit ihre Position als Nummer 5 der Marktforschungsinstitute deutlich verstärkt.

### Top 10 der Marktforschungsbranche 2005

	Unternehmen	Umsatz 2005 <sup>1)</sup>	Wachstum <sup>2)</sup>
1	VNU, Niederlande	3.518,0	5,0%
2	Taylor Nelson Sofres, GB	1.810,1	5,7%
3	IMS Health, USA	1.754,8	12,0%
4	Kantar Group, GB	1.468,4	8,8%
5	GfK Gruppe, Deutschland	1.160,3	40,1% <sup>3)</sup>
6	Ipsos, Frankreich	888,6	18,7%
7	Synovate, GB	598,8	21,3%
8	Information Resources, USA <sup>4)</sup>	598,6	4,5%
9	Westat, USA <sup>4)</sup>	415,7	4,5%
10	Arbitron, USA	310,0	4,5%

- 1) In Millionen US-Dollar; Umrechnungskurs: 1 Euro = 1,2379 USD, 1 GBP = 1,8119 USD (Jahresdurchschnitt 2005)  
 2) Wachstum in Landeswährung  
 3) Konsolidierung der Unternehmen der ehemaligen NOP World vom 1. Juni 1006.  
 4) Ausgehend von einem Branchenwachstum von 4,5% geschätzt

Sie stellte damit nicht nur die Weichen, um zukünftig in der Top-Liga der Umsatzmilliardäre in der Marktforschung weiter aufzusteigen. Darüber hinaus hat sie ihre Position in drei der größten Marktforschungsmärkte erheblich ausgebaut:

- in den USA, dem im Marketing und in der Marktforschungsbranche weltweit bedeutendsten Markt, von Platz 15 auf Platz 8,
- in Großbritannien, der Nummer 2 der Marketing- und Marktforschungsbranche, von Platz 7 auf Platz 2, und
- in Italien, dem sechstgrößten Markt, von Platz 4 auf Platz 3 der Branche.

In Folge dieses bedeutsamen Schritts gehören seitdem auch rund 1.570 Mitarbeiter der ehemaligen NOP World zur GfK. Sie bringen ein großes Potenzial an Forschungs- und Markterfahrung und Kundenbeziehungen ein.

## **2.1. Geschäftsfelder und lokale Präsenz: perfekte Ergänzung**

Die Serviceangebote der Unternehmen der ehemaligen NOP World insbesondere in den Geschäftsfeldern Custom Research, Media, HealthCare und die Instrumente und Dienstleistungen der GfK ergänzen sich in geradezu idealer Weise:

Im Geschäftsfeld Custom Research ist die GfK durch die neuen Unternehmen zur Nummer 5 der Branche aufgestiegen. Insbesondere hat sie sich eine hervorragende Position in der Automobilmarktforschung verschafft, da unter anderem Allison Fisher International, weltweiter Marktführer in diesem speziellen Marktforschungssegment, zu den neu erworbenen Unternehmen zählt. Darüber hinaus konnte sie ihre Position in den Bereichen der Finanzmarktforschung, der Technologie- und Business-to-Business-Forschung sowie in der Forschung zu Konsumtrends und im Mystery Shopping ausweiten.

Im Geschäftsfeld Media gewann die GfK mit den Unternehmen Mediamark Research (MRI) in den USA und Eurisko in Italien zwei Marktführer in der Medienforschung. MRI ist in den USA der führende Anbieter im Bereich der Printmedienforschung. Ihre Informationen zu Reichweiten von Zeitungen und Zeitschriften gelten in den USA als die Währung für die Werbung in Printmedien. Die seit Oktober 2005 unter dem Namen GfK Eurisko firmierende neue italienische Tochter gehört im Bereich der Medienforschung zum exklusiven Kreis der Anbieter, die Geräte für die elektronische Messung von Radioreichweiten bis zur Marktreife entwickelt haben. Weltweit ist die GfK die Nummer 4.

Mit den beiden im Geschäftsfeld HealthCare tätigen Tochtergesellschaften der ehemaligen NOP World GfK Market Measures und GfK Strategic Marketing ist die GfK Gruppe weltweit in der Pharma-Ad-hoc-Forschung zur Nummer 1 aufgestiegen.

## **2.2. Finanzierung des Unternehmenserwerbs**

Der Kaufpreis der vom 1. Juni an voll konsolidierten Unternehmen der NOP World betrug rund 570 Millionen Euro. Den Kaufpreis finanzierte die GfK insgesamt aus Fremd- und Eigenmitteln. Dazu platzierte die GfK 3,15 Millionen Aktien zu einem Preis von 28,70 Euro bei institutionellen Investoren. Damit nahm sie 90,3 Millionen Euro ein. Die Kapitalerhöhung erfolgte im Rahmen des so genannten Accelerated Bookbuilding unter Ausschluss des Bezugsrechts. Bei diesem Verfahren werden gezielt institutionelle Investoren angesprochen. Innerhalb weniger Stunden war die Transaktion abgeschlossen. Der Kurs der GfK-Aktie lag am Ende des Tages sogar über dem des Vortages.

### 2.3. Integration der NOP World: planmäßiger Verlauf

Nachdem die US-amerikanische und die deutsche Kartellbehörde den Unternehmenszusammenschluss überprüft und genehmigt hatten, begannen vom 1. Juni 2006 an die Integrationsarbeiten. Zu diesem Zweck hat die GfK Projektteams gebildet, denen Manager der GfK und der ehemaligen NOP World angehören. Ihre Aufgabe war die Schaffung von Strukturen, die den Tochterunternehmen der GfK und der NOP World als Basis dienen sollen, schnell zusammenzuwachsen und sich – sowohl im Serviceangebot als auch in Produktion und Administration – optimal zu organisieren. Die Leitung der Teams liegt in der Verantwortung der für die Geschäftsfelder Custom Research, Media und HealthCare zuständigen Vorstandsmitglieder der GfK. Die intensiv vorangetriebene Integration verlief bisher planmäßig. Das Ergebnis der Neustrukturierung des gesamten Unternehmensnetzwerks in den drei Ländern USA, Großbritannien und Italien sieht wie folgt aus:

#### ***USA: GfK-Aktivitäten in vier Geschäftsfeldern***

Die im Geschäftsfeld **Custom Research** aktiven US-Tochterunternehmen sind organisatorisch im GfK Custom Research North America Board zusammengefasst. Diese umfasst – neben GfK Arbor, GfK Caribou Lake und GfK CRI – jetzt die GfK NOP Custom Research und die GfK Automotive.

Im Geschäftsfeld **HealthCare** werden die beiden aus der ehemaligen NOP World stammenden Unternehmen GfK Market Measures und GfK Strategic Marketing zusammen mit der GfK V2 organisatorisch im GfK US HealthCare Board zusammengefasst.

Im Geschäftsfeld **Media** ist die aus der ehemaligen NOP World stammende MRI tätig.

Die ebenfalls zur NOP World gehörende Audits & Surveys wurde dem Geschäftsfeld **Retail and Technology** zugeordnet. Unter dem Namen GfK Audits & Surveys betreibt das Unternehmen Handelserhebungen in den USA.

#### ***Großbritannien: GfK-Aktivitäten dreier Geschäftsfelder in der GfK NOP vereint***

Die Unternehmen der ehemaligen NOP World und der GfK in den Geschäftsfeldern Custom Research, Media und HealthCare wurden unter dem Dach der GfK NOP, Großbritannien, zusammengefasst.

Nach ihrer Sanierung wurde die GfK Martin Hamblin in die Bereiche GfK Custom Research und GfK HealthCare der GfK NOP UK integriert.

Im Geschäftsfeld Media wurde die Integration des Bereichs der Printmedienforschung der NOP World und der GfK Media UK vorbereitet. Seit dem 1. Januar 2006 firmiert der vereinigte Unternehmensbereich unter dem Namen GfK NOP Media.

Zum britischen Unternehmensnetzwerk der GfK gehört darüber hinaus die seit Jahrzehnten etablierte, im Geschäftsfeld **Retail and Technology** aktive GfK Marketing Services UK.

### ***Italien: Konsolidierung der Aktivitäten im Geschäftsfeld Custom Research***

Die aus dem Netzwerk der ehemaligen NOP World stammende GfK Eurisko ist in den Geschäftsfeldern Custom Research, Media und HealthCare aktiv. Das Geschäft des ebenfalls zu Custom Research gehörenden GfK-Tochterunternehmens in Italien, GfK CBI, wurde in die GfK Eurisko integriert.

Daneben ist die GfK mit den Unternehmen GfK IHA Italia im Geschäftsfeld **Consumer Tracking** und GfK Marketing Services Italia im Geschäftsfeld **Retail and Technology** aktiv.

## **3. 5 Star Initiative: strategische Meilensteine der nächsten Jahre**

Als Marktführer in Deutschland, Nummer 4 in Europa und Nummer 5 weltweit gehört die GfK zu den führenden globalen Marktforschungsunternehmen. Ihr Erfolg begründet sich wesentlich aus dem Engagement ihrer Mitarbeiter, zu denen viele der im Hinblick auf Wissen, Erfahrung und Kreativität fähigsten Köpfe der Branche weltweit zählen. Die GfK ist nicht nur einer der Marktführer in der Entwicklung von Methoden und Technologien für die moderne Marktforschung. Aufgrund ihres seit Jahren beständig wachsenden weltweiten Netzwerks eigener Tochterunternehmen und Niederlassungen verfügt sie darüber hinaus ein hohes Maß an lokaler Marktkenntnis und Marketing-Know-how in über 70 Ländern.

Der Erwerb der NOP World war der strategisch wichtigste Schritt, die seit dem Börsengang intensiv verfolgte Globalisierung des Unternehmensnetzwerks entscheidend voranzutreiben. Er lieferte zugleich den Anlass, die strategischen Ziele der GfK neu zu definieren. In einer Strategiesitzung im Oktober 2005 verabschiedeten Vorstand und Aufsichtsrat die „5 Star Initiative“. Darin sind fünf Meilensteine formuliert, die die Aktivitäten der GfK Gruppe in den nächsten fünf Jahren leiten sollen.

Die erste Initiative „Fact-based Consultancy“ betrifft den konsequenten Ausbau des Dienstleistungsangebots hochwertiger, auf Marktforschungserkenntnissen basierender und

langfristig angelegter Beratungsservices, die sich an die Entscheider in Kundenunternehmen richten. Dieses Angebot beinhaltet die Beratung sowohl zu innovativen und komplexen Marktforschungsinstrumenten und -analysen als auch zur Entscheidungsfindung in strategischen und operativen Marketingfragen.-

Die zweite Initiative „TOP 3“ definiert, wo sich die GfK im Weltmarkt der Marktforschung platzieren möchte. Die GfK strebt an, die Nummer 3 der Branche und zugleich jeweils die Nummer 3 in jedem ihrer Geschäftsfelder und in den wichtigen Marktforschungsregionen zu werden. Sie verfolgt dieses Ziel weltweit in den Geschäftsfeldern Custom Research, Retail and Technology und HealthCare und im Wesentlichen im europäischen Raum in den Geschäftsfeldern Consumer Tracking und Media.

Drittens strebt die GfK mit ihrer Initiative „Globale Reichweite“ danach, ihr globales Netzwerk weiter auszudehnen und in allen für die Marktforschung wichtigen Ländern mit eigenen Tochterunternehmen präsent zu sein.

Die GfK wird sich viertens mit ihrer Initiative „Full-Service“ weiterhin als ein ausschließlich auf Marktforschungsdienstleistungen spezialisiertes Unternehmen aufstellen. Dazu zählen sowohl die Kenntnis der Gütermärkte der Kunden als auch der regionalen und nationalen Gegebenheiten in den Ländern, in denen die Kunden tätig sind. Sie beinhalten ein international einsetzbares, innovatives Serviceangebot und den Einsatz neuester technologischer Instrumente und Verfahren komplexer Datenerhebung, -analyse und -verwaltung.

Die fünfte Initiative „Hervorragende Finanzsituation“ definiert die finanziellen Erwartungen der GfK für die nächsten Jahre. Sie hat sich das ehrgeizige Ziel gesetzt, ihren Umsatz der 1,5-Milliarden-Euro-Marke zu nähern und eine Marge zwischen 13 und 15 Prozent zu erzielen. Ferner will sie die Nettoverschuldung deutlich reduzieren und das Verhältnis von Nettoverschuldung zu EBITDA auf rund 100 Prozent zu senken. Darüber hinaus strebt die GfK eine Steuerquote – vor Sondereffekten – von etwa 30 Prozent an.

#### **4. Wirtschaftliche und finanzielle Entwicklung der GfK AG**

Sowohl als operatives Unternehmen in ihren Geschäftsfeldern als auch als geschäftsführende Holding für ihre Beteiligungsunternehmen hat sich die GfK AG gut behauptet. Die im Folgenden wiedergegebenen Zahlen der GfK AG sind nach HGB ermittelt, während der Konzernabschluss ab diesem Jahr nach den International Financial Reporting Standards (IFRS) aufgestellt wird.

## **Ertragslage: Fortgesetztes Ergebniswachstum**

Mit einer Steigerung der Gesamtleistung gegenüber dem Vorjahr um 7,5 Prozent auf 163,9 Millionen Euro setzte die GfK AG ihren Wachstumskurs fort. Hieran waren alle operativen Geschäftsbereiche beteiligt. Im Einzelnen sei auf die Berichterstattung zu den Geschäftsfeldern der GfK AG verwiesen.

Die sonstigen betrieblichen Erträge haben sich im Vergleich zum Vorjahr von 7,8 Millionen Euro um 22,5 Millionen Euro auf 30,3 Millionen Euro erhöht. Die wesentlichsten Ursachen hierfür sind:

- Erträge aus der Weiterverrechnung von verauslagten Erwerbsnebenkosten aus dem NOP World Kauf in Höhe von 10,4 Millionen Euro, die in gleicher Höhe in den sonstigen Aufwendungen enthalten sind.
- Anstieg der Währungsgewinne um 6,8 Millionen Euro, die insbesondere auf die vermehrten Fremdwährungsgeschäfte im Rahmen des NOP World Erwerbs zurückzuführen sind.
- Zuschreibungen von Beteiligungsbuchwerten über 4,5 Millionen Euro und kursbedingte Zuschreibungen auf den Anschaffungswert über 3,1 Millionen Euro von in Vorjahren wertberichtigten Ausleihungen.

Weiterhin werden in dieser Position Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen und Wertberichtigungen und Gewinne aus Anlagenabgängen ausgewiesen.

Trotz der um 7,5 Prozent angestiegenen Gesamtleistung konnten die Aufwendungen für bezogene Leistungen von 45,1 Millionen Euro auf dem Vorjahresniveau gehalten werden. In dieser Position werden insbesondere Dienstleistungshonorare, Datenbezüge und Interviewerhonorare ausgewiesen. Die im Verhältnis zu den bezogenen Leistungen überproportionale Erhöhung der Gesamtleistung ist zu einem Teil auf die von 32,9 Millionen Euro auf 26,0 Millionen Euro verminderten unfertigen Leistungen zurückzuführen, da zum Jahresabschluss 2005 mehr Aufträge als zum Jahresabschluss des Vorjahres fertig gestellt werden konnten. Größter Aufwandsposten sind die Personalaufwendungen, die gegenüber dem Vorjahr um 13,8 Prozent angestiegen sind. Ursachen dafür sind die planmäßigen Steigerungen der Gehälter, einschließlich der Sozialabgaben, höhere gewinnabhängige Vergütungen bedingt durch das höhere Konzernergebnis, höhere Aufwendungen für die Altersversorgung und Kosten für einen Sozialplan für 17 Mitarbeiter des Panel-Außendienstes. Dieser Sozialplan wurde erforderlich, nachdem der größte Abnehmer der Panelrohdaten seinen Mehrjahresauftrag von 2006 an nicht mehr verlängert hat. Die Personalaufwandsquote erhöhte sich dabei von 45,2 auf 47,8 Prozent.

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen, hierzu gehören unter anderem die Ausgaben für Kommunikation, Investor Relations, Miete und Leasing, Beratungs- und Prüfungskosten, Fahrt- und Reisekosten sowie Mieten und Wartung für EDV und Geräte lagen mit 59,9 Millionen Euro um 27,8 Millionen Euro über denen des Vorjahres. Zurückzuführen ist diese Erhöhung auf mehrere Sondereffekte im Jahr 2005. Zu nennen ist hierbei der Aufwand für:

- weiterberechnete Erwerbsnebenkosten aus dem NOP World Kauf in Höhe von 10,4 Millionen Euro,
- 13,4 Millionen Euro höhere Währungsverluste als im Vorjahr,
- Integrationskosten für die neu erworbenen Gesellschaften – im Wesentlichen Beratungskosten – in Höhe von 3,4 Millionen Euro,
- Kosten der Kapitalerhöhung von 2,7 Millionen Euro.

Der Überschuss aus dem operativen Geschäft – ohne Berücksichtigung des Beteiligungsergebnisses und ohne Zinsen – in Höhe von 4,9 Millionen Euro liegt um 3,0 Millionen Euro unter dem des Vorjahres. In diesem Rückgang kommen die oben genannten Sondereffekte zum Ausdruck.

Das Beteiligungsergebnis von 44,8 Millionen Euro übersteigt den Wert des Vorjahres um 26,8 Millionen Euro. Dies ist auf die Entscheidung des Managements zurückzuführen, die verfügbaren Finanzmittel des Konzerns in der Zentrale zu bündeln, um sie besser steuern zu können. Unter diesem Aspekt erfolgte eine Sonderausschüttung von einer schweizerischen Tochtergesellschaft in Höhe von 15,0 Millionen Euro. Weiterhin vereinnahmte die GfK AG aus der GfK Non-Food Tracking Holding GmbH, Nürnberg, 6,8 Millionen Euro mehr Beteiligungsergebnis. Zusätzlich schloss sie mit mehreren deutschen Gesellschaften Ergebnisabführungsverträge ab, so dass im Jahr 2005 von diesen Gesellschaften die Ausschüttungen für das Jahr 2004 (1,1 Millionen Euro) und die Ergebnisabführung für das Jahr 2005 eingingen.

Wegen der nicht befriedigenden Entwicklung des Ertrags einiger Beteiligungsgesellschaften war eine Neubewertung einzelner Tochterunternehmen in Frankreich, Großbritannien, Italien und den USA erforderlich. Insgesamt wurden Wertberichtigungen auf Finanzanlagen in Höhe von 19,3 Millionen Euro vorgenommen. Das Zinsergebnis hat sich von minus 1,2 Millionen Euro im Vorjahr auf minus 12,0 Millionen Euro erhöht. Im Wesentlichen war dafür die höhere Kreditaufnahme bei Banken und Konzerngesellschaften zur Finanzierung der Investitionen in Finanzanlagen ausschlaggebend.

Die GfK AG erzielte ein Ergebnis vor Steuern von 18,4 Millionen Euro (Vorjahr: 15,4 Millionen Euro). Für das Jahr 2005 steht ein Ertrag aus Ertragsteuern von 0,2 Millionen Euro einem Ertragsteueraufwand von 1,7 Millionen Euro im Jahr 2004 gegenüber.

Das durch Sondereffekte verminderte operative Ergebnis einschließlich der Gewinne aus Ergebnisabführungsverträgen sowie der nur zu 5 Prozent steuerpflichtigen Beteiligungserträge führt nach Abzug des Zinsergebnisses von minus 12,0 Millionen Euro zu einem negativen zu versteuernden Einkommen. Der hieraus geltend gemachte Verlustrücktrag führte zu einer entsprechenden Steueraktivierung.

Die sonstigen Steuern von 0,2 Millionen Euro neutralisieren den Ertragsteueraufwand, so dass die GfK AG einen Jahresüberschuss von 18,4 Millionen Euro ausweist (Vorjahr: 13,4 Millionen Euro).

Das positive Jahresergebnis werden der Aufsichtsrat und der Vorstand der GfK AG zum Anlass nehmen, der Hauptversammlung eine Anhebung der Dividende von 0,30 Euro auf 0,33 Euro je Aktie vorzuschlagen. Die 3,15 Millionen Aktien aus der in 2005 durchgeführten Kapitalerhöhung

sowie 0,4 Millionen Aktien, die von den Berechtigten aus dem Stock Option Programm erworben wurden, sind ebenfalls dividendenberechtigt. Somit steigt die Ausschüttungssumme um 22,5 Prozent auf 11,6 Millionen Euro.

### **Vermögens- und Eigenkapitalsituation: Bilanzsumme steigt auf 1.093,0 Millionen Euro**

Die Veränderungen in der Vermögenslage der GfK AG zum 31. Dezember 2005 sind wiederum von den Investitionen in das Finanzanlagevermögen geprägt. Die Bilanzsumme stieg im Wesentlichen wegen der Zunahme des Finanzanlagevermögens durch den Kauf der Marktforschungsgruppe NOP World gegenüber dem Vorjahr um 666,3 Millionen auf 1.093,0 Millionen Euro an.

Aufgrund der die Neuinvestitionen übersteigenden Abschreibungen verminderten sich die immateriellen Vermögensgegenstände um 1,1 Millionen Euro und betragen zum Jahresende 2005 9,2 Millionen Euro. Das Sachanlagevermögen blieb mit 13,4 Millionen Euro nahezu unverändert. Den Zugängen in Höhe von 3,7 Millionen Euro standen Abschreibungen in gleicher Höhe gegenüber. Die Verminderung des Nettosachanlagevermögens um 0,1 Millionen Euro ist auf Bestandsabgänge zurückzuführen. Die Finanzanlagen erhöhten sich im Wesentlichen durch Aufstockungen und Neuerwerbungen von Anteilen an verbundenen Unternehmen sowie höheren Ausleihungen an verbundene Unternehmen um insgesamt 639,2 Millionen Euro. Der größte Anteil entfällt dabei auf die Marktforschungsgruppe NOP World, deren Gesellschaften über verschiedene GfK-Tochtergesellschaften erworben wurden. Zu diesem Zweck hat die GfK AG Kapitaleinlagen in Höhe von 373,4 Millionen Euro in diese Tochtergesellschaften getätigt und Ausleihungen von 203,9 Millionen Euro ausgereicht. Weiterhin erfolgten Kapitaleinlagen in zwei deutsche Holdinggesellschaften in Höhe von 13,4 Millionen Euro sowie Ausleihungen an diese Gesellschaften über 40,5 Millionen Euro zum Erwerb der restlichen Anteile an der US-Gesellschaft GfK V2, LLC, Blue Bell, Pennsylvania, sowie für ein Management earn-out bei der GfK Arbor, LLC, Media, USA. Weitere Anteile konnten bei jeweils zwei Gesellschaften im Inland und Ausland erworben werden. Neugründungen bzw. Akquisitionen betrafen die Länder Chile, Kanada, Malta, Schweiz, Singapur, Spanien und USA.

Der Anteil des Finanzanlagevermögens beträgt 93,0 Prozent nach 88,4 Prozent zum letzten Bilanzstichtag.

Das Umlaufvermögen erhöhte sich von 23,9 Millionen Euro auf 52,6 Millionen Euro. Der Anstieg ist überwiegend aus der Erhöhung der Forderungen gegen verbundene Unternehmen in Höhe von 21,3 Millionen Euro zurückzuführen, insbesondere bedingt durch den Abschluss von Ergebnisabführungsverträgen mit mehreren deutschen Tochtergesellschaften und dem damit verbundenen Forderungsausweis der von diesen Tochtergesellschaften abzuführenden Gewinnen. Der Anstieg der sonstigen Vermögensgegenstände um 2,9 Millionen Euro ist einerseits auf eine Forderung zur Kaufpreisanpassung im Rahmen des NOP World Erwerbs und andererseits auf die Verminderung von Ertragsteuererstattungsansprüchen zurückzuführen. Des Weiteren stiegen die Forderungen aus Leistungen um 2,6 Millionen Euro und die liquiden Mittel um 1,7 Millionen Euro an. Die Wertpapiere sind unverändert in festverzinslichen Anlagen investiert.

Das Eigenkapital stieg von 287,5 Millionen Euro im Vorjahr auf 394,1 Millionen Euro an. Die Veränderung von 106,6 Millionen Euro resultiert aus der Kapitalerhöhung von 90,3 Millionen Euro für 3,15 Millionen Aktien und aus der Umwandlung von bedingtem Kapital durch die Ausübung von Optionen in Höhe von 7,3 Millionen Euro, dem Jahresüberschuss von 18,4 Millionen Euro abzüglich der in 2005 ausgezahlten Dividende von 9,4 Millionen Euro. Damit deckt das Eigenkapital 37,9 Prozent des Anlagevermögens ab (Vorjahr: 71,7 Prozent). Die Eigenkapitalquote beträgt 36,1 Prozent (Vorjahr: 67,4 Prozent).

Die Rückstellungen erhöhten sich um 4,0 Millionen Euro auf insgesamt 40,5 Millionen Euro. Die Erhöhung entfällt auf die Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen mit 2,4 Millionen Euro und die sonstigen Rückstellungen mit 3,0 Millionen Euro. Die Steuerrückstellungen haben sich dabei um 1,4 Millionen Euro vermindert.

Der Anstieg der Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten um 506,1 Millionen Euro und die Inanspruchnahme von zusätzlichen 44,8 Millionen Euro konzerninterner Darlehen ist insbesondere auf die Investitionen in Finanzanlagen zurückzuführen. Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen erhöhten sich dabei nur um 1,5 Millionen Euro und die sonstigen Verbindlichkeiten um 3,3 Millionen Euro. Insgesamt stiegen die Gesamtverbindlichkeiten von 102,7 auf 658,3 Millionen Euro an.

### **Investitionen und Finanzierung**

Die Investitionen betragen im Berichtsjahr um 666,9 Millionen Euro. Wie in den Vorjahren, lag der Schwerpunkt in den Investitionen in Finanzanlagen von insgesamt 661,9 Millionen Euro. Der Anteil des NOP World Erwerbs daran beträgt 573,5 Millionen Euro. Dies entspricht 86,0 Prozent der Gesamtinvestitionen. Die Ausgaben für die Ersatzbeschaffung und Erweiterung im Sachanlagevermögen betragen 3,7 Millionen Euro nach 4,6 Millionen Euro im Vorjahr. Für immaterielle Vermögensgegenstände wurden 1,2 Millionen Euro investiert (Vorjahr: 1,1 Millionen Euro).

Mit dem Cash Flow aus der laufenden Geschäftstätigkeit von 71,2 Millionen Euro konnte die GfK AG nur rund 10 Prozent der Akquisitionen finanzieren. Die übrigen Investitionen wurden durch Aufnahme mittel- und kurzfristiger Bankdarlehen von 550,4 Millionen, von denen bereits 52,5 Millionen Euro wieder getilgt werden konnten und durch eine Kapitalerhöhung über 90,3 Millionen Euro sowie Einzahlungen in Kapital und Rücklagen aus der Ausübung von Optionen in Höhe von 7,4 Millionen Euro finanziert.

Aus der Rückzahlung von konzernintern ausgereichten Darlehen flossen der Gesellschaft im Laufe des Geschäftsjahres 9,3 Millionen Euro zu.

Nach Auszahlung der Dividende für das Geschäftsjahr 2004 in Höhe von 9,4 Millionen Euro erhöhte sich der Bestand an liquiden Mitteln um 1,7 Millionen Euro auf 6,0 Millionen Euro.

## 5. Geschäftsfelder

Die GfK AG erbringt Services in den Geschäftsfeldern Custom Research, Consumer Tracking, Media und dem relativ jungen Segment HealthCare. Unter dem Bereich Sonstige werden vorwiegend die zentralen Services für Tochterunternehmen, Beteiligungen sowie deren Partner zusammengefasst.

Die nachfolgend ausgewiesenen Finanzdaten stammen aus dem Management-Informationssystem. Die Zahlen wurden auf IFRS-Basis erstellt und das Vorjahr entsprechend angepasst. Minderheitsbeteiligungen bleiben unberücksichtigt. Daher sind Beteiligungsergebnisse nicht im operativen Ergebnis enthalten.

Alle operativen Geschäftsfelder der GfK AG haben sich durchweg erfreulich entwickelt. Über alle Segmente hinweg erhöhte sich der Umsatz um 6,0 Prozent von 153,5 auf 162,7 Millionen Euro. Das operative Ergebnis konnte in allen operativen Bereichen deutlich gesteigert werden. So übertraf das Ergebnis mit 10,4 Mio. Euro trotz höherer Kosten im Bereich Sonstige die Vorjahresperiode um 0,6 Mio. Euro. Dabei blieben Kosten in Höhe von 3,4 Mio. Euro, die als einmalige Aufwendungen für die Integration der NOP World bisher anfielen, unberücksichtigt. Im Folgenden wird auf das Ergebnis aus der Managementberichterstattung ohne Berücksichtigung der Integrationskosten eingegangen.

### **CUSTOM RESEARCH**

Das Geschäftsfeld Custom Research liefert seinen Kunden teils standardisierte, teils maßgeschneiderte Services, die als Grundlage operativer wie strategischer Unternehmensentscheidungen dienen. Dazu gehören Tests und Studien zu Produkt- und Preispolitik, Markenführung, Kommunikation, Distribution und Kundenloyalität.

Das umsatzstärkste Geschäftsfeld der GfK AG, Custom Research, konnte auch in diesem Jahr seinen Umsatz von 64,6 auf 66,4 Millionen Euro um 2,7 Prozent steigern. Das operative Ergebnis stieg stärker als der Umsatz und erhöhte sich in diesem Geschäftsfeld um 4,1 Prozent auf 8,2 Millionen Euro (Vorjahr: 7,9 Millionen Euro).

Die Umsatzsteigerung ist auf die gute Marktposition bei den Services zur Führung und Pflege internationaler Marken sowie auf die umfassenden Beratungsangebote zurückzuführen. Besonders im Automotive Sektor konnten Umsatzzuwächse realisiert werden. Der Ergebnisanstieg ist in hohem Maße durch Produktivitätssteigerungen begründet. Die Marge steigerte sich von 12,2 Prozent im Vorjahr auf 12,4 Prozent in 2005.

Die Mitarbeiterzahl im Bereich Custom Research ist leicht rückläufig und liegt mit 329 Beschäftigten um 6 Vollzeitstellen unter der des Vorjahres.

## **CONSUMER TRACKING**

Im Geschäftsfeld Consumer Tracking liefert die GfK ihren Kunden Informations- und Beratungsservices zu Einkaufsentscheidungen und -verhaltensweisen von Verbrauchern.

Der Umsatz des Geschäftsfeldes Consumer Tracking erhöhte sich im abgelaufenen Geschäftsjahr um 6,3 Prozent von 33,6 auf 35,7 Millionen Euro. Mit dem erwirtschafteten operativen Ergebnis von 2,8 Millionen Euro konnte das Ergebnis im Vergleich zum Vorjahr (2,1 Mio. Euro) mit einem Zuwachs von 34,0 Prozent nochmals deutlich gesteigert werden. Die Marge verbesserte sich um 1,6 Prozentpunkte auf 7,9 Prozent. Insbesondere die kontinuierliche Kundenpflege, das erfolgreiche Marketing von Neuprodukten und die strategisch wichtige und vom Markt sehr positiv aufgenommene Steigerung der Anzahl Panelteilnehmer im Bereich ConsumerScan von 17.000 auf 20.000 Haushalte trugen in 2005 zum Erfolg dieses Geschäftsfeldes bei.

Der Personalbestand im Consumer Tracking hat sich auf Grund des erfolgreichen Geschäftsverlaufs erhöht und belief sich zum Ende des Jahres auf 273 Mitarbeiter. Im Vergleich zum Vorjahr stieg die Mitarbeiterzahl um 14 Beschäftigte.

## **MEDIA**

Das Geschäftsfeld Media liefert seinen Kunden Informationsservices zu Reichweite, Intensität und Art der Nutzung von Medien sowie deren Akzeptanz.

Die Umsätze im Geschäftsfeld Media erhöhten sich im Vergleich zum Vorjahr mit 16,8 Mio. Euro nur leicht (0,3 Prozent), nachdem der überwiegende Umsatzanteil in diesem Segment aus dem langfristigen Fernsehforschungsauftrag mit einem fixen Auftragsvolumen resultiert. Daneben konnten durch Zusatzaufträge in den Bereichen digitale Fernsehnutzung und ergänzende Produktionssoftware Umsätze generiert werden. Das operative Ergebnis in Höhe von 3,5 Millionen Euro vergrößerte sich gegenüber dem Vorjahr um 5,7 Prozent. Die Marge erhöhte sich von 19,8 Prozent auf 20,8 Prozent im Jahr 2005.

Der Personalbestand im Media-Bereich blieb mit 74 Mitarbeitern im Vergleich zum Vorjahr (73 Mitarbeiter) fast unverändert.

## **HEALTHCARE**

Im Bereich HealthCare stellt die GfK ihren Kunden Beratungsleistungen zur Verfügung, die Fragen der Produktentwicklung und Kommunikation, der Preispolitik von Medikamenten, die Marktpositionierung, die Kundenzufriedenheit im Gesundheitsmarkt sowie im dental- und veterinärmedizinischen Bereich betreffen.

Das Geschäftsfeld HealthCare erzielte im Jahr 2005 unter den operativen Geschäftsfeldern der GfK AG die höchste prozentuale Umsatzsteigerung. Mit einem Plus von 11,6 Prozent wurden bis zum Jahresende Umsätze in Höhe von 16,4 Millionen Euro erwirtschaftet. Die Zunahme von Mehrländerstudien, welche von der GfK AG koordiniert werden und die erhöhte Nachfrage im Dentalbereich sowie für nationale Studien trugen wesentlich zu dieser erfolgreichen Entwicklung

bei. Das operative Ergebnis im HealthCare Bereich stieg um erfreuliche 26,9 Prozent von 2,1 auf 2,7 Millionen Euro. Die Marge erhöhte sich von 14,3 Prozent im Vorjahr auf 16,3 Prozent.

Der Bereich HealthCare ist zwar nach wie vor das personell kleinste Geschäftsfeld der GfK AG. Es weist jedoch im Vergleich zum Vorjahr das größte relative Personalwachstum auf. Mit 66 Mitarbeitern zum Jahresende hat sich der Bestand im Vergleich zum Vorjahr um 9 Mitarbeiter erhöht.

## **SONSTIGE**

Zum Bereich Sonstige gehören die zentralen Services der GfK AG wie die GfK Group Services, die GfK Data Services, die GfK Business Solutions & Processing sowie die GfK Methoden- und Produktentwicklung, die im Wesentlichen zentrale Dienstleistungen für den Konzern, für GfK Unternehmen und deren Kooperationspartner erbringen.

Der im Jahr 2005 im Bereich Sonstige realisierte Umsatz lag mit 27,4 Millionen Euro um 14,9 Prozent über dem des vorangegangenen Jahres (23,9 Millionen Euro). Der Umsatzzuwachs beruht auf dem Ausbau des GfK Netzwerks und der damit verbundenen Erhöhung der zentralen Dienstleistungen.

Das operative Ergebnis dieses Bereiches konnte den Vorgabewert des Vorjahres nicht erreichen. Mit -6,8 Millionen Euro fiel der Verlust um 1,2 Millionen Euro höher aus als im Vorjahr. Dies ist neben höheren Personalkostenrückstellungen auch auf zusätzliche Kosten für in Anspruch genommene Beratungsleistungen zurückzuführen. Daneben fielen noch Kosten für Abfindungen des Panel-Außendienstes bei der GfK Business Solutions & Processing auf Grund des verminderten Leistungsvolumens für das Unternehmen Information Resources an.

Der Personalbestand belief sich in 2005 auf 343 Vollzeitstellen. Der Personalbestand wurde im Vergleich zum Vorjahr um 5 Mitarbeiter aufgestockt.

## **6. Forschung und Entwicklung**

Die Entwicklung innovativer Methoden sowie die systematische Aktualisierung bewährter Forschungsinstrumente sind für die GfK von zentraler Bedeutung, um sich gegenüber der Konkurrenz zu behaupten und um zukünftige Geschäftschancen zu sichern und auszubauen. Innovative Forschungsinstrumente, beispielsweise neuartige Erhebungs- und Analyseinstrumente, entwickelt und die GfK meist in Kooperation mit ihren Kunden und darüber hinaus oft zusammen mit universitären Institutionen und Unternehmensberatungen.

Es gibt zentrale, in der GfK Methoden- und Produktentwicklung angesiedelte Arbeiten in der Instrumentenentwicklung und Grundlagenforschung. Darüber hinaus führen die Geschäftsfelder und GfK-Tochterunternehmen auch dezentral Projekte durch, die vor allem dazu dienen, Informationsservices in neuen Konsumgütermärkten, Ländern und Regionen zu etablieren.

## **6.1 GfK Methoden- und Produktentwicklung: Zentrum für innovative Projekte**

Die zentrale Forschungs- und Entwicklungsabteilung der GfK ist die GfK Methoden- und Produktentwicklung in Nürnberg. Sie betreut die folgenden Aufgabenbereiche:

- die Lebensstilforschung, die sich mit Fragen der Konsumenten- und Marktsegmentierung beschäftigt,
- zwei Statistikabteilungen, die GfK-Unternehmen und ihre Kunden in statistischen und methodischen Spezialfragen – insbesondere bei multivariaten Methoden – berät, schult und unterstützt sowie neue Instrumente entwickelt und bestehende verbessert,
- eine Abteilung, die sich mit Fragen der Bestimmung von Grundgesamtheiten und der Optimierung und Qualitätsverbesserung von Stichproben beschäftigt,
- eine Abteilung, die Programmkonzepte für die Erhebungs- und Analysesoftware für neue Instrumente entwickelt und umsetzt,

Insgesamt beschäftigt die GfK in der Methoden- und Produktentwicklung und der Grundlagenforschung 22 Statistiker und Methodenspezialisten. Darüber hinaus gibt es in den größeren GfK-Tochterunternehmen Fachleute, welche die Berater der GfK und ihre Kunden vor Ort beraten.

Im Wesentlichen war die GfK im Jahr 2005 in drei Schwerpunkten aktiv:

- in der Weiterentwicklung multivariater Analyseverfahren,
- in der Entwicklung von Erhebungsinstrumenten in der Panelforschung,
- im Aufbau neuer und der Erweiterung bestehender Verbraucher- und Handelspanels.

## **6.2 Multivariate Methoden: neuartige Verfahren in Marktsegmentierung und Produktforschung**

Im Jahr 2005 beschäftigte sich die GfK Methoden- und Produktentwicklung mit der Weiterentwicklung und Optimierung multivariater Analyseverfahren.

- Gemeinsam mit einer Unternehmensberatung und dem Marketinglehrstuhl an der Universität Hohenheim hat die GfK das Conjoint-Analyse-Verfahren HILCA (Hierarchical Individualised Limit Conjoint Analysis) weiter entwickelt und zur Marktreife geführt. Das Instrument wird zur Ermittlung von Eigenschaften genutzt, die ein Produkt oder eine Dienstleistung aus der Sicht ihrer Nutzer haben soll.
- Derzeit werden verschiedene Tools zur Preisoptimierung erstellt, die für neue Produkte und für Produkte, die vom Kunden konfiguriert werden können (z. B. PKW, Computer), eingesetzt werden können.

- Gemeinsam mit der GfK Panel Services, Deutschland, wird an der Weiterentwicklung von Sonderanalysen gearbeitet, die eine bessere Segmentierung von Haushalten nach ihrem Kaufverhalten ermöglichen.

### **6.3 Erhebungsinstrumente und Analysesoftware: neue Fragestellungen und Technologien**

Im Geschäftsfeld Consumer Tracking wurden im Jahr 2005 folgende Entwicklungsschwerpunkte verfolgt:

- Die heute herkömmlichen Verbraucherpanels beschreiben das Einkaufsverhalten der Haushalte vor allem in Bezug auf ihr Konsumverhalten zu Hause. Nicht berücksichtigt ist der nicht unbedeutende so genannte Außer-Haus-Konsum. Die GfK widmet diesem Bereich seit 2005 in ihren Panels erhöhte Aufmerksamkeit.
- Die Berichterstattung der Panelhaushalte im Geschäftsfeld Consumer Tracking wird seit 2005 stufenweise von der Übertragung via Telefonmodem auf den Transfer über das Internet umgestellt. Das gilt sowohl für das ConsumerScan- als auch für das ConsumerScope-Panel.
- Darüber hinaus erhöhte die GfK im Geschäftsfeld Consumer Tracking die Stichprobe ihres Verbraucherpanels ConsumerScan in Deutschland von 17.000 auf 20.000 Haushalte.
- Im Jahr 2005 starteten die Softwarespezialisten im Geschäftsfeld Consumer Tracking mit der Arbeit an einem neuen onlinebasierten Analyseinstrument. Mit der neuen, voraussichtlich im Jahr 2006 fertig gestellten Software wird sich der Zeitraum zwischen Datenerhebung und ihrer Lieferung an den Kunden deutlich verkürzen.

### **6.4. Panelaufbau: Ausbau des Geschäfts in neuen Märkten**

Nachdem die GfK im Vorjahr im Geschäftsfeld Retail and Technology das Handelspanelgeschäft in Brasilien und Chile aufgebaut hat, wurde im Jahr 2005 der Aufbau eines Handelspanels in Argentinien mit großer Intensität vorangetrieben.

Von der GfK Sverige aus erweiterte die GfK im Jahr 2005 ihre Aktivitäten im Geschäftsfeld Retail and Technology in den baltischen Ländern Estland, Lettland und Litauen. Dabei ging es vor allem darum, das Händlernetz, über das Absatzdaten zu elektronischen Konsumgütern erhoben werden, zu erweitern und entsprechend den Umfang und die Qualität der Absatzdaten zu elektronischen Konsumgütern in diesen Ländern auszuweiten.

## **7. Human Resources**

Die Übernahme der NOP World mit zahlreichen neuen Tochterunternehmen stellte die GfK und den Bereich Human Resources Services vor neue Herausforderungen. Im Kern geht es um den weiteren Ausbau der Rahmenbedingungen für das internationale Personalmanagement, die für den Erfolg der Mitarbeiter der zur GfK Gruppe gehörenden Unternehmen erforderlich sind. Dabei gilt, dass bereits vorhandene Konzepte einbezogen und kulturelle Besonderheiten berücksichtigt werden.

### **7.1. Managementvergütung: 5 Star Incentive entwickelt**

Mit dem 5 Star Incentive entwickelte die GfK einen langfristigen Vergütungsplan für Topführungskräfte, der vom Jahr 2006 an das Stock-Options-Programm ersetzt. Er basiert auf zwei Erfolgskomponenten:

- dem Total Shareholder Return (TSR) der GfK-Aktie im Vergleich zum TSR der Aktien der Unternehmen im DJ Euro Stoxx Media Index
- der Steigerung des Ergebnisses der GfK in einem Dreijahreszeitraum.

Damit steht der Vergütungsplan im direkten Zusammenhang mit der 5 Star Initiative und den Finanzziele der GfK, aber auch im direkten Vergleich zu den Leistungen des Wettbewerbs.

Das neue Programm belohnt die persönliche Leistung der Führungskräfte für den Erfolg ihrer Unternehmen und trägt damit zum nachhaltigen Erfolg der GfK Gruppe insgesamt bei. Insbesondere dient es der stärkeren Bindung des Managements an das Unternehmen.

### **7.2. Internationale Human-Resources-Strategie: Start der Implementierung**

Im Jahr 2005 startete Human Resources mit der weltweiten Implementierung der vom Vorstand verabschiedeten, neuen internationalen Human-Resources-Strategie. Sie basiert auf den fünf Unternehmensleitlinien „Kundenorientierung“, „Unsere Mitarbeiter“, „Innovation“, „Globales Know-how – lokale Kompetenz“ sowie „Wachstum“ und definiert Standards zur Mitarbeiterführung und -entwicklung. Darüber hinaus liefert sie den Führungskräften weltweit Instrumentarien für ein nachhaltiges Mitarbeitermanagement. Zentrale Punkte sind die regelmäßige Durchführung von Mitarbeiterbefragungen in Deutschland und anderen Ländern sowie die Entwicklung von nationalen Innovationskonzepten.

Letztere sollen neuartige Konzepte für ein innerbetriebliches Vorschlagswesen zum Inhalt haben und festlegen, unter welchen Voraussetzungen Ideen und Vorschläge von Mitarbeitern, deren praktische Umsetzung für das Unternehmen von Nutzen sind, honoriert werden.

Darüber hinaus gehören der fortlaufende Erfahrungsaustausch im Rahmen internationaler Human-Resources-Konferenzen sowie ein globales qualitatives und quantitatives Personalcontrolling ebenfalls zu den zentralen Aufgabenfeldern der Human-Resources-Strategie.

### **7.3. Mitarbeiter: internationales Austauschprogramm InterAct! gestartet**

Der Implementierungsprozess der Human-Resources-Strategie wird durch „InterAct!“ unterstützt, einem Programm, mit dem die GfK den internationalen Austausch von Mitarbeitern fördern möchte. Es soll den Know-how-Transfer sowie die länder- und geschäftsfeldübergreifende Zusammenarbeit verstärken. Zielgruppen sind Consultants/Specialists und Senior Consultants/Senior Specialists der GfK.

Der Aufenthalt eines Mitarbeiters in einem Unternehmen eines anderen Landes kann bis zu drei Monate dauern. Der erste InterAct!-Austausch fand von September bis November 2005 zwischen Brasilien und Deutschland statt.

### **7.4 Personalbestand: Leichter Anstieg des Mitarbeiterbestands**

Mit 1.083 Vollzeitstellen zum Jahresende 2005 verzeichnete die GfK AG einen leichten Anstieg des Mitarbeiterbestands gegenüber dem Vorjahr (1.062 Vollzeitstellen).

### **7.5 Fluktuation: Geringfügige Erhöhung**

Die Fluktuationsrate der Beschäftigten der GfK Gruppe weist das Verhältnis der Kündigungen seitens der Arbeitnehmer zur gesamten Mitarbeiterzahl aus. Im Vergleich zum Vorjahr stieg diese Quote um 0,5 Prozentpunkte auf 2,3 Prozent an. Absolut betrachtet liegt diese Kennzahl aber nach wie vor noch auf einem sehr niedrigen Niveau.

## 8. Risikolage

Alle Elemente des Risikomanagements der GfK Gruppe sind in einem Risikofrüherkennungssystem integriert, das ständig weiterentwickelt wird. Wie in den Jahren zuvor bestätigten die Abschlussprüfer und die interne Revision auch im Jahr 2005 die Funktionsfähigkeit des Systems.

### 8.1. Grundlagen des Risikomanagements

#### Risikopolitische Grundsätze

Basis des bewussten Umgangs mit Risiken sind in der GfK Gruppe die so genannten risikopolitischen Grundsätze, denen das Risikomanagementsystem in allen Bereichen entsprechen muss. Die wichtigsten Grundsätze lauten:

NUR BEKANNTE RISIKEN LASSEN SICH STEuern.

Die Risikoidentifikation gehört wegen der sich ständig ändernden Verhältnisse und Anforderungen zu den kontinuierlich anfallenden Aufgaben, die fest in die täglichen Arbeitsabläufe integriert sind. Dabei fungiert das Risikomanagement als Frühwarnsystem, um rechtzeitig mögliche Schäden für die Geschäftsentwicklung durch entsprechende Maßnahmen abwenden zu können. Die flachen Organisationsstrukturen in der GfK sowie die offene Kommunikationskultur erhöhen zusätzlich die Transparenz und erleichtern die Identifikation und Steuerung potenzieller Risiken.

RISIKEN WERDEN SYSTEMATISCH BEWERTET.

Nicht alle Risiken sind gleich wichtig. Um eine effiziente Risikobewältigung zu gewährleisten, müssen die erkannten Risiken in Bezug auf Schadenshöhe und Eintrittswahrscheinlichkeit systematisch bewertet werden. Die Schadenshöhe bemisst sich dabei aus dem geschätzten negativen Einfluss auf das Ergebnis der kommenden zwei Jahre. Ziel der Risikobewertung ist es herauszufinden, welche Risiken den Unternehmenserfolg wesentlich gefährden können. Hierzu legte die GfK einheitlich für alle Geschäftsfelder quantitative und qualitative Schwellenwerte fest. Neben der Wesentlichkeit eines Risikos existiert als weitere Bewertungskategorie die der Bestandsgefährdung. Durch die Vorgabe von Schwellenwerten wird definiert, ab wann ein solches Risiko für die GfK Gruppe vorliegt.

RISIKOMANAGEMENT IST PFLICHT FÜR JEDEN.

Jeder Mitarbeiter hat die Pflicht, mögliche Schäden vom Unternehmen abzuwenden. Voraussetzung ist über die grundlegende Kenntnis des Risikomanagementsystems hinaus ein hohes Risikobewusstsein der Mitarbeiter. Die GfK setzt gezielt Informationsmaterial und Workshops ein, um das Risikobewusstsein der Beschäftigten zu erhöhen.

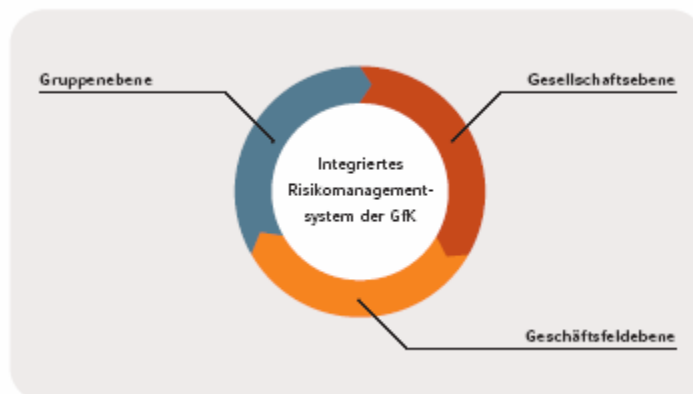
### **Verantwortlichkeiten und Funktionen**

Aufgrund der dezentralen Konzernstruktur liegt die direkte Verantwortung der Früherkennung, Steuerung und Kommunikation von Risiken vor Ort beim operativen Management der einzelnen GfK-Unternehmen. Dort sorgen so genannte Risikomanagement-Koordinatoren dafür, die zentralen Vorgaben in der jeweiligen Organisation konkret umzusetzen und das Risikobewusstsein zu fördern.

Im Rahmen seiner Gesamtverantwortung für das Risikomanagementsystem hat der Vorstand ein Risikomanagementkomitee berufen, das konzernweit geltende Regeln für ein effizientes und funktionsfähiges Risikomanagement ausbauen und fortlaufend aktualisieren soll. Es ist nicht nur für die Konzeption und kontinuierliche methodische Weiterentwicklung des Systems verantwortlich, sondern auch dafür, dessen Funktionsfähigkeit sicherzustellen. Zu seinen zentralen Aufgaben gehört es darüber hinaus, die für die GfK Gruppe relevanten Risiken zu identifizieren sowie Vorstand und Aufsichtsrat zur aktuellen Risikolage in der GfK Gruppe zu informieren.

### **Prozesse**

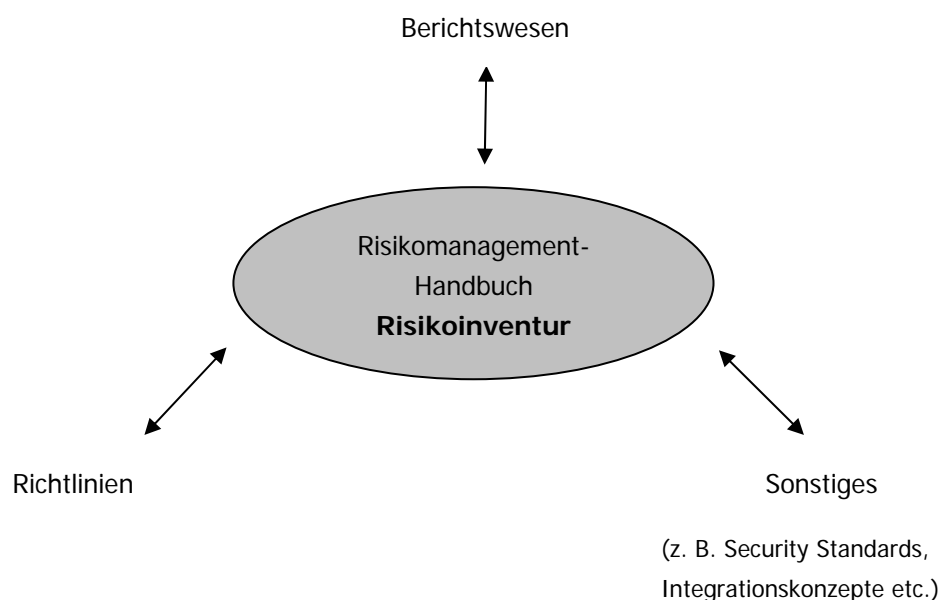
Um die Risiken vollständig und umfassend zu erfassen, nutzt die GfK Gruppe einen integrierten Risikomanagementansatz. Dieser sieht vor, strategische und operative Risiken auf der Ebene der Gesellschaften, der Regionen und Geschäftsfelder sowie auf Konzernebene zu identifizieren und zu managen.



Den Kern dieses Systems bildet die jährliche Risikoinventur, in der die Verantwortlichen über die Entwicklung im Vorjahr bekannter Risiken und über neu aufgetretene Risiken informieren. Mittels einer Checkliste, die alle relevanten Beobachtungsbereiche beinhaltet, werden Risiken nach Eintrittswahrscheinlichkeit und Schadenshöhe bewertet, um dann konkrete Maßnahmenpläne zur Risikobehandlung festzulegen. Treten während des Jahres neue Risiken auf oder verändert sich die Risikolage nennenswert, stellt eine Ad-hoc-Berichterstattung sicher, dass der Vorstand umgehend informiert wird.

Mit einem standardisierten Berichtswesen, das konzernweit nach einheitlichen Vorgaben aufgebaut ist, wird darüber hinaus sichergestellt, dass wirtschaftliche Risiken der laufenden und zukünftigen Geschäftsentwicklung überwacht werden. Auf der Grundlage der Geschäftsdaten der Unternehmenseinheiten erstellt das Group Controlling monatlich interne Berichte, die frühzeitig über mögliche Risiken im Geschäftsverlauf informieren. Darüber hinaus liefern auch unterjährige Prognosen und Budgets im Jahresverlauf wichtige Hinweise für eventuell drohende Geschäftsrisiken.

Ein fortlaufend weiterentwickeltes Richtlinienwerk, das auch alle Genehmigungsverfahren verbindlich festlegt, ist Teil der internen Kontrollstandards. So wurde im Jahr 2005 eine international gültige Berechtigungsrichtlinie wirksam, welche den Rahmen von Handlungsvollmachten verbindlich festlegt.



## **Dokumentation und Überwachung**

Alle Prinzipien, Funktionen und Prozesse des Risikomanagementsystems der GfK Gruppe sind in einem konzernweit geltenden Handbuch dokumentiert, auf das jeder Mitarbeiter über das Intranet zugreifen kann.

In regelmäßigen Abständen überprüft die interne Revision Konzeption und Funktionsfähigkeit des Risikomanagementsystems. Des Weiteren ist das Risikomanagement Gegenstand aller Prüfungen in in- und ausländischen Tochterunternehmen. Die Hinweise der Abschlussprüfer und die Erkenntnisse aus diesen Prüfungen dienen wiederum auch dazu, das Risikofrüherkennungssystem zu verbessern.

## **8.2 Bewertung der Risikosituation**

### **Gesamtwirtschaftliche Risiken**

Die GfK erwartet für das Geschäftsjahr 2006 zusätzliche Impulse aus einem leicht positiven Wirtschaftswachstum.

Wesentliche Risiken aus der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung, die zu nennenswerten Auftragseinbußen oder Umsatzrückgängen auf Konzernebene führen könnten, sieht die GfK derzeit nicht.

Die GfK war von Forderungsausfällen aufgrund von Insolvenzen nur in geringem Maß betroffen. Sie haben die Liquiditätslage des Konzerns nicht beeinträchtigt.

### **Branchenrisiken**

In den letzten Jahrzehnten war die Marktforschungsbranche im Vergleich zu anderen Segmenten der Marketing- und Werbebranche weniger anfällig gegenüber konjunkturellen Schwankungen. Zudem ist die GfK Gruppe mit ihrem Netzwerk als Fullservice-Dienstleister mit einem breiten Angebot an Studien und Analysen in der Lage, regionale und branchenbedingte Schwankungen auszugleichen.

Die im Folgenden aufgeführten Risiken für einzelne Geschäftsfelder bedeuten daher nicht, dass die Geschäftsentwicklung der GfK Gruppe durch diese wesentlich gefährdet ist.

Das Marktforschungssegment, in dem das Geschäftsfeld **Custom Research** seine Services anbietet, zeichnet sich dadurch aus, dass es neben den großen, international tätigen auch viele kleinere, lokale Anbieter gibt. Die Markteintrittsbarrieren sind wegen der – im Vergleich zur kontinuierlichen Verbraucher-, Mediennutzer- und Handelspanelforschung – geringeren Investitionskosten deutlich niedriger. Mit dem Angebot innovativer Produkte und Methoden und einem Key-Account-Management mit speziellen Kundenbindungsprogrammen für Großkunden

möchte die GfK das Risikopotenzial möglichst gering halten. Mit Maßnahmen zur Senkung der Kosten hat das Geschäftsfeld wie in den Vorjahren auch im Jahr 2005 erhebliche ergänzende Vorkehrungen getroffen.

Der Ausbau des Netzwerks stellt eine weitere Maßnahme dar, um den Bedürfnissen der international tätigen Kunden gezielt entgegenzukommen. Mit der Akquisition der NOP World wurde ein sehr entscheidender Schritt in diese Richtung getan.

Die hervorragende Marktstellung des Geschäftsfelds **Retail and Technology** in den Ländern, in denen es heute mit eigenen Unternehmen vertreten ist, trägt erheblich zum Gesamterfolg der GfK Gruppe bei. Die GfK ist der mit Abstand führende Anbieter von Informationen zu Märkten elektronischer und technischer Konsumgüter weltweit. Ihre Stärke liegt nicht nur in dem hohen Maß an Marktwissen, sondern auch in der Kompetenz des lokalen Managements und der Nutzung modernster Instrumente, um den global agierenden Kunden aktuellste Services zu bieten. Die konsequente Expansion in die wirtschaftlich relevanten Länder aller Regionen dieser Welt und die systematische Ausweitung des Dienstleistungsangebots sind die strategischen Eckpfeiler, mit der Retail and Technology seine Marktposition weiter ausbaut. Die Einführung des modernen Analyse- und Produktionssystems STARTRACK weltweit war eine weitere wichtige Maßnahme in diesem Zusammenhang.

Im Geschäftsfeld **Consumer Tracking** belastete die im abgelaufenen Geschäftsjahr erfolgte Neuausrichtung der Handelspanelforschung in der Schweiz den Geschäftsverlauf. Diese war notwendig, weil sich sowohl das Angebot als auch die Nachfrage von Trackingdaten seitens des Handels verändert hatten. Durch eine spezifische Kooperation mit den großen Handelsunternehmen soll dieses Risiko zukünftig eingegrenzt werden. Der große internationale Konkurrenzdruck hält weiter an und sorgt dafür, dass die Marktbedingungen schwierig bleiben. Um weiterhin erfolgreich in diesem wettbewerbsintensiven Umfeld zu agieren, arbeitet die GfK intensiv daran sicherzustellen, dass die Qualität und der Innovationsgrad ihrer Dienstleistungen hoch bleiben.

36 Prozent des Umsatzes im Geschäftsfeld **Media** resultierten im Jahr 2005 aus langfristigen Aufträgen mit festen Auftragsvolumina, die die kontinuierliche Fernseh- und Radioreichweitenforschung betreffen. Die Abhängigkeit von Großkunden stellt im Medienbereich daher das größte Risiko dar. Die Akquisition der NOP World hat vor allem das Multiclient-Geschäft im Bereich der Printmedien gestärkt und einen signifikanten Beitrag geleistet, dieses Risiko zu minimieren. Mit der Entwicklung eines international einheitlich einsetzbaren, effizienten Produktions- und Reportingsystems sorgt die GfK dafür, ihren Kunden in flexibler Form qualitativ hochwertige Daten bereitstellen zu können.

Generell operiert **HealthCare** in einem Markt, der vergleichsweise stark von gesetzlichen Regelungen beeinflusst wird. Dies stellt gleichermaßen ein Risiko, aber auch eine Chance für das Geschäftsfeld dar. Durch die Akquisition der NOP World erweiterte sich die internationale

Präsenz der GfK im Geschäftsfeld HealthCare. Das ist insbesondere für weltweit tätige, große Kunden aus dem Pharmabereich ein entscheidender Faktor.

Für alle Geschäftsfelder ist relevant, dass der Kreis der Kunden aufgrund von Fusionen und Firmenübernahmen kleiner wird. Es besteht deshalb das Risiko, dass Marketingbudgets zusammengelegt und insgesamt reduziert werden. Die GfK versucht die Folgen der Konzentration insbesondere mit verstärkten Investitionen in das Neukundengeschäft und das Key-Account-Management sowie mit innovativen, differenzierteren Technologie- und Methodenangeboten auszugleichen. Dazu gehört auch das konsequente Qualitätsmanagement. Die Abhängigkeit der GfK von Großkunden bleibt weiterhin insgesamt gering. Der Anteil der zehn größten Kunden am Umsatz der GfK Gruppe reduzierte sich im Vergleich zum vergangenen Jahr sogar von 15 auf 12 Prozent.

### **Risiken aus dem betrieblichen Aufgabenbereich**

In allen GfK-Geschäftsbereichen und GfK-Unternehmen hat sich der Kostendruck im vergangenen Jahr weiter verstärkt. Die Zahl der Billiganbieter steigt, die mit Dumpingpreisen in den Markt einzudringen oder die Konkurrenz zu verdrängen versuchen. Die Kunden reagieren sehr preissensibel und fordern zugleich in immer stärkerem Maße kostenintensive Beratungsleistungen und integrierte Informationslösungen. Wie in den vorhergehenden Jahren hat die GfK auch im Geschäftsjahr 2005 erheblich in die kontinuierliche Optimierung von Prozessen, Kostensenkungsprogrammen und Innovationen investiert, um ihre Wettbewerbsfähigkeit zu verstärken.

Die Entwicklung größerer, kostenintensiver Innovationsprojekte überwacht die GfK mittels eines regelmäßigen Berichterstattungssystems. Wesentliche Risiken aus Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten sind derzeit nicht zu erkennen.

Darüber hinaus sind Risiken aus dem operativen Geschäft insofern begrenzt, da es kein Geschäftsfeld gibt, das mehr als 10 Prozent des Konzernumsatzes mit jeweils einem Kunden tätigt. Die weltweite Präsenz der GfK Gruppe stellt sicher, dass regional keine Abhängigkeiten entstehen, die ein relevantes Risiko bedeuten können.

### **Personelle Risiken**

Mit der Belebung der Konjunktur stieg sowohl in Deutschland als auch weltweit die Mitarbeiterfluktuation leicht an. Für den Erfolg der GfK ist die Qualifikation, Motivation, Leistungsfähigkeit und Loyalität der Mitarbeiter wesentlich. Um Fach- und Führungskräfte zu gewinnen, zu integrieren und dauerhaft zu binden, bietet die GfK ein differenziertes Qualifizierungs- und Weiterbildungsangebot an und arbeitet fortlaufend an der Verbesserung ihrer Personalkonzepte.

### **Risiken aus der Finanzierung**

Für die Finanzierung der Akquisition der NOP World im Juni 2005 hat die GfK AG syndizierte Kreditfazilitäten in Höhe von 530 Millionen Euro und 170 Millionen US-Dollar mit Laufzeit bis zum April 2010 abgeschlossen. Diese hat die GfK zum Stichtag zu knapp 89 Prozent ausgeschöpft. Zusätzlich stehen der GfK AG bilaterale Kreditlinien in Höhe von rund 70 Millionen Euro zur Verfügung, die zum Jahresende zu rund 12 Prozent beansprucht waren.

Die genannten Finanzierungselemente sowie ein zum Stichtag gemessener Zahlungsmittelbestand von 79,6 Millionen Euro stellen die Finanzierung des Konzerns sicher.

Risiken aus Finanzierungen bestehen derzeit nicht.

### **Fremdwährungsrisiko**

Als global agierendes Unternehmen ist die GfK Gruppe sowohl transaktions- als auch translationsbezogenen Risiken ausgesetzt.

Das Transaktionsrisiko entsteht aus dem Absatz und dem Erwerb von Gütern und Dienstleistungen, die nicht in der Heimatwährung der jeweiligen Geschäftseinheit abgerechnet werden. Aufgrund der Tatsache, dass bei allen operativ tätigen GfK-Unternehmen den Heimatwährungsumsätzen auch Ausgaben in derselben Währung gegenüberstehen, ist das operative Fremdwährungsrisiko in der GfK begrenzt. Eine konzerninterne Richtlinie sieht zudem vor, dass alle GfK-Einheiten ihre Fremdwährungsrisiken überwachen und Projekte in Fremdwährung von einer bestimmten Größenordnung an sichern. Die GfK realisiert die konzerninterne Finanzierung in der Regel in der Heimatwährung der Tochtergesellschaft. Die daraus entstehenden Währungsrisiken in der Konzerntreasury werden mit Hilfe von Derivaten gesichert. Die Laufzeit der Sicherungsgeschäfte beträgt in der Regel höchstens 12 Monate. Die sich kompensierenden Effekte des Grundgeschäfts und der Währungssicherung werden ergebniswirksam verbucht und damit in der Gewinn- und Verlustrechnung erkennbar.

Das Translationsrisiko ergibt sich daraus, dass es viele GfK-Gesellschaften außerhalb des Euro-Währungsraumes gibt, während die GfK in Euro bilanziert. Im Konzernabschluss müssen deshalb Bilanzen sowie Gewinn- und Verlustrechnungen der Unternehmen außerhalb des Euroraums in Euro umgerechnet werden. Die translationsbezogenen Effekte aus Veränderungen der Fremdwährungskurse werden in der Eigenkapitalposition des GfK-Konzernabschlusses ausgewiesen.

Da die Beteiligungen allgemein langfristiger Natur sind, verzichtet die GfK auf die direkte Absicherung der Nettovermögenspositionen. Vielmehr versucht sie, Beteiligungen durch so genannte Natural Hedges abzusichern. Dies erfolgt mittels Finanzierung in der Währung der jeweiligen Gesellschaft, so dass Fremdwährungsschwankungen minimiert werden. Um in der

Gewinn- und Verlustrechnung die Volatilität aus der Stichtagsbewertung der Fremdwährungsverbindlichkeiten zu eliminieren, wendet die GfK für diese langfristigen Finanzierungen Hedge Accounting nach IFRS gemäß IAS 39 an. Entsprechend werden Bewertungseffekte in der Eigenkapitalposition ausgewiesen.

### **Zinsrisiko**

Zinsrisiken entstehen in der GfK hauptsächlich bei Finanzverbindlichkeiten. Die GfK hat das positive Zinsumfeld genutzt, um Zinsen langfristig abzusichern und die Finanzierung sicher kalkulieren zu können. Aus diesem Grunde hat die GfK AG zum Stichtag den Großteil ihrer Finanzverbindlichkeiten durch Zinsswaps gesichert, die gemäß IAS 39 als Cashflow Hedges abgebildet werden und damit wie ein Festsatzkredit in der Gewinn- und Verlustrechnung wirken.

### **Rechtliche Risiken**

In zahlreichen Ländern wird weiterhin die Scheinselbstständigkeit diskutiert. Durch Anpassung der Beschäftigungsverhältnisse an die jeweilige Landesgesetzgebung vermeidet die GfK zusätzliche Kosten.

Aus der Verschärfung rechtlicher Bestimmungen im Rahmen der Durchführung von Befragungen können sich Risiken für die gesamte Marktforschungsbranche ergeben.

Die GfK ist in verschiedenen Ländern an zivilrechtlichen Verfahren beteiligt, welche auf unterschiedlichen Rechtsgründen basieren.

Wesentliche Risiken aus Schadenersatzforderungen oder aus oben genannten Prozessen, die nicht bereits durch Rückstellungen abgedeckt sind, bestehen derzeit nicht.

Aufgrund des deutlich angestiegenen Geschäftsvolumens in den USA hat die GfK dort eine eigene Rechtsabteilung installiert.

### **Risiken aus Akquisitionen**

Der Erwerb neuer Gesellschaften sowie deren Integration in den Konzernverbund sind stets mit Risiken verbunden. Diesen versucht die GfK durch umfangreiche Prüfungen im Vorfeld sowie durch Maßnahmen, die den Prozess der Akquisition unterstützen, Rechnung zu tragen. Zudem begleitet der Aufsichtsrat der GfK AG die Akquisitionen aktiv.

Aufgrund ihrer langjährigen Erfahrung mit Firmenkäufen ist sich die GfK der Risiken bewusst, die der Erwerb der NOP World – die größte Akquisition, die die GfK je realisiert hat – mit sich bringt. Sie hat Projektteams eingerichtet, die sich aus Managern der GfK und der NOP World-Gesellschaften zusammensetzen. Zu ihren Aufgaben zählt es, Strukturen zu schaffen, die zu einem schnellen Zusammenwachsen der beiden Unternehmensgruppen führen, und Serviceangebot, Produktion und Administration organisatorisch aufeinander abzustimmen.

### **Risiken aus der Informationstechnologie und sonstige Risiken**

Einrichtung, Erhalt und Weiterentwicklung von Sicherheitsvorkehrungen zum Schutz der Informationssysteme und der in ihnen gespeicherten Daten sind für ein Marktforschungsunternehmen wie die GfK, dessen Dienstleistungen Informationen zu Märkten, Verbrauchern und Marken beinhalten, unerlässlich. Seit jeher werden daher Vorkehrungen höchster Priorität getroffen, die der Sicherheit von Informationstechnologie und ihrer Anwendungen dienen. In den Jahren 2002 bis 2004 hatte die GfK zusätzliche Sicherheitschecks in der Hauptniederlassung der GfK in Nürnberg durchgeführt. Seit 2002 organisiert sie systematische IT-Sicherheits-Checks im Rahmen jährlicher Routine-Audits in anderen GfK-Tochterunternehmen. In den Jahren 2004 und 2005 erarbeitete die GfK für alle Unternehmen der Gruppe verbindliche IT-Sicherheitsstandards sowie die so genannte IT Security Policy, die auf dem „British Standard 7799“ beruht. Vom Jahr 2006 an startet deren weltweite Implementierung. Sie soll voraussichtlich im Jahr 2007 abgeschlossen sein. Die konzernweiten IT-Strategien und -Sicherheitskonzepte koordiniert der Chief Information Officer (CIO), in Zusammenarbeit mit den IT-Security-Spezialisten der Zentrale in Nürnberg und den IT-Verantwortlichen in den GfK-Gesellschaften im Ausland.

Im Rahmen eines Disaster-Recovery-Plans überprüft die GfK fortlaufend die über den IT-Bereich hinausgehenden sonstigen Risiken. Essentielle Risiken aus Schadensfällen und Haftungsfragen sind entweder durch lokale oder konzernweit geltende so genannte Umbrella-Versicherungen abgesichert.

Wesentliche IT-Risiken beziehungsweise sonstige Risiken sind derzeit in der GfK Gruppe nicht erkennbar.

### **8.3 Bewertung des Gesamtrisikos**

Eine gesamthafte Bewertung der Risikoposition der GfK ergibt, dass die Risiken begrenzt und überschaubar sind und keinen wesentlichen Einfluss auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der GfK Gruppe haben. Eine nachhaltige Gefährdung der Geschäftsentwicklung aufgrund von Einzelrisiken, der Wechselwirkung oder der Kumulation von Risiken ist derzeit nicht zu erwarten.

Aufgrund ihrer Größenordnung stellt die Integration der Unternehmen der ehemaligen NOP World eine große Herausforderung für die GfK dar. Die bisherige Entwicklung der Tochterunternehmen der ehemaligen NOP World und der Verlauf der Eingliederung in den Geschäftsbetrieb lässt schon jetzt erkennen, dass die GfK auf dem richtigen Weg ist und gute Fortschritte erzielt.

Zusammenfassend ist festzustellen, dass die Gesamtrisikoposition der GfK Gruppe weiterhin als niedrig einzuschätzen ist. Es sind derzeit keine Risiken bekannt, die die GfK Gruppe in ihrem Fortbestand gefährden.

## **9. Ausblick**

### **WIRTSCHAFTLICHE RAHMENBEDINGUNGEN**

#### **Gesamtwirtschaft**

Nach Ansicht der Wirtschaftsforschungsinstitute zeigt sich die Weltkonjunktur zu Beginn des Jahres 2006 weiterhin in einer robusten Verfassung. In den ersten Monaten des laufenden Jahres wird die wirtschaftliche Expansion nochmals sehr kräftig sein; jedoch wird sie im Verlauf des Jahres allmählich an Dynamik verlieren. Dies ist jedoch keinesfalls als Zeichen eines wirklichen Konjunkturabschwungs anzusehen.

Für die Europäische Union – in den Euroländern und mehr noch in den EU-Beitrittsländern – erwartet man dagegen, dass sich der Aufschwung bis in das nächste Jahr hinein fortsetzen wird. Dies auch dann, wenn sich in Folge einer weniger expansiven Geldpolitik, restriktiver fiskalischer Maßnahmen und des leicht verschlechterten weltwirtschaftlichen Umfeldes die Konjunktur etwas abschwächt.

Die deutsche Wirtschaft befindet sich zu Beginn des Jahres 2006 in einer spürbaren Aufschwungsphase. Erstmals seit fünf Jahren zieht dabei auch die Inlandsnachfrage, insbesondere im Bereich privater Konsum, an. Im folgenden Jahr rechnen Experten damit, dass sich die Anhebung der Mehrwertsteuer, die höheren Zinsen und die langsamere Expansion der Weltwirtschaft dämpfend auswirken werden.

#### **Marktforschungsbranche**

Die Marktforschungsbranche ist ein Wachstumsmarkt mit überdurchschnittlichem Potenzial. Für das Jahr 2006 erwarten Experten ein Branchenwachstum von rund fünf Prozent. Wesentliche Wachstumstreiber der nächsten Jahre sind:

- die infolge der Globalisierung gestiegene Wettbewerbsintensität in vielen nationalen Märkten zwischen eindringenden und lokal ansässigen Unternehmen,
- die steigende Nachfrage nach Marktforschungsleistungen in den zentral- und osteuropäischen Ländern sowie in den so genannten Schwellenländern Lateinamerikas und Asiens,

- der weiterhin steigende Bedarf an Marktinformationen bei mittelständischen und kleineren Unternehmen,
- verstärkter Wettbewerb durch Deregulierung von Märkten und damit einhergehend verstärkte Nachfrage nach Markt- und Kundeninformationen
- der Bedarf an neuen Marktinformationen für die vor allem auf Basis der innovativen Kommunikations- und Informationstechnologien entstandenen neuen Produkt- und Dienstleistungsmärkte.

### **Chancen: Erreichtes für weiteres Wachstum nutzen**

Zwei Entwicklungen stellen die Marktforschungsbranche vor neue Herausforderungen. Zugleich beinhalten sie Chancen, wie die Marktforschung sie nie zuvor gehabt hat:

- die anhaltende Globalisierung unserer Kunden, und damit einhergehend die Konsolidierung der Märkte, auf denen diese agieren, und
- die rasche Entwicklung der Informations- und Kommunikationstechnologien, die der Branche neue, effiziente und kostensparende Möglichkeiten der Datenerhebung, -analyse und -verwaltung verschaffen.

Mit dem Erwerb der NOP World hat die GfK ihr Potenzial, diese Herausforderungen zu meistern und in Erfolg umzumünzen, erheblich ausgebaut:

- Sie hat sich die Chancen für eine weitere nachhaltige Globalisierung ihres Netzwerks und ihrer Dienstleistungen geschaffen, die beide Unternehmen - die GfK Gruppe und die NOP World - allein in diesem Ausmaß nie hätten entwickeln können.
- Sie hat sich sowohl in den klassischen Marketing- und Marktforschungsmärkten in West-, Süd- und Nordeuropa sowie in Nordamerika als auch in den schnell wachsenden Märkten Asiens, Lateinamerikas sowie Zentral- und Osteuropas ausgezeichnet positioniert und damit eine starke Basis für weiteres Wachstum geschaffen.
- Sie hat darüber hinaus ihre investiven und technologischen Möglichkeiten erweitert, um Ansprüchen und Anforderungen der Kunden mit innovativen, effizienten und international einsetzbaren Mess- und Analyseinstrumenten zu begegnen und sie mit erstklassigen Informations- und Beratungsleistungen bei ihren Marketingentscheidungen zu unterstützen.

### **Mitarbeiter: leichtes Wachstum**

Die GfK AG geht davon aus, dass die Zahl der Mitarbeiter im Jahr 2006 geringfügig zunehmen wird. Ein bedeutsamer Schwerpunkt ist die Integration der Unternehmen der GfK mit denen der NOP World sowie den im Jahr 2006 neu erworbenen Firmen. Darüber hinaus werden zunehmend international besetzte Projektteams gebildet, die die Vernetzung der verschiedenen Standorte und einen möglichst breiten Wissenstransfer fördern. Die Entsendung und der Auslandseinsatz von GfK Mitarbeitern in anderen Standorten sollen ebenfalls dem Know-how-Transfer und der Entwicklung von Führungskräften mit möglichst breiter Erfahrung sicherstellen. GfK bietet den Mitarbeitern neben den inhaltlichen interessanten Weiterentwicklungsmöglichkeiten eines erfolgreichen Marktforschungsunternehmens auch die Chancen einer internationalen Karriere im Unternehmen.

### **Unternehmenskommunikation und Marketing**

Im Jahr 2006 hat die grundlegende Erneuerung des Web-Auftritts der GfK höchste Priorität. Die seit dem Börsengang im Jahr 1999 entwickelte und danach mehrfach überarbeitete Website wird abgelöst von einer Lösung, die in Struktur und optischer Gestaltung neu und auf dem Stand neuester Technik und Gestaltungsprinzipien aufgebaut ist. Kernstück der Überarbeitung ist ein zentral ebenso wie dezentral nutzbares Content-Management-System, das weltweit von allen Unternehmen genutzt werden kann. Es stellt sicher, dass die Gestaltung – sowohl des Auftritts als auch der Navigation – im gesamten Unternehmensnetzwerk harmonisiert ist.

### **Investitionen und Finanzierung: Erfolgversprechende Projekte vorantreiben**

Der Schwerpunkt zukünftiger Investitionen liegt sowohl im Ausbau und der Weiterentwicklung technischer Ressourcen, beispielsweise der Panels und der Produktionssoftware, als auch in der Erweiterung der Personalressourcen. Ein Teil dieser Ausgaben wird nicht als Investitionen, sondern direkt als Aufwand erfasst.

Die Investitionen für das laufende Geschäft werden über den Mittelzufluss aus dem Cashflow finanziert. Ein möglicher zusätzlicher Kapitalbedarf besteht lediglich, um die Finanzierung von Akquisitionen sicherzustellen. Größere Unternehmenskäufe sind derzeit nicht geplant. Mit einem genehmigten Kapital in Höhe von rund 12,6 Millionen Stückaktien und entsprechenden Kreditlinien verfügt die GfK darüber hinaus auch über ausreichende Eigenfinanzierungsmöglichkeiten.

## Wirtschaftliche Entwicklung der GfK AG

Die GfK AG plant im Jahr 2006 wiederum Gesamtleistung und Ergebnis zu steigern. Sie erwartet eine Gesamtleistung in Höhe von cirka 170 Millionen Euro. Das entspricht einem Anstieg von cirka vier Prozent. Außerdem strebt sie an, das Ergebnis prozentual stärker als die Gesamtleistung zu steigern.

Das Geschäftsjahr 2006 hat für die GfK AG gut begonnen. Ende Februar wurden bereits 52 Prozent des diesjährigen Umsatzziels fakturiert beziehungsweise als Auftragsbestand oder -eingang gebucht. Dieser Wert liegt rund fünf Prozentpunkte über dem Vorjahresniveau. Mit der erwarteten Geschäftsentwicklung wird die GfK AG auch in 2006 ihre führende Marktposition in den von ihr besetzten Märkten festigen beziehungsweise ausbauen können.

Die GfK ist überzeugt, dass sie als ein auf Marktforschung spezialisiertes Unternehmen hervorragend aufgestellt ist, und betrachtet ihre Fokussierung auf dieses Dienstleistungsgeschäft als wesentlichen Wettbewerbsvorteil. Sie will deshalb auch weiterhin mit großem Nachdruck die sich ihr eröffnenden Marktchancen in diesem Dienstleistungsmarkt nutzen und ausbauen.

Nürnberg, den 29. März 2006

Prof. Dr. Klaus L. Wübbenhorst

Christian Weller von Ahlefeld

Petra Heinlein

Dr. Gérard Hermet

Wilhelm R. Wessels

## JAHRESABSCHLUSS

Gewinn- und Verlustrechnung	50
Bilanz	51
Anhang für das Geschäftsjahr 2005	52
Allgemeine Angaben	52
Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden	52
Währungsumrechnung	53
Erläuterungen zur Bilanz	53
Entwicklung des Anlagevermögens	54
Anteilsbesitzliste	55
Forderungen gegen verbundene Unternehmen	55
Sonstige Vermögensgegenstände	55
Grundkapital	55
Genehmigtes Kapital	56
Bedingtes Kapital	57
Stock Options	58
Sonstige Rückstellungen	58
Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	58
Verbindlichkeitspiegel	59
Haftungsverhältnisse	60
Sonstige finanzielle Verpflichtungen	61
Finanzinstrumente	61

Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung	62
Umsatzerlöse	62
Sonstige betriebliche Erträge	62
Sonstige betriebliche Aufwendungen	63
Periodenfremde Aufwendungen	63
Abschreibungen auf Finanzanlagen	63
Sonstige Angaben	63
Arbeitnehmer (Jahresdurchschnitt)	63
Gesamtbezüge des Vorstands und des Aufsichtsrats	64
Aufsichtsrat	65
Vorstand	67
Unternehmensverträge	69
Honorar für Dienstleistungen des Abschlussprüfers	69
Erklärung zum Corporate Governance Kodex	70
Beschlussfassung über die Verwendung des Bilanzgewinns	70
Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers	71

## GfK Aktiengesellschaft, Nürnberg

### Gewinn- und Verlustrechnung für die Zeit vom 1. Januar bis 31. Dezember 2005

	2005		2004	
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
1. Umsatzerlöse	170,817		143,896	
2. Verminderung/Erhöhung des Bestands an unfertigen Leistungen	-6,889		8,574	
3. Andere aktivierten Eigenleistungen	0		15	
4. Sonstige betriebliche Erträge	30,296	194,224	7,847	160,332
5. Aufwendungen für bezogene Leistungen		-45,070		-45,060
Rohergebnis		149,154		115,272
6. Personalaufwand				
a) Löhne und Gehälter	-64,721		-56,665	
b) Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung	-13,665	-78,386	-12,236	-68,901
--davon für Altersversorgung TEUR 3.589 (i. Vj. TEUR 2.671)--				
7. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen		-6,028		-6,377
8. Sonstige betriebliche Aufwendungen		-59,880		-32,079
9. Erträge aus Gewinnabführungsverträgen		24,889		146
10. Erträge aus Beteiligungen		27,045		19,001
--davon aus verbundenen Unternehmen TEUR 26.806 (i. Vj. TEUR 18.575)--				
11. Erträge aus Ausleihungen des Finanzanlagevermögens		689		670
--davon aus verbundenen Unternehmen TEUR 638 (i. Vj. TEUR 483)--				
12. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge		8,621		1,593
--davon aus verbundenen Unternehmen TEUR 7.665 (i. Vj. TEUR 1.274)--				
13. Abschreibungen auf Finanzanlagen		-19,280		-9,250
14. Aufwendungen aus Verlustübernahme		-7,159		-1,220
15. Zinsen und ähnliche Aufwendungen		-21,270		-3,489
--davon an verbundene Unternehmen TEUR 1.454 (i. Vj. TEUR 800)--				
16. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit		18,395		15,366
17. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag		181		-1,754
18. Sonstige Steuern		-223		-212
19. Jahresüberschuss		18,353		13,400
20. Gewinnvortrag aus dem Vorjahr		31,663		27,705
21. Bilanzgewinn		50,016		41,105

# GfK Aktiengesellschaft, Nürnberg

## Bilanz zum 31. Dezember 2005

### Aktiva

	31.12.2005		31.12.2004	
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
<b>A. Anlagevermögen</b>				
<b>I. Immaterielle Vermögensgegenstände</b>				
1. Gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	2,477		2,876	
2. Geschäfts- oder Firmenwert	6,578		7,150	
3. Geleistete Anzahlungen	182	9,237	324	10,350
<b>II. Sachanlagen</b>				
1. Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken	5,176		5,672	
2. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	7,665		6,743	
3. Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	570	13,411	1,070	13,485
<b>III. Finanzanlagen</b>				
1. Anteile an verbundenen Unternehmen	727,938		340,787	
2. Ausleihungen an verbundene Unternehmen	285,356		33,312	
3. Beteiligungen	2,996		1,268	
4. Sonstige Ausleihungen	0	1,016,290	1,775	377,142
		<b>1,038,938</b>		<b>400,977</b>
<b>B. Umlaufvermögen</b>				
<b>I. Vorräte</b>				
1. Betriebsstoffe	167		301	
2. Unfertige Leistungen	26,013		32,902	
3. Ab: Erhaltene Anzahlungen	-25,971	209	-33,100	103
<b>II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände</b>				
1. Forderungen aus Leistungen	8,682		6,041	
2. Forderungen gegen verbundene Unternehmen	25,866		4,568	
3. Forderungen gegen Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	243		174	
4. Sonstige Vermögensgegenstände	9,120	43,911	6,257	17,040
--davon Forderungen mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr TEUR 1.892 (i. Vj. TEUR 1.578)--				
<b>III. Wertpapiere</b>				
Sonstige Wertpapiere		2,500		2,500
<b>IV. Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten</b>		5,978		4,296
		<b>52,598</b>		<b>23,939</b>
<b>C. Rechnungsabgrenzungsposten</b>		1,456		1,783
		<b>1,092,992</b>		<b>426,699</b>

**Passiva**

	31.12.2005		31.12.2004	
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
<b>A. Eigenkapital</b>				
<b>I. Gezeichnetes Kapital</b>				
--Bedingtes Kapital TEUR 10.954 (i. Vj. TEUR 12.768)--		148,917		133,734
<b>II. Kapitalrücklage</b>		179,625		97,085
<b>III. Gewinnrücklagen</b>				
1. Gesetzliche Rücklage	26		26	
2. Andere Gewinnrücklagen	15,546	15,572	15,546	15,572
<b>IV. Gewinnvortrag</b>		31,663		27,705
<b>V. Jahresüberschuss</b>		18,353		13,400
		<b>394,130</b>		<b>287,496</b>
<b>B. Rückstellungen</b>				
1. Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen		17,578		15,215
2. Steuerrückstellungen		1,021		2,453
3. Sonstige Rückstellungen		21,887		18,847
		<b>40,486</b>		<b>36,515</b>
<b>C. Verbindlichkeiten</b>				
1. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten		550,777		44,647
2. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		6,641		5,173
3. Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen		90,136		45,373
4. Sonstige Verbindlichkeiten		10,790		7,458
--davon aus Steuern TEUR 3.889 (i. Vj. TEUR 3.438)--				
--davon im Rahmen der sozialen Sicherheit TEUR 1.468 (i. Vj. TEUR 1.416)--				
		<b>658,344</b>		<b>102,651</b>
<b>D. Rechnungsabgrenzungsposten</b>		32		37
		<b>1,092,992</b>		<b>426,699</b>

## Anhang für das Geschäftsjahr 2005

### **ALLGEMEINE ANGABEN**

Der Jahresabschluss wurde zugunsten einer klaren und übersichtlichen Darstellung in tausend Euro aufgestellt.

### **BILANZIERUNGS- UND BEWERTUNGSMETHODEN**

Die Bilanzierung und Bewertung erfolgt nach den für Kapitalgesellschaften geltenden Vorschriften. Erworbene **immaterielle Vermögensgegenstände** des Anlagevermögens werden zu Anschaffungskosten, **Sachanlagen** zu Anschaffungs- oder Herstellungskosten bewertet, jeweils vermindert um planmäßige, soweit erforderlich auch außerplanmäßige Abschreibungen. Die Abschreibungssätze und -methoden entsprechen grundsätzlich den steuerlich zulässigen Abschreibungen. Die Abschreibungen der immateriellen Vermögensgegenstände sowie der Betriebs- und Geschäftsausstattung erfolgen linear und die des Gebäudes degressiv. Die Nutzungsdauer der immateriellen Vermögensgegenstände beträgt grundsätzlich drei Jahre, die des Gebäudes 25 Jahre und die der Betriebs- und Geschäftsausstattung zwischen drei und 13 Jahren. Geringwertige Anlagegegenstände werden im Zugangsjahr grundsätzlich voll abgeschrieben und als Abgang gezeigt.

Die voraussichtliche Nutzungsdauer des entgeltlich erworbenen **Geschäfts- oder Firmenwerts** wird auf 15 Jahre geschätzt und somit über die steuerlich zulässige Nutzungsdauer planmäßig abgeschrieben.

Die **Finanzanlagen** werden mit den Anschaffungskosten beziehungsweise den niedrigeren beizulegenden Werten bilanziert. Zuschreibungen werden vorgenommen, wenn der Grund für die vorgenommene Abschreibung weggefallen ist.

Die **Betriebsstoffe** sind grundsätzlich zu Anschaffungskosten bewertet. Die **unfertigen Leistungen** sind mit den bis zum 31. Dezember 2005 angefallenen Herstellungskosten bewertet. Sie umfassen die Einzelkosten der Leistungserstellung, angemessene Teile der notwendigen Gemeinkosten und des Wertverzehr des Anlagevermögens. Der niedrigere beizulegende Wert oder darüber hinaus erforderliche Drohverlustrückstellungen wurden durch Vergleich der fortgeschriebenen Herstellungskosten mit den erzielbaren Nettoverkaufserlösen abzüglich noch anfallender Kosten ermittelt.

Die **Forderungen** und **Sonstigen Vermögensgegenstände** werden mit den Nominalwerten, bei erkennbaren Einzelrisiken mit dem niedrigeren beizulegenden Wert angesetzt. Für das allgemeine Kreditrisiko wird von den Forderungen aus Lieferungen und Leistungen eine pauschale Wertberichtigung abgesetzt.

Die **Wertpapiere** werden zu Anschaffungskosten beziehungsweise zum niedrigeren Kurs am Bilanzstichtag angesetzt.

In den **Flüssigen Mitteln** enthaltene Sortenbestände sind zum Ankaufskurs am Bilanzstichtag bewertet. Kurzfristige Fremdwährungsguthaben/ -verbindlichkeiten sind zum Devisenmittelkurs des Stichtags angesetzt.

Die **Rückstellungen** sind in Höhe der nach vernünftiger kaufmännischer Beurteilung zu erwartenden Verpflichtungen passiviert. **Die Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen** werden mit dem Barwert passiviert, der nach versicherungsmathematischen Grundsätzen auf Basis eines Zinssatzes von sechs Prozent ermittelt wird. Zur Berechnung des Teilwertes werden die Richttafeln 2005 G von Dr. Klaus Heubeck verwendet.

**Verbindlichkeiten** werden mit dem Rückzahlungsbetrag angesetzt.

**Derivative Finanzinstrumente** werden am Abschlussstichtag zum Marktwert (marking-to-market) bewertet. Sich daraus ergebende Schulden werden als Rückstellung bilanziert.

#### **WÄHRUNGSUMRECHNUNG**

Die Forderungen werden grundsätzlich mit dem Devisenmittelkurs im Zeitpunkt der Auftragserfassung bewertet. Verbindlichkeiten in Fremdwährungen werden grundsätzlich mit den Devisenmittelkursen im Buchungszeitpunkt bewertet. Verluste aus Kursänderungen werden durch Neubewertung am Bilanzstichtag berücksichtigt.

#### **ERLÄUTERUNGEN ZUR BILANZ**

Die **Entwicklung des Anlagevermögens** ist im Anlagengitter dargestellt.

## Entwicklung des Anlagevermögens im Geschäftsjahr 2005

	Anschaffungs- und Herstellungskosten				31.12.2005 TEUR
	1.1.2005 TEUR	Zugänge TEUR	Abgänge TEUR	Umbuchungen TEUR	
<b>I. Immaterielle Vermögensgegenstände</b>					
1. Gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	19,255	1,026	115	324	20,490
2. Geschäfts- oder Firmenwert	8,577	0	0	0	8,577
3. Geleistete Anzahlungen	324	182	0	-324	182
	<b>28,156</b>	<b>1,208</b>	<b>115</b>	<b>0</b>	<b>29,249</b>
<b>II. Sachanlagen</b>					
1. Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken	17,343	0	0	0	17,343
2. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	51,988	3,131	1,118	1,070	55,071
3. Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	1,070	570	0	-1,070	570
	<b>70,401</b>	<b>3,701</b>	<b>1,118</b>	<b>0</b>	<b>72,984</b>
<b>III. Finanzanlagen</b>					
1. Anteile an verbundenen Unternehmen	379,222	402,057	4,795	0	776,484
2. Ausleihungen an verbundene Unternehmen	36,789	258,110	9,164	0	285,735
3. Beteiligungen	2,875	1,778	221	0	4,432
4. Sonstige Ausleihungen	1,775		1,775	0	0
	<b>420,661</b>	<b>661,945</b>	<b>15,955</b>	<b>0</b>	<b>1,066,651</b>
	<b>519,218</b>	<b>666,854</b>	<b>17,188</b>	<b>0</b>	<b>1,168,884</b>

1.1.2005	Kumulierte Abschreibungen			Buchwerte		
	Zugänge	Abgänge	Zuschreibungen	31.12.2005	31.12.2005	31.12.2004
TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
16,379	1,749	115	0	18,013	2,477	2,876
1,427	572	0	0	1,999	6,578	7,150
0	0	0	0	0	182	324
17,806	2,321	115	0	20,012	9,237	10,350
11,671	496	0	0	12,167	5,176	5,672
45,245	3,211	1,050	0	47,406	7,665	6,743
0	0	0	0	0	570	1,070
56,916	3,707	1,050	0	59,573	13,411	13,485
38,435	19,276	4,634	-4,531	48,546	727,938	340,787
3,477	4	35	-3,067	379	285,356	33,312
1,607	0	171	0	1,436	2,996	1,268
0	0	0	0	0	0	1,775
43,519	19,280	4,840	-7,598	50,361	1,016,290	377,142
118,241	25,308	6,005	-7,598	129,946	1,038,938	400,977

## Anteilsbesitzliste

Die Liste des Anteilsbesitzes der GfK Aktiengesellschaft erfolgt in einer separaten Aufstellung und wird beim Handelsregister des Amtsgerichts Nürnberg (HRB 9398) hinterlegt. Die Beteiligungen, bei denen die GfK Aktiengesellschaft, Nürnberg, persönlich haftende Gesellschafterin ist, werden in dieser Aufstellung gesondert genannt.

## Forderungen gegen verbundene Unternehmen

Die Forderungen gegen verbundene Unternehmen und die Forderungen gegen Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht, setzen sich sachlich wie folgt zusammen:

	Forderungen gegen verbundene Unternehmen	Forderungen gegen Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht
	TEUR	TEUR
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	2.758	2
Sonstige Vermögensgegenstände	23.108	241
	25.866	243

## Sonstige Vermögensgegenstände

In den sonstigen Vermögensgegenständen sind auch Beträge für Vermögensgegenstände ausgewiesen, die rechtlich erst nach dem Abschlussstichtag entstehen. Es handelt sich insbesondere um versicherungsmäßig abgedeckte Lohnansprüche aus Altersteilzeitverträgen, Rückdeckungsansprüche aus Lebensversicherungen und anteilige Zinsen.

## Grundkapital

Das Grundkapital der GfK Aktiengesellschaft hat sich durch eine Kapitalerhöhung und durch die Ausübung von Stock Options erhöht. Durch Beschluss des Aufsichtsrates vom 2. Juni 2005 wurde das Grundkapital um TEUR 13.370 aus dem genehmigten Kapital erhöht.

Aus dem Stock Option Programm konnten im Jahr 2005 die Inhaber der Optionsrechte aus den Tranchen 2002/2007 und 2003/2008 gegen Einreichung der Optionsrechte neue Stückaktien der GfK AG im Verhältnis 1:1,2 erwerben. Aus der Tranche 2002/2007 wurden im Jahr 2005 147.848 Optionen ausgeübt um damit 177.417 Stückaktien zum Preis von EUR 20,11 zu erwerben. Aus der Tranche 2003/2008 wurden 207.554 Optionen zum Erwerb von 249.064 Stückaktien zum Preis von EUR 15,44 ausgeübt.

Aus den vorgenannten Maßnahmen entwickelten sich das gezeichnete Kapital, die Kapitalrücklage und die Anzahl der ausgegebenen nennwertlosen Inhaber-Stammaktien wie folgt:

	Gezeichnetes Kapital	Kapital- rücklage	Anzahl der ausgegebenen Stückaktien
	TEUR	TEUR	Stück
Vortrag zum 1. Januar 2005	133.734	97.085	31.474.522
Kapitalerhöhung durch Ausgabe neuer Aktien	13.370	76.939	3.146.689
Ausgabe neuer Aktien durch Umwandlung von Optionen aus dem bedingten Kapital	1.813	5.601	426.481
Stand am 31. Dezember 2005	148.917	179.625	35.047.692

### Genehmigtes Kapital

Die GfK Aktiengesellschaft verfügt über ein genehmigtes Kapital 2002 und ein genehmigtes Kapital 2005 I. Durch Beschluss der Hauptversammlung vom 13. Juni 2002 wurde der Vorstand ermächtigt, das Kapital mit Zustimmung des Aufsichtsrates bis zum 12. Juni 2007 gegen Bar- und/oder Sacheinlage einmal oder mehrmals um insgesamt bis zu TEUR 21.000 zu erhöhen (Genehmigtes Kapital 2002). In der Hauptversammlung vom 24. Mai 2005 wurde der Vorstand ermächtigt, das Kapital mit Zustimmung des Aufsichtsrates bis zum 23. Mai 2010 gegen Bar- und/oder Sacheinlage einmal oder mehrmals um insgesamt bis zu TEUR 45.867 zu erhöhen, wobei das Bezugsrecht der Aktionäre ausgeschlossen werden kann (Genehmigtes Kapital 2005 I). Das genehmigte Kapital 2005 I wurde durch die Kapitalerhöhung in 2005 unter Ausschluss des Bezugsrechts in Höhe von TEUR 13.370 teilweise ausgeschöpft. Danach verbleibt aus dem genehmigten Kapital 2005 I noch ein Betrag in Höhe von TEUR 32.497.

## **Bedingtes Kapital**

Im Juni 1999 haben die Aktionäre einer bedingten Erhöhung des Grundkapitals der Gesellschaft um TEUR 5.120 durch die Ausgabe von bis zu 2.000.000 neuen, auf den Inhaber lautenden Stückaktien zugestimmt. Die Aktionäre haben im Rahmen der außerordentlichen Hauptversammlung vom 3. September 1999 beschlossen, dass sich die Gewinnberechtigung auf den Beginn des Geschäftsjahres bezieht, in dem die Ausübung erfolgt. Die bedingte Kapitalerhöhung dient der Gewährung von Optionsrechten an Führungskräfte der Gesellschaft und der mit ihr verbundenen Unternehmen im Sinne der §§ 15 ff. Aktiengesetz. Voraussetzung zum Erwerb ist ein mit den Berechtigten individuell vereinbarter Mindestzielerreichungsgrad für ihren unmittelbaren Verantwortungsbereich. Die Anzahl der jedem Berechtigten zustehenden Optionen ergibt sich aus dem jedem Berechtigten in einem individuellen Anschreiben mitgeteilten variablen Gehaltsbestandteil, der unter Verzicht auf einen Teil der zugesagten Prämie im Verhältnis 1:2,5 durch Optionen ersetzt werden kann. Die effektive Anzahl der Optionen ergibt sich durch die Division dieses Betrages mit dem Faktor 4,5 für alle sieben Tranchen (2000/2005, 2001/2006, 2002/2007, 2003/2008, 2004/2009, 2005/2010, 2006/2011). Die Optionsrechte der Tranche 2000/2005 hatten eine Laufzeit bis zum 31. Dezember 2005. Diese Tranche kam während der Laufzeit nicht ins Geld, deshalb wurden keine Optionen ausgeübt. Sie sind zum 31. Dezember 2005 verfallen. Das Optionsrecht kann frühestens zwei Jahre nach Ausgabe ausgeübt werden. Eine Ausübung ist dabei nur in fest definierten Ausübungsfenstern möglich. Der Ausübungspreis entspricht 120 Prozent des Durchschnittskurses der GfK-Aktie in der Xetra-Schlussauktion an den fünf Börsentagen vor Ausgabe der Optionsrechte beziehungsweise 120 Prozent des Kurses der GfK-Aktie in der Xetra-Schlussauktion am Ausgabebetag, sofern dieser höher ist als der vorgenannte Durchschnittskurs.

Im Juni 2002 haben die Aktionäre der Aufhebung der bestehenden Ermächtigung zur Gewährung von Optionsrechten, einer neuen Ermächtigung und einer Anpassung des bedingten Kapitals zugestimmt.

Die beschlossenen Optionsbedingungen weichen in folgenden Punkten von denen der ersten beiden Tranchen des Programms ab:

Auf die Mitglieder des Vorstands der GfK AG dürfen höchstens 30 Prozent (vormals 20 Prozent) der jeweils zu gewährenden Optionsrechte entfallen.

Eine Ausübung ist unzulässig jeweils 14 Tage vor Veröffentlichung von Quartals-, Halbjahres-, Jahres- oder vorläufigen Jahreszahlen. Darüber hinaus steht es der Gesellschaft frei, weitere Zeiträume, in denen die Optionen nicht ausgeübt werden dürfen, festzulegen. Ausübungspreis zum Erwerb einer Aktie ist für jede der auszugebenden Tranchen der durchschnittliche Xetra-Kurs der Aktie zwischen der jeweiligen vorangegangenen Bilanzpressekonferenz und der Hauptversammlung, oder, sofern dieser höher ist, der Kurs der Aktie in der Xetra-Schlussauktion am Börsentag der Ausgabe der jeweiligen Tranche, jeweils zuzüglich eines Aufschlags von fünf Prozent. Börsentage sind hierbei Tage, an denen die Frankfurter Wertpapierbörse einen Kurs für die Aktien der Gesellschaft feststellt.

Die Anwendung der neuen Optionsbedingungen wurde für die Tranche 3 (Ausgabe und Ausübung) und alle folgenden Tranchen beschlossen.

Das bedingte Kapital zur Ausübung der Optionen betrug zum Jahresbeginn 2005 TEUR 12.768, entsprechend 3.004.204 auf den Inhaber lautenden Stückaktien. Durch Ausübung von 147.848 Optionen aus der Tranche 2002/2007 und von 207.554 Optionen aus der Tranche 2003/2008 wurden im Jahr 2005 insgesamt 426.481 Stückaktien ausgegeben. Das bedingte Grundkapital der Gesellschaft verminderte sich aus diesen Vorgängen zum 31. Dezember 2005 auf TEUR 10.954. Dieser Wert entspricht 2.577.723 Stückaktien.

### Stock Options

Durch die im Jahr 2004 durchgeführte Kapitalerhöhung aus Gesellschaftsmitteln und die Ausgabe von Gratisaktien im Verhältnis 5:1 erhöhte sich das Bezugsrecht für die ausgegebenen Optionen der Tranchen eins bis sechs von einer Aktie auf 1,2 Aktien pro Option. Die Ausübungspreise wurden im gleichen Verhältnis angepasst. Ab der Tranche 7, die nach der Kapitalerhöhung im Jahr 2004 den Führungskräften zur Zeichnung angeboten wurde, entspricht eine Option wieder einem Bezugsrecht.

Tranche	Laufzeit	Optionen gesamt	davon Vorstand	Ausübungs- preis pro Aktie in EUR	ausübbar		Optionen aus- geübt	Aktien aus- gegeben
					von	bis		
1	2000/2005	380.130	76.512	46,00	2002 <sup>1)</sup>	2005 <sup>1)</sup>	verfallen	verfallen
2	2001/2006	366.690	85.215	34,75	2003 <sup>1)</sup>	2006 <sup>1)</sup>	-	-
3	2002/2007	380.300	85.215	20,11	2004 <sup>2)</sup>	2007 <sup>2)</sup>	256.544	305.545
4	2003/2008	457.319	149.999 <sup>3)</sup>	15,44	2005 <sup>2)</sup>	2008 <sup>2)</sup>	207.554	249.064
5	2004/2009	418.720	128.110 <sup>3)</sup>	25,81	2006 <sup>2)</sup>	2009 <sup>2)</sup>	-	-
6	2005/2010	454.141	122.221 <sup>3)</sup>	31,92	2007 <sup>2)</sup>	2010 <sup>2)</sup>	-	-
7	2006/2011	585.366 <sup>4)</sup>	146.664 <sup>4)</sup>	Offen	2008 <sup>2)</sup>	2011 <sup>2)</sup>	-	-

<sup>1)</sup> Die Ausübung beginnt jeweils nach der Hauptversammlung. Ausgeübt werden kann während folgender Fristen: Vom dritten Handelstag an der Frankfurter Wertpapierbörse nach der Hauptversammlung der GfK AG bis zum 30. Juni (jeweils einschließlich) und vom ersten Tag nach Veröffentlichung der Halbjahreszahlen bis zum 30. September (jeweils einschließlich) und vom ersten Tag nach der Veröffentlichung der Zahlen des dritten Quartals bis 14 Tage vor Ende des Geschäftsjahres (jeweils einschließlich).

<sup>2)</sup> Die Ausübung beginnt jeweils nach der Hauptversammlung. Keine Ausübung jeweils 14 Tage vor Veröffentlichung von Quartals-, Halbjahres-, Jahres - oder vorläufigen Jahreszahlen. Die Gesellschaft kann weitere Zeiträume, in denen nicht ausgeübt werden darf, festlegen.

<sup>3)</sup> Einschließlich Mitglieder, die inzwischen ausgeschieden sind.

<sup>4)</sup> Gezeichnet; Anspruch auf Optionen ist noch nicht entstanden; Optionen sind noch nicht ausgegeben.

### Sonstige Rückstellungen

Die Sonstigen Rückstellungen enthalten hauptsächlich ungewisse Verbindlichkeiten aus dem Personalbereich und ausstehende Rechnungen.

### Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen

Die Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen und die Verbindlichkeiten gegenüber Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht, setzen sich sachlich wie folgt zusammen:

	Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	Verbindlichkeiten gegenüber Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht
	TEUR	TEUR
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	727	-
Sonstige Verbindlichkeiten	89.409	-
	<b>90.136</b>	<b>-</b>

Die **Restlaufzeiten** der Verbindlichkeiten und die bestellten **Sicherheiten** werden im Verbindlichkeitspiegel dargestellt.

### Verbindlichkeitspiegel

	31.12.2005	Vorjahr
	TEUR	TEUR
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	550.777	44.647
davon mit einer Restlaufzeit		
bis 1 Jahr	17.158	7.616
1 bis 5 Jahre	532.195	33.870
über 5 Jahre	1.424	3.161
davon durch Grundpfandrechte gesichert	3.942	5.417
davon durch Abtretung von Anteilen an Beteiligungen gesichert	507.115	-
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	6.641	5.173
davon mit einer Restlaufzeit		
bis 1 Jahr	6.641	5.173
Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	90.136	45.373
davon mit einer Restlaufzeit		
bis 1 Jahr	90.136	45.373
Sonstige Verbindlichkeiten	10.790	7.458
davon mit einer Restlaufzeit		
bis 1 Jahr	10.790	7.458

## HAFTUNGSVERHÄLTNISSE

Die Haftungsverhältnisse stellen sich wie folgt dar:

Zugunsten verbundener Unternehmen wurden Kreditaufträge mit einem Nominalbetrag von TEUR 1.853 (Vj. TEUR 1.626) erteilt.

Miet- und Kontrakterfüllungsbürgschaften belaufen sich auf TEUR 2.158 (Vj. TEUR 131).

Die GfK Aktiengesellschaft hat zugunsten der ENCODEX International GmbH, Nürnberg, eine uneingeschränkte und unbefristete Patronatserklärung abgegeben.

Zugunsten der Gesellschaften GfK Consumer and Business Information Italy S.p.A., Mailand, Italien, und IHA Italia S.p.A., Mailand, Italien, hat die GfK Aktiengesellschaft eine befristete uneingeschränkte Patronatserklärung abgegeben.

Zugunsten der GfK Sverige AB, Lund, Schweden, hat die GfK Aktiengesellschaft gegenüber einer Leasinggesellschaft eine Patronatserklärung abgegeben, aus der sich eine Gewährleistungsverpflichtung bis zu einem Höchstbetrag von TEUR 11 (TSEK 107) ergibt.

Zugunsten der GfK Asia Pte. Ltd., Singapur, hat die GfK Aktiengesellschaft gegenüber einer Leasinggesellschaft eine Patronatserklärung abgegeben, aus der sich eine Gewährleistungsverpflichtung bis zu einem Höchstbetrag von TEUR 747 (TSGD 1.470) ergibt.

Gegenüber der The NPD Group, Inc., Port Washington, New York, USA, hat die GfK AG garantiert, entsprechend ihrer seit 1. Januar 2001 über die GfK Holding Inc., Wilmington, USA, gehaltenen Beteiligung an der NPD Intellect, L.L.C., Port Washington, New York, USA, in Höhe von 25 Prozent die Mithaftung für die vertragsgemäße Erfüllung der Verpflichtungen zu übernehmen, die auf The NPD Group, Inc. aus der gegenüber einem Kreditinstitut abgegebenen Kreditgarantie zukommen können. Die Kreditgarantien gegenüber dem Kreditinstitut hat The NPD Group, Inc. zugunsten der NPD Intellect, L.L.C., Port Washington, New York, USA, zur Absicherung eines Darlehens über TUSD 8.950 abgegeben. Die Darlehensverpflichtung zum 31. Dezember 2005 beträgt TEUR 882 (TUSD 1.044).

Die GfK Aktiengesellschaft übernahm die Gesamthaftung für die sich aus Rechtsgeschäften der GfK Benelux Marketing Services B.V., Amstelveen, Niederlande, ergebenden Schulden im Sinne von Artikel 403, Section 9, Buch 2 des Niederländischen Bürgerlichen Gesetzbuches. Die GfK Benelux Marketing Services B.V. weist zum 31. Dezember 2005 ein konsolidiertes Fremdkapital in Höhe von TEUR 3.142 (Vj. TEUR 2.471) aus.

Die bwv Holding AG, St. Gallen, Schweiz hat mit Vertrag vom 28. Juli 2004 Anteile an zwei schweizerischen und einer österreichischen Kapitalgesellschaft veräußert. Für Ansprüche des Erwerbers, welche sich aus Vertragsverstößen ergeben, hat die GfK AG eine Einstandspflicht bis zu TEUR 5.464 (TCHF 8.500) übernommen. Die Garantie reduziert sich ab dem 28. Juli 2009 auf TEUR 4.822 (TCHF 7.500) und endet zum 31. Dezember 2014.

Im Rahmen des Erwerbs der NOP-Gruppe wurde die GfK-Gruppe teilweise umstrukturiert und Teilkonzerne mit Zwischenholdings gebildet. Für die drei Geschäftsführer dieser Teilkonzerne hat die GfK AG eine Erklärung abgegeben, sie von allen Forderungen freizustellen, welche

möglicherweise in Zukunft von dritter Seite im Zusammenhang mit ihrer Geschäftsführerposition für diese Gesellschaften geltend gemacht werden.

#### **SONSTIGE FINANZIELLE VERPFLICHTUNGEN**

Aus abgeschlossenen Kaufverträgen im Zusammenhang mit Beteiligungserwerben ergeben sich in den Jahren 2006 bis 2011 Kaufpreiszahlungsverpflichtungen von TEUR 33.203.

Die zukünftigen Verpflichtungen aus Miet- und Leasingverträgen (Gesamtbetrag der offenen Miet- und Leasingraten einschließlich des Gebäuderestwertes der Betriebsimmobilie Nürnberg) betragen TEUR 21.494 (Vj. TEUR 24.128).

Die Verpflichtungen aus Dauerschuldverhältnissen (Lizenzverträge, Wartungsverträge, Dienstleistungsverträge) belaufen sich auf TEUR 1.554 (Vj. TEUR 3.097), davon gegenüber verbundenen Unternehmen TEUR 247 (Vj. TEUR 494).

#### **FINANZINSTRUMENTE**

Die Gesellschaft hat zum 31. Dezember 2005 Währungssicherungskontrakte zur Absicherung von englischen Pfund im Bestand. Das Nominalvolumen der Währungssicherungskontrakte beträgt TEUR 7.132. Aus der Bewertung der sich daraus ergebenden Kursrisiken zum Bilanzstichtag wurde eine Rückstellung in Höhe von TEUR 19 eingestellt.

Des Weiteren bestanden zum Geschäftsjahresende Zinssicherungskontrakte mit einem Nominalvolumen von TEUR 441.977. Aus der Bewertung zum Bilanzstichtag ergaben sich negative Marktwerte in Höhe von TEUR 60, die ebenfalls zurückgestellt wurden.

Zusätzlich bestand ein Cross-Currency-Swap in Höhe von TEUR 5.667 zur Absicherung des Zins- und Währungsrisikos aus zukünftigen Dividendenzahlungen eines schweizer Tochterunternehmens. Aus der Bewertung zum Bilanzstichtag ergab sich ein Zinsrisiko in Höhe von TEUR 281, welche jedoch durch Währungsgewinne in Höhe von TEUR 285 kompensiert wurden.

## ERLÄUTERUNGEN ZUR GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

### Umsatzerlöse

Es wurden Umsatzerlöse in Höhe von TEUR 170.817 (Vj. TEUR 143.896) erzielt. Sie gliedern sich nach Regionen wie folgt auf:

Regionen	2005 TEUR	Vorjahr TEUR
Inland	126.296	109.209
Übrige EG-Länder	26.466	21.902
Übriges Ausland	18.055	12.785
<b>Gesamt</b>	<b>170.817</b>	<b>143.896</b>

Von einer Aufgliederung der Umsatzerlöse nach Tätigkeitsbereichen wird abgesehen, da das Managementinformationssystem nur den Umsatz nach IFRS (Vorjahr nach US-GAAP) erhebt. Diese können am ehesten mit der Gesamtleistung der deutschen Gewinn- und Verlustrechnung nach dem Gesamtkostenverfahren verglichen werden. Die so errechnete Gesamtleistung gliedert sich auf die folgenden Geschäftsfelder auf:

Geschäftsfelder	2005 TEUR	Vorjahr TEUR
Consumer Tracking	35.932	33.334
HealthCare	16.501	14.577
Media	16.953	16.657
Custom Research	66.888	64.208
Sonstige	27.654	23.709
<b>Gesamt</b>	<b>163.928</b>	<b>152.485</b>

### Sonstige betriebliche Erträge

In den Sonstigen betrieblichen Erträgen sind Erträge aus durchlaufenden Posten in Höhe von TEUR 11.059, realisierte Kursgewinne in Höhe von TEUR 9.179, Zuschreibungen auf Beteiligungsbuchwerte in Höhe von TEUR 4.531 und auf Fremdwährungsausleihungen in Höhe von TEUR 3.067, sowie Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen in Höhe von TEUR 1.791 enthalten. Von den Sonstigen betrieblichen Erträgen sind TEUR 1.949 (Vj. TEUR 3.215) anderen Geschäftsjahren zuzuordnen. Sie betreffen im Wesentlichen Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen.

### **Sonstige betriebliche Aufwendungen**

Die Sonstigen betrieblichen Aufwendungen sind insbesondere auf Grund von Aufwendungen aus durchlaufenden Posten in Höhe von TEUR 11.059 und Integrationskosten in Höhe von TEUR 3.152 für den Erwerb der NOP-Gruppe gestiegen. Aus realisierten Währungsverlusten und aus Verlusten aus der Stichtagsbewertung von Fremdwährungsposten resultiert eine Steigerung in Höhe von TEUR 13.370.

### **Periodenfremde Aufwendungen**

Aufwendungen, die anderen Perioden zuzurechnen sind, belaufen sich auf TEUR 455 (Vj. TEUR 214). Sie enthalten periodenfremde Personalaufwendungen und sonstige betriebliche Aufwendungen.

### **Abschreibungen auf Finanzanlagen**

Die Abschreibungen auf Finanzanlagen enthalten außerplanmäßige Abschreibungen in Höhe von TEUR 19.280 (Vj. TEUR 9.250). Darin enthalten sind währungsbedingte Abschreibungen auf Ausleihungen in Fremdwährung in Höhe von TEUR 4 (Vj. TEUR 2.689).

## **SONSTIGE ANGABEN**

### **Arbeitnehmer (Jahresdurchschnitt)**

Geschäftsfelder	2005	Vorjahr
	Anzahl	Anzahl
Consumer Tracking	271	255
HealthCare	63	56
Media	74	71
Custom Research	334	338
Sonstige	305	312
	1.047	1.032

Die Berechnung der Arbeitnehmerzahl im Jahresdurchschnitt erfolgte auf Basis von Vollzeitkräften. Die Berechnung des Durchschnitts erfolgte mit den Stichtagen 31. März, 30. Juni, 30. September und 31. Dezember.

## Gesamtbezüge des Vorstands und des Aufsichtsrats

Die Gesamtbezüge des Vorstands stellen sich wie folgt dar:

In TEUR	Fixe Bezüge	Variable Bezüge*	Gesamt-Bezüge	Anzahl Stock Options
Prof. Dr. Klaus L. Wübbenhorst (Vors.)	539,9	1.228,2	1.768,1	40.000
Petra Heinlein	319,2	756,5	1.075,7	26.666
Dr. Gérard Hermet	371,0	752,5	1.123,5	26.666
Christian Weller von Ahlefeld (ab 01.06.2005)	189,7	385,0	574,7	26.666
Wilhelm Wessels	361,1	603,5	964,6	26.666
	1.780,9	3.725,7	5.506,6	146.664

\* Die Berechnung der variablen Bezüge erfolgt auf Basis bestimmter Kennzahlen des Konzernabschlusses. Die endgültige Festlegung der Bezüge erfolgt durch den Personalausschuss des Aufsichtsrats.

Die Gesamtbezüge des Aufsichtsrats belaufen sich auf:

In TEUR	Fixe Bezüge	Variable Bezüge	Gesamt-Bezüge
Hajo Riesenbeck (Vors.)	27,0	18,0	45,0
Dr. Arno Mahlert (stellv. Vors.)	18,0	12,0	30,0
Dr. Christoph Achenbach	11,3	7,5	18,8
Jörg Bandt (bis 24.05.2005)	3,5	2,4	5,9
Dr. Wolfgang C. Berndt	11,3	7,5	18,8
Kerstin Döpfert	10,3	6,9	17,2
Sandra Hofstetter (ab 24.05.2005)	5,5	3,6	9,1
Stefan Pfander (ab 24.05.2005)	5,5	3,6	9,1
Werner Spinner	10,7	7,2	17,9
Dieter Wilbois	11,3	7,5	18,8
Peter Zühlsdorff (bis 24.05.2005)	3,5	2,4	5,9
	117,9	78,6	196,5

Insgesamt besitzt der Vorstand 389.287 Aktien und, einschließlich der in der Tabelle genannten Optionen, 717.424 Optionen auf Aktien.

Auf den Aufsichtsrat entfallen 6.689 Aktien. Die Mitglieder des Aufsichtsrats halten keine Optionen auf Aktien.

Ehemalige Mitglieder der Geschäftsführung der GfK GmbH, Nürnberg, und des Vorstands der GfK Aktiengesellschaft, Nürnberg, erhielten Gesamtbezüge von TEUR 1.056. Für Pensionsverpflichtungen gegenüber ehemaligen Vorstandsmitgliedern und Geschäftsführern sind TEUR 10.202 zurückgestellt.

### **Aufsichtsrat**

#### ***Hajo Riesenbeck***

Vorsitzender

Unternehmensberater

Director bei McKinsey & Company, Düsseldorf

Präsident des GfK-NÜRNBERG Gesellschaft für Konsum-, Markt- und Absatzforschung e.V., Berlin

#### ***Dr. Arno Mahlert***

Stellvertretender Vorsitzender

Mitglied des Vorstandes bei der Tchibo Holding AG, Hamburg

Mandate in anderen Aufsichtsräten und vergleichbaren Kontrollgremien:

Springer Science + Business Media S.A., Luxemburg (Vorsitzender)

Saarbrücker Zeitung GmbH, Saarbrücken (stellvertr. Vorsitzender)

Beiersdorf AG, Hamburg

#### ***Dr. Christoph Achenbach***

Sprecher der Geschäftsführung der Robert Klingel GmbH & Co. KG, Pforzheim

#### ***Jörg Bandt*** (bis 24. Mai 2005)

Manager Datenerfassung Scope bei der GfK Aktiengesellschaft, Nürnberg

#### ***Dr. Wolfgang C. Berndt***

Mitglied des Board of Directors des Institute For The Future, Menlo Park, California, USA

Mandate in anderen Aufsichtsräten und vergleichbaren Kontrollgremien:

Cadbury Schweppes PLC, London, Großbritannien

Lloyds TSB Bank PLC, London, Großbritannien

Lloyds TSB Group PLC, London, Großbritannien

***Kerstin Döpfert***

Freigestellte Betriebsrätin bei der GfK Aktiengesellschaft, Nürnberg

***Sandra Hofstetter*** (ab 24. Mai 2005)

Senior Research Assistant bei der GfK Aktiengesellschaft, Nürnberg

***Stefan Pfander*** (ab 24. Mai 2005)

Consultant bei der Wm. Wrigley Jr. Company, Chicago

Mandate in anderen Aufsichtsräten und vergleichbaren Kontrollgremien:

Internationaler Kaugummiverband/International chewinggum Ass.

(JCGA), Brüssel (Vorsitzender)

Sweet Global Network e.V., München (stellvertr. Vorsitzender)

Tchibo Holding AG, Hamburg

Barry Callebaut AG, Zürich

***Werner Spinner***

Unternehmensberater

Mandate in anderen Aufsichtsräten und vergleichbaren Kontrollgremien:

Dalli GmbH, Stolberg (Vorsitzender)

Grünenthal, GmbH, Aachen (Vorsitzender)

CSM N.V., Diemen, Niederlande

Merz KGaA, Frankfurt am Main

***Dieter Wilbois***

Freigestellter Betriebsrat (Vorsitzender) bei der GfK Aktiengesellschaft, Nürnberg

***Peter Zühlsdorff*** (Ordentliches Mitglied bis zum 24. Mai 2005)

Ehrenvorsitzender des Aufsichtsrats

Geschäftsführender Gesellschafter der DIH – Deutsche Industrie Holding GmbH, Frankfurt am Main.

## **Vorstand**

### ***Prof. Dr. Klaus L. Wübbenhorst***

Vorsitzender des Vorstands (CEO)

Mandate in anderen Aufsichtsräten und vergleichbaren Kontrollgremien:

BU Holding GmbH & Co. KG, Nürnberg (stellvertr. Vorsitzender)

ERGO Versicherungsgruppe AG, Düsseldorf

Neckermann Versand AG, Frankfurt am Main

Quelle AG, Fürth

konzernintern:

GfK Holding Inc., Wilmington, USA (Vorsitzender)

Procon GfK Arastirma Hizmetleri A.S., Istanbul, Türkei (Vorsitzender)

GfK Panel Arastirma Hizmetleri A.S. Istanbul, Türkei

Strateji GfK Research Services A.S. Istanbul, Türkei

### ***Christian Weller von Ahlefeld*** (ab 1. Juni 2005)

Finanzvorstand (CFO)

Verantwortlich für die Bereiche Financial Services, Central Services und Human Resources Services

Mandate in anderen Aufsichtsräten und vergleichbaren Kontrollgremien:

Brauns Heitmann GmbH & Co. KG, Warburg

### ***Petra Heinlein***

Verantwortlich für den Geschäftsbereich Custom Research

Mandate in anderen Aufsichtsräten und vergleichbaren Kontrollgremien:

konzernintern:

AFI Holdings LLC, Wilmington, USA

ASW Delaware LLC, Wilmington, USA

ASW Investments Inc., Wilmington, USA

E. Friedman Marketing Services Inc., New York, USA

GfK Automotive LLC, Farmington Hills, USA

GfK Consumer and Business Information Italy S.p.A.,  
Mailand, Italien (Vorsitzende)

GfK Eurisko S.r.l., Mailand, Italien

GfK Media Limited, London, Großbritannien

GfK NOP LLC, New York, USA

GfK NOP U.K. Holding Limited, London, Großbritannien

GfK US Holdings LLC, Wilmington, USA

International Research Associates Inc., New York, USA

NOP Automotive Inc., Farmington Hills, USA  
Research Matters AG, Basel, Schweiz  
Roper Starch Worldwide LLC, New York, USA

***Dr. Gérard Hermet***

Verantwortlich für den Geschäftsbereich Retail and Technology

Mandate in anderen Aufsichtsräten und vergleichbaren Kontrollgremien:

NPD Intelect LLC, New York, USA

konzernintern:

Financière ISL Société Anonyme, Issy les Moulineaux, Frankreich

GfK Animal HealthCare Ltd., West Byfleet/Surrey, Großbritannien

GfK Custom Research France SARL (ehem. GfK Sofema International SARL), Rueil-Malmaison, Frankreich

GfK EMER Ad Hoc Research, S.L., Valencia, Spanien

GfK Equity Research Inc., Boston, USA

GfK Immobilier Société a responsabilité limitée, Rueil-Malmaison, Frankreich

GfK Latinoamerica Holding S.L., Valencia, Spanien (Vorstand)

GfK Marketing Services Eastern Europe Holding spol. Z o.o., Warschau, Polen

GfK Marketing Services España, S.A., Valencia, Spanien

GfK Marketing Services France SAS, Rueil-Malmaison, Frankreich (Vorstand)

GfK Marketing Services Italia S.r.l., Mailand, Italien

GfK Marketing Services Ltd., West Byfleet/Surrey, Großbritannien

GfK-Memrb Marketing Services FZ-LLC, Dubai, Vereinigte Arabische Emirate

GfK-MEMRB Marketing Services Limited, Nicosia, Zypern

GfK NPD MEMRB Marketing Services Worldwide B.V., Amstelveen, Niederlande

GfK Stratégie et développement Groupement d'intérêt Economique, Rueil-Malmaison, Frankreich

GfK (U.K.) Ltd. West Byfleet/Surrey, Großbritannien

IFR France S.A., Viroflay, Frankreich

Institut Francais de Recherche-I.F.R. S.A., Viroflay, Frankreich

***Wilhelm R. Wessels***

Verantwortlich für die Geschäftsbereiche Consumer Tracking und Media sowie HealthCare

Mandate in anderen Aufsichtsräten und vergleichbaren Kontrollgremien:

Research Matters AG, Basel, Schweiz (stellvertr. Vorsitzender)

konzernintern:

GfK Danmark A/S, Frederiksberg, Dänemark (Vorsitzender)

GfK Eurisko S.r.l., Mailand, Italien

GfK Marketing Services Italia S.r.l., Mailand, Italien

GfK Martin Hamblin Limited, London, Großbritannien  
GfK Norge A/S, Oslo, Norwegen (Vorsitzender)  
GfK Panelservices Benelux Holding B.V., Dongen, Niederlande  
GfK Sverige AB, Lund, Schweden  
GfK US HealthCare Companies LP, East Hanover, USA  
GfK V2 LLC, Blue Bell, Pennsylvania, USA  
IHA-GfK AG, Hergiswil, Schweiz  
IHA Italia S.p.A., Mailand, Italien  
Liechti AG, Kriegstetten, Schweiz  
Mediamark Research Inc., New York, USA  
Modata AG, Hergiswil, Schweiz  
Telecontrol AG, Hergiswil, Schweiz

### **Unternehmensverträge**

Mit den folgenden Gesellschaften bestehen Beherrschungs- und Gewinnabführungsverträge:

ENCODEX International GmbH, Nürnberg,  
ENIGMA GfK Medien- und Marketingforschung GmbH, Wiesbaden,  
GfK Dritte Vermögensverwaltungs GmbH, Nürnberg,  
GfK MACON GmbH, Waghäusel,  
GfK Non-Food Tracking Holding GmbH, Nürnberg,  
GfK North America Holding GmbH, Nürnberg,  
GfK North America Investment GmbH, Nürnberg,  
GfK US Custom Research Holding GmbH, Nürnberg,  
GfK U.S. Equity GmbH, Nürnberg,  
GPI Kommunikationsforschung Gesellschaft für Pharma-  
Informationssysteme mbH, Nürnberg.

### **Honorar für Dienstleistungen des Abschlussprüfers**

Als Aufwand für das Honorar des Abschlussprüfers der GfK Aktiengesellschaft, Nürnberg, wurden TEUR 730 in 2005 gebucht. Das Honorar umfasst die Prüfung des Jahresabschlusses nach HGB, des Konzernpackages nach IFRS sowie des Konzernabschlusses der GfK Aktiengesellschaft, Nürnberg, nach IFRS. Darüber hinaus beinhaltet das Honorar die vom Abschlussprüfer geprüften Tochterunternehmen nach HGB sowie die IFRS-Packages.

Für steuerliche Beratung des Abschlussprüfers wurden TEUR 260 und für Sonstige Leistungen des Abschlussprüfers, insbesondere im Zusammenhang mit der Akquisition der NOP-Gruppe, TEUR 1.440 aufgewendet.

### Erklärung zum Corporate Governance Kodex

Die nach § 161 des Aktiengesetzes vorgeschriebene Erklärung wurde vom Vorstand und Aufsichtsrat abgegeben und den Aktionären dauerhaft zugänglich gemacht.

### Beschlussfassung über die Verwendung des Bilanzgewinns

Vorstand und Aufsichtsrat schlagen der Hauptversammlung der GfK Aktiengesellschaft vor, den Bilanzgewinn 2005 wie folgt zu verwenden:

Verteilung einer Dividende von EUR 0,33 je  
Stückaktie auf das in 35.047.692 Stückaktien  
eingeteilte Grundkapital von EUR 148.916.915,12

	EUR	11.565.738,36
Gewinnvortrag	EUR	38.450.233,96
Bilanzgewinn	EUR	50.015.972,32

Nürnberg, den 29. März 2006

GfK Aktiengesellschaft

### Der Vorstand

Prof. Dr. Klaus L. Wübbenhorst

Christian Weller von Ahlefeld

Petra Heinlein

Dr. Gérard Hermet

Wilhelm R. Wessels

## BESTÄTIGUNGSVERMERK DES ABSCHLUSSPRÜFERS

Wir haben den Jahresabschluss --bestehend aus Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung sowie Anhang-- unter Einbeziehung der Buchführung und den Lagebericht der GfK Aktiengesellschaft, Nürnberg, für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2005 bis 31. Dezember 2005 geprüft. Die Buchführung und die Aufstellung von Jahresabschluss und Lagebericht nach den deutschen handelsrechtlichen Vorschriften und den ergänzenden Bestimmungen der Satzung liegen in der Verantwortung des Vorstands der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über den Jahresabschluss unter Einbeziehung der Buchführung und über den Lagebericht abzugeben.

Wir haben unsere Jahresabschlussprüfung nach § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung vorgenommen. Danach ist die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass Unrichtigkeiten und Verstöße, die sich auf die Darstellung des durch den Jahresabschluss unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung und durch den Lagebericht vermittelten Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage wesentlich auswirken, mit hinreichender Sicherheit erkannt werden. Bei der Festlegung der Prüfungshandlungen werden die Kenntnisse über die Geschäftstätigkeit und über das wirtschaftliche und rechtliche Umfeld der Gesellschaft sowie die Erwartungen über mögliche Fehler berücksichtigt. Im Rahmen der Prüfung werden die Wirksamkeit des rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystems sowie Nachweise für die Angaben in Buchführung, Jahresabschluss und Lagebericht überwiegend auf der Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung umfasst die Beurteilung der angewandten Bilanzierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen des Vorstands sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Jahresabschlusses und des Lageberichts. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Unsere Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt.

Nach unserer Beurteilung auf Grund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse entspricht der Jahresabschluss den gesetzlichen Vorschriften und den ergänzenden Bestimmungen der Satzung und vermittelt unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft. Der Lagebericht steht in Einklang mit dem Jahresabschluss, vermittelt insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage der Gesellschaft und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar.

Nürnberg, den 13. April 2006

KPMG Deutsche Treuhand-Gesellschaft  
Aktiengesellschaft  
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Kozikowski	Renner
Wirtschaftsprüfer	Wirtschaftsprüfer

## SONSTIGE INFORMATIONEN

Glossar finanztechnischer Begriffe	74
Abkürzungsverzeichnis der in Lagebericht und Jahresabschluss erwähnten GfK-Unternehmen	76
Voraussichtliche Finanztermine	78
Kontakt	79

# GLOSSAR FINANZTECHNISCHER BEGRIFFE

## **Anlagevermögen**

Vermögensgegenstände, die dazu bestimmt sind, dauernd dem Geschäftsbetrieb zu dienen.

## **Beteiligungsergebnis**

Enthält die folgenden Positionen: Erträge aus Beteiligungen, Erträge aus assoziierten und verbundenen Unternehmen, Erträge aus Gewinnübernahme, Aufwendungen aus Verlustübernahme.

## **Betriebsergebnis – Finanzbuchhaltung**

-> Gesamtertrag abzüglich -> Gesamtaufwand.

## **Cashflow**

Zahlungswirksamer Saldo aus Mittelzufluss und -abfluss.

## **Eigenkapitalquote**

Bilanzielles Eigenkapital im Verhältnis zur Bilanzsumme. Je höher die Kennzahl, desto geringer der Verschuldungsgrad.

## **Gesamtertrag**

Summe aus -> Gesamtleistung und -> Sonstigen betrieblichen Erträgen.

## **Gesamtkostenverfahren**

Form der Ergebnisrechnung, bei der die gesamte betriebliche Leistung der Periode dargestellt wird. Die -> Gesamtleistung inklusive Bestandsveränderung wird den Gesamtkosten gegenübergestellt. Gegensatz: Umsatzkostenverfahren. Hier wird nur die am Markt realisierte Leistung abgebildet. Beide Verfahren führen zum selben Periodenergebnis.

## **Gesamtleistung**

Umsatz minus Erlösschmälerungen zuzüglich/ abzüglich Bestandsveränderungen zuzüglich andere aktivierte Eigenleistungen, bei deren Bewertung Vertriebskosten nicht aktiviert und Drohverluste berücksichtigt werden.

## **Geschäfts- oder Firmenwert**

Immaterielles Wirtschaftsgut, das bei der Verschmelzung einer Gesellschaft den Wert der bestehenden Organisation, deren Image, Kundenstamm usw. darstellt.

## **IFRS**

Die International Financial Reporting Standards (IFRS) sind die vom IASB entwickelten und herausgegebenen Rechnungslegungsstandards. Neben den eigentlichen IFRS werden unter dem Begriff der IFRS auch die noch gültigen IAS sowie die Interpretationen des IFRIC und der SIC subsumiert.

## **Mehrheitsbeteiligungen**

-> Verbundene Unternehmen

## **Minderheitsbeteiligungen**

Die Beteiligungsquote liegt unter 50 Prozent.

## **Mitarbeiter**

Mitarbeiter in vertraglich festgelegtem Arbeitsverhältnis, der nicht freiberuflich beauftragt wurde, sich nicht in Mutterschutz befindet, nicht langzeitkrank ist und keinen Pflichtdienst leistet. Aushilfen, Praktikanten und Interviewer sind ausgeschlossen.

## **Operatives Ergebnis**

-> Betriebsergebnis

## **Sonstige betriebliche Aufwendungen**

Aufwendungen im Rahmen der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit, ohne Kosten für bezogene Leistungen, Personalaufwand, Abschreibungsaufwand, außerordentlichen Aufwand, Finanz- und Steueraufwand. Beispiele dafür sind Verluste aus Anlagenabgängen, Mieten und Frachten sowie Währungskursverluste.

## **Sonstige betriebliche Erträge**

Erträge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit, ohne Umsatz, Bestandserhöhung, außerordentlichen Ertrag und Finanzertrag. Beispiele dafür sind Gewinne aus Anlagevermögen, Auflösung von Rückstellungen.

## **Stock-Options-Programm**

Erfolgsbeteiligung für Führungskräfte, bei der diese auf variable Gehaltsbestandteile verzichten und stattdessen Optionen erhalten. Optionen können frühestens nach zwei Jahren innerhalb festgelegter Fristen ausgeübt werden. Voraussetzung für den Erhalt der Optionen ist, dass die Berechtigten individuelle vereinbarte Ziele erreichen.

## **Umlaufvermögen**

Vermögensgegenstände, die dazu bestimmt sind, kurzfristig dem Geschäftsbetrieb zu dienen.

## **US-GAAP**

Abkürzung für „United States Generally Accepted Accounting Principles“. Nationale Rechnungslegungsgrundsätze der USA.

**Verbundene Unternehmen**

Unternehmen, an denen die Muttergesellschaft die Mehrheit der Stimmrechte und in der Regel die Kapitalmehrheit besitzt. Synonym für Mehrheitsbeteiligungen.

**Zinsergebnis**

Zinsertrag abzüglich Zinsaufwand. Enthalten sind Zinserträge und –aufwendungen aus Bankguthaben und –verbindlichkeiten, Ausleihungen, Wertpapieren, Leasingverbindlichkeiten und anderen Forderungen und Verbindlichkeiten sowie Kreditbeschaffungskosten.

# ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS DER IN LAGEBERICHT UND JAHRESABSCHLUSS ERWÄHNTEN GfK-UNTERNEHMEN

**Allison Fisher International, USA**

GfK Automotive LLC (vorher Allison-Fisher International LLC)

**Caribou Lake Software, USA**

Caribou Lake Software, LLC

**GfK AG, Deutschland**

GfK Aktiengesellschaft

**GfK Arbor, USA**

GfK Arbor, LLC

**GfK Audits and Surveys, USA**

ASW Delaware, LLC

**GfK Automotive, USA**

GfK Automotive, LLC (vorher Allison-Fisher International LLC)

**GfK Business Solutions & Processing, Deutschland**

GfK Data Services GmbH, Bereich GfK Business Solutions & Processing

**GfK CRI, USA**

GfK Custom Research Inc.

**GfK CBI, Italien**

GfK Consumer and Business Information Italy S.p.A.

**GfK Data Services, Deutschland**

GfK Data Services GmbH

**GfK Eurisko, Italien**

GfK Eurisko S.r.l. (vorher Eurisko S.r.l.)

**GfK Group Services, Deutschland**

GfK Aktiengesellschaft, Bereich GfK Group Services

**GfK HealthCare, Deutschland**

GfK Aktiengesellschaft, Bereich HealthCare

**GfK HealthCare Asia, Singapur**

GfK HealthCare Asia Pte Ltd.

**GfK IHA Italia, Italien**

IHA Italia S.p.A.

**GfK Market Measures, USA**

GfK U.S. Healthcare Companies LP (vorher NOP World Health L.P.)

**GfK Marketing Services, Großbritannien**

GfK Marketing Services Ltd.

**GfK Marketing Services Italia, Italien**

GfK Marketing Services Italia S.r.l.

**GfK Martin Hamblin, Großbritannien**

GfK Martin Hamblin Limited

GfK Martin Hamblin Inc. (USA)

**GfK Media, Großbritannien**

GfK Media Ltd.

**GfK NOP Custom Research, USA**

GfK NOP, LLC Bereich Custom Research (vorher RoperASW LLC)

**GfK NOP, Großbritannien****GfK NOP, UK**

GfK NOP Limited, Bereich Custom Research

**GfK Panel Services, Deutschland**

GfK Panelservices Deutschland GmbH

**GfK Strategic Marketing, USA**

GfK U.S. Healthcare Companies LP (vorher NOP World Health L.P.)

**GfK Sverige, Schweden**

GfK Sverige Aktiebolag

**GfK US Healthcare Companies, USA**

GfK U.S. Healthcare Companies LP (vorher NOP World Health L.P.)

GfK US Holding

GfK US Holdings, Inc. (vorher GfK Americas, Inc., davor NOP World Inc.)

**GfK V2, USA**

GfK V2, LLC

**Mediamark Research, USA**

Mediamark Research Inc.

**NOP World****Hauptunternehmen:**

AFI Holdings LLC, USA

AFI Investments Ltd., Großbritannien

ASW Delaware LLC, USA

ASW Investments, Inc., USA

Barterstore Ltd., Großbritannien

Dealtalk Ltd., Großbritannien

E. Friedman Marketing Services, Inc., USA

GfK Automotive, LLC, USA

GfK NOP, LLC, USA

GfK NOP Field Interviewing Services Ltd., Großbritannien

GfK NOP Mystery Shopping Services Ltd., Großbritannien

GfK NOP Services Ltd., Großbritannien

GfK NOP Telephone Interviewing Services Ltd., Großbritannien

Interactive Research Ltd., Großbritannien

MIL Research Group Ltd., Großbritannien

National Opinion Polls Ltd., Großbritannien

NOP Automotive, Inc., USA

NOP World Ltd., Großbritannien

Numbers Data Processing Ltd., Großbritannien

Numbers (Holdings) Ltd., Großbritannien

Numbers Market Research Ltd., Großbritannien

RoperASW Europe Ltd., Großbritannien

Roper Starch Worldwide, LLC, USA

## VORAUSSICHTLICHE FINANZTERMINE

### **02. MAI 2006**

Bilanzpressekonferenz, Nürnberg

### **02. MAI 2006**

Analystenkonferenz, Frankfurt am Main

### **15. MAI 2006**

Quartalsbericht zum 31. März<sup>1)</sup>

### **29. JUNI 2006**

Hauptversammlung, Fürth

### **14. AUGUST 2006**

Halbjahresbericht zum 30. Juni<sup>1)</sup>

### **14. NOVEMBER 2006**

Neunmonatsbericht zum 30. September<sup>1)</sup>

### **28. FEBRUAR 2007**

Vorläufiges Ergebnis für das Geschäftsjahr 2006<sup>1)</sup>

### **04. APRIL 2007**

Bilanzpressekonferenz, Nürnberg

### **04. APRIL 2007**

Analystenkonferenz, Frankfurt am Main

### **15. MAI 2007**

Quartalsbericht zum 31. März<sup>1)</sup>

### **23. MAI 2007**

Hauptversammlung

### **14. AUGUST 2007**

Halbjahresbericht zum 30. Juni<sup>1)</sup>

### **14. NOVEMBER 2007**

Neunmonatsbericht zum 30. September<sup>1)</sup>

<sup>1)</sup> Die Veröffentlichung erfolgt voraussichtlich vor Börsenbeginn

## KONTAKT

### Herausgeber

GfK Aktiengesellschaft

Nordwestring 101

90319 Nürnberg

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

### **GfK PUBLIC AFFAIRS AND COMMUNICATIONS**

Dr. Ulrike Schöneberg

Fon +49-911 –395-2645

Fax +49-911 –395-4041

[public.affairs@gfk.com](mailto:public.affairs@gfk.com)

### **GfK INVESTOR RELATIONS**

Bernhard Wolf

Fon +49-911 –395-2012

Fax +49-911 –395-4075

[investor.relations@gfk.com](mailto:investor.relations@gfk.com)

**GFK GRUPPE**  
**PUBLIC AFFAIRS AND COMMUNICATIONS**  
Dr. Ulrike Schöneberg  
Fon +49-911 –395-2645  
Fax +49-911 –395-4041  
[public.affairs@gfk.com](mailto:public.affairs@gfk.com)

**GFK GRUPPE**  
**INVESTOR RELATIONS**  
Bernhard Wolf  
Fon +49-911 –395-2012  
Fax +49-911 –395-4075  
[investor.relations@gfk.com](mailto:investor.relations@gfk.com)