



Bericht für das
erste Quartal 2014

DIGITAL

TRUST

PLATFORMS

DIE GfK GRUPPE AUF EINEN BLICK

2

GfK steht für zuverlässige und relevante Markt- und Verbraucherinformationen. Durch sie hilft das Marktforschungsunternehmen seinen Kunden, die richtigen Entscheidungen zu treffen. GfK verfügt über 80 Jahre Erfahrung im Erheben und Auswerten von Daten. Rund 13.000 Experten vereinen globales Wissen mit Analysen lokaler Märkte in mehr als 100 Ländern. Mithilfe innovativer Technologien und wissenschaftlicher Verfahren macht GfK aus großen Datenmengen intelligente Informationen. Dadurch gelingt es den Kunden von GfK, ihre Wettbewerbsfähigkeit zu steigern und das Leben der Verbraucher zu bereichern.

in Millionen Euro ²⁾	1. Quartal		Veränderung in %	2013	2013 ²⁾
	2013	2014			
Ertragslage					
Umsatz	347,9	334,9	- 3,7	1.494,8	1.494,8
Bruttoergebnis vom Umsatz	98,9	99,4	0,5	486,8	486,8
EBITDA	32,2	34,6	7,5	225,4	225,4
Angepasstes operatives Ergebnis	23,0	23,6	2,7	190,4	190,4
Marge in % ³⁾	6,6	7,0		12,7	12,7
Operatives Ergebnis	18,5	19,3	4,5	26,5	141,1
EBIT	18,8	20,2	7,2	28,9	143,5
Konzernergebnis	8,8	10,0	13,3	- 41,3	72,5
Unverwässertes Ergebnis je Aktie (EUR)	0,17	0,19	11,8	- 1,48	1,66
Investitionen und Finanzierung					
Cashflow aus lfd. Geschäftstätigkeit	9,5	18,3	92,7	164,0	
Cashflow aus der Investitionstätigkeit	- 41,8	- 13,8	- 67,0	- 117,5	
Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit	73,5	- 3,1	- 104,2	- 31,5	
Freier Cashflow nach Akquisitionen, sonst. Investitionen und Anlagenabgängen	- 32,3	4,5	113,9	46,6	

	31.12.2013	31.03.2014	Veränderung zum 31.12. in %	31.03.2013	31.03.2014	Veränderung zum 31.03. in %
Vermögenslage						
Bilanzsumme	1.696,4	1.708,0	0,7	1.904,4	1.708,0	- 10,3
Eigenkapital	663,7	672,7	1,3	785,5	672,7	- 14,4
Eigenkapitalquote in %	39,1	39,4		41,3	39,4	
Liquidität ⁴⁾	72,0	71,8	- 0,3	108,6	71,8	- 33,9
Nettoverschuldung ⁵⁾	427,5	429,0	- 0,3	476,5	429,0	- 10,0
Mitarbeiter						
Anzahl Mitarbeiter	12.940	13.133	1,5	12.881	13.133	2,0
Anteil Mitarbeiter im Ausland in %	83,1	83,3		83,2	83,3	

1) Rundungsdifferenzen möglich

2) Ohne Berücksichtigung des Goodwill-Impairments in Höhe von 114,6 Millionen Euro

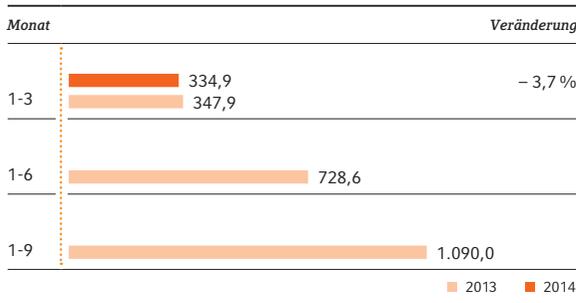
3) Angepasstes operatives Ergebnis zum Umsatz

4) Liquide Mittel zuzüglich kurzfristige Wertpapiere und Festgelder

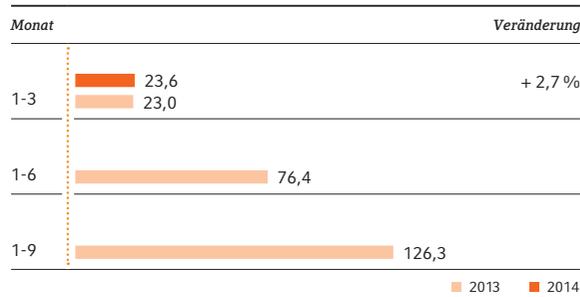
5) Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten zuzüglich Pensionsverpflichtungen, Leasingverbindlichkeiten und anderen verzinlichen Verbindlichkeiten abzüglich liquider Mittel und kurzfristiger Wertpapiere und Festgelder

ZAHLEN ZUM GESCHÄFTSVERLAUF DER GfK GRUPPE

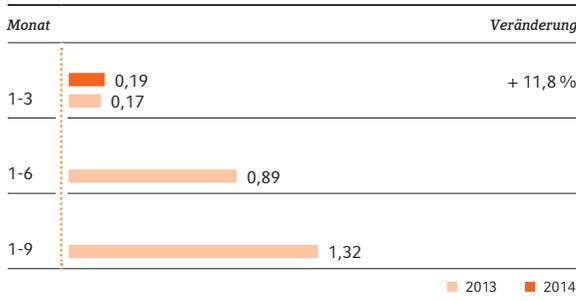
UMSATZ IN MILLIONEN EURO



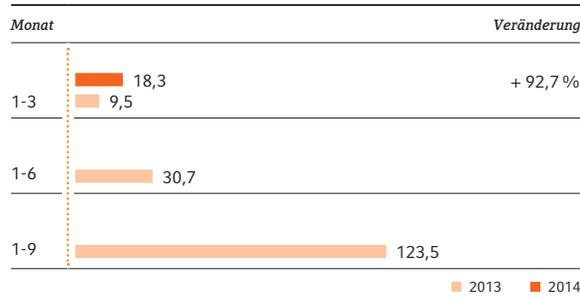
ANGEPASSTES OPERATIVES ERGEBNIS IN MILLIONEN EURO



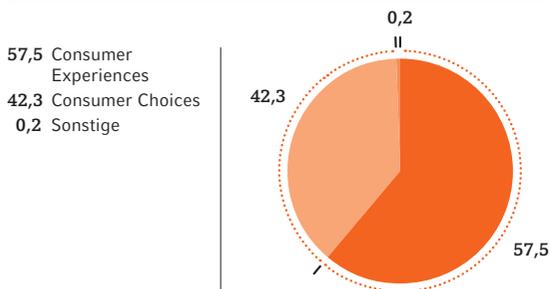
ERGEBNIS JE AKTIE IN EURO



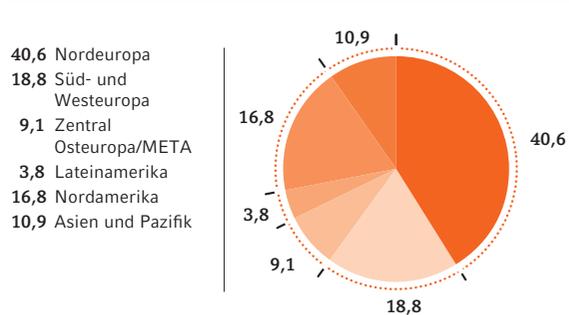
CASHFLOW AUS LAUFENDER GESCHÄFTSTÄTIGKEIT IN MILLIONEN EURO



ANTEILE DER SEKTOREN AM UMSATZ in Prozent¹⁾



ANTEILE DER REGIONEN AM UMSATZ in Prozent¹⁾



1) Rundungsdifferenzen möglich

1) Rundungsdifferenzen möglich

DIE SEKTOREN AUF EINEN BLICK

4

CONSUMER EXPERIENCES

Der Sektor Consumer Experiences beschäftigt sich mit Verhalten, Wahrnehmungen und Einstellungen der Verbraucher und beantwortet die Fragen wer, warum und wie konsumiert. Dies wird mit kreativen und flexiblen Methoden erforscht. Hier entwickelt GfK wegbereitende neue Verfahren, um zu verstehen, wie Verbraucher Marken und Services erleben.

<i>in Millionen Euro</i>	<i>1. Quartal</i>		<i>Veränderung in %</i>
	<i>2013</i>	<i>2014</i>	
Umsatz	206,8	192,5	- 6,9
Angepasstes operatives Ergebnis	2,4	4,4	82,5
Marge in % ¹⁾	1,2	2,3	

Zahlen aus dem Management-Informationssystem – gerundet
1) Angepasstes operatives Ergebnis zum Umsatz

CONSUMER CHOICES

Der Sektor Consumer Choices untersucht, was, wann und wo konsumiert wird. Hier liegt der Schwerpunkt auf der kontinuierlichen Messung von Marktgrößen und -trends. Dabei werden alle wesentlichen Handelskanäle inklusive der digitalen Absatz- und Informationswege sowie Medien analysiert.

<i>in Millionen Euro</i>	<i>1. Quartal</i>		<i>Veränderung in %</i>
	<i>2013</i>	<i>2014</i>	
Umsatz	139,8	141,6	1,3
Angepasstes operatives Ergebnis	23,0	23,9	3,8
Marge in % ¹⁾	16,5	16,9	

Zahlen aus dem Management-Informationssystem – gerundet
1) Angepasstes operatives Ergebnis zum Umsatz

INHALTSVERZEICHNIS

Aktionärsbrief	6
Entwicklung der GfK-Aktie	7
Zwischenlagebericht	8
1. Gesamtwirtschaftliche Lage	9
2. Wirtschaftliche und finanzielle Entwicklung der GfK Gruppe	9
3. Cashflow und Investitionen	10
4. Vermögens- und Finanzstruktur	10
5. Entwicklung der Sektoren	11
6. Entwicklung der Regionen	12
7. „Own the Future“ – Implementierung der neuen Geschäftsstrategie schreitet voran	13
8. Mitarbeiter	14
9. Forschung und Entwicklung	14
10. Organisation und Verwaltung	14
11. Veränderungen der Beteiligungen im ersten Quartal 2014	14
12. Wichtige Ereignisse nach dem Stichtag 31. März 2014	15
13. Chancen- und Risikolage	15
14. Ausblick	15
Konzernabschluss	16
Konzernanhang	24
Sonstige Informationen	26

AKTIONÄRSBRIEF

Sehr geehrte Damen und Herren,

6



:

MATTHIAS HARTMANN

VORSTANDSVORSITZENDER
DER GfK SE

GfK hat in den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres 2014 alle Ergebnisgrößen gegenüber dem Vorjahr deutlich verbessert, wir sind aber noch nicht am Ziel. 2014 ist ein Jahr, in dem wir die Transformation des Unternehmens hin zu mehr globaler Integration und Digitalisierung in großen Teilen abschließen wollen. Dieser Konzernumbau führt besonders im Sektor Consumer Experiences zu einer Neuausrichtung der Angebotspalette hin zu innovativen, globalen und höherwertigen Produkten und führt gleichzeitig dazu, dass wir in wenig differenzierten Produktbereichen einen zeitlich begrenzten Umsatzrückgang akzeptieren. Zum Jahresende sollen die wichtigsten Transformationsprozesse abgeschlossen sein. Auf dieser Grundlage wollen wir dann auch im Sektor Consumer Experiences wieder wachsen.

Zufrieden sind wir mit der Entwicklung der Ergebnisgrößen. Unsere Zielgröße, die Marge des angepassten operativen Ergebnisses, ist von 6,6 Prozent auf 7 Prozent angestiegen. Bei den anderen Vergleichsgrößen hat sich GfK noch besser entwickelt. Das EBITDA hat sich in den letzten 4 Quartalen kontinuierlich verbessert und die EBITDA Marge liegt jetzt bei 10,3 Prozent. Das Konzernergebnis liegt nach drei Monaten bei 10,0 Millionen EUR, was einer Verbesserung zum Vorjahresquartal von 13,3 Prozent entspricht. GfK ist aber auch erfolgreich darin, aus dem Ergebnis einen hohen Cash-Flow zu generieren. Der Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit hat sich mit einem Plus von 8,8 Millionen EUR gegenüber dem Vorjahr fast verdoppelt. Damit konnten wir wiederum unsere Erhaltungs- und Ersatzinvestitionen finanzieren und Verbindlichkeiten reduzieren. Gemeinsam mit einer Eigenkapitalquote von 39,4 Prozent verfügt die GfK so über eine solide Finanzkraft. Belastend haben sich im ersten Quartal die Wechselkurse entwickelt. Die Euro-Stärke

eliminiert in vielen Regionen unsere hohen Wachstumsraten. Besonders die Währungen der Länder Nordamerika, Russland, Japan und Brasilien litten unter der Abwertung in der Berichtsperiode. Mit Ausnahme Nordamerikas gehören diese Länder zu den Regionen, in denen GfK traditionell mit zweistelligen Wachstumsraten Marktanteile gewinnt. Hinsichtlich der Marge kann GfK diese Schwankungen durch das globale Geschäftsmodell weitestgehend ausgleichen, indem Investitionen und Erlöse in der jeweiligen Landeswährung getätigt werden.

Die Ergebnisentwicklung der beiden Sektoren war sehr erfreulich, die Umsatzentwicklung fiel jedoch unterschiedlich aus.

Der Sektor Consumer Choices hat seine sehr gute Marge von 16,5 Prozent auf 16,9 Prozent weiter steigern können und das Geschäft organisch um 4,2 Prozent ausgebaut. Der Sektor ist hervorragend aufgestellt und gewinnt als Marktführer kontinuierlich internationale Aufträge. Im Bereich Audience Measurement haben wir erste Umsätze im Rahmen des Auftrags zur Messung der Radioeinschaltquoten in Australien realisiert. In Saudi Arabien wurde im Januar ein großer Auftrag zur Fernsehforschung mit einer zunächst fünfjährigen Laufzeit gewonnen. In Brasilien, wo Ende des vergangenen Jahres ebenfalls ein großer Fernsehforschungsauftrag gewonnen worden war, hat der Aufbau des Panels begonnen; die Lieferung von Daten soll im Laufe des Jahres 2015 beginnen. Der Service GfK Mobile Insights wird in den ersten Ländern angeboten. Die drei ersten Kunden in Großbritannien stammen aus sehr verschiedenen Branchen, was die zukünftige Breite und Skalierbarkeit dieses neuen Angebots deutlich macht. Das sind wichtige Entwicklungen, die das Geschäftspotential des Sektors aufzeigen.

Exakt in diese Richtung entwickeln wir unser zweites Geschäftsfeld Consumer Experiences. Auch hier zeigen sich Erfolge. Die Ergebnismarge hat sich von 1,2 Prozent auf 2,3 Prozent fast verdoppelt. Jedoch hat der Sektor seinen Umsatz organisch um 3,8 Prozent verringert. Seit Jahresbeginn hat sich die Ausgangsbasis wieder verbessert und der Auftragseingang ist in fast allen Regionen angestiegen. Für uns steht in diesem Jahr die Verbesserung der Ergebnismarge im Vordergrund, auch wenn diese durch fortlaufende Aufwendungen für die Neuausrichtung weiter belastet wird.

Die Auftragsituation der GfK Gruppe ist weiterhin sehr zufriedenstellend, waren doch Ende März bereits 59,1 Prozent des zum Erreichen der Prognose erforderlichen Jahresumsatzes verbucht. Ende Januar lag der Wert noch bei 42 Prozent.

Für uns ist erste Priorität, GfK heute auf das digitale und globale Geschäft auszurichten. Dabei schaffen wir auch in diesem Jahr noch die Grundlagen für eine Verbesserung der Ertragskraft des Unternehmens. Im Sektor Consumer Experiences priorisieren wir dieses Jahr das Ergebnis- vor dem Umsatzwachstum. Zum Jahresbeginn haben wir unsere strategische „Roadmap“ mit 15 Kernprojekten zum weiteren Konzernumbau angekündigt. Mit ihr wollen wir den Fokus auf die digitale Expertise unseres Unternehmens potenzieren und durch die verstärkte Harmonisierung und Abstimmung unserer Systeme und Prozesse intern unser Ziel „One GfK“ erreichen.

Denn wie jeder grössere Transformationsprozess bindet die Neuausrichtung Ressourcen und verlangt unseren Mitarbeitern zusätzliche Kraft ab. Aber wir sehen jetzt die ersten Erfolge und werden alles dafür tun, damit wir alle am Jahresende sagen können: Ja, es hat sich gelohnt. Wir formen eine zukunftssichere GfK, die den neuen Anforderungen einer zunehmend digitalen und globalen Wirtschaft in neues Geschäft umsetzt.

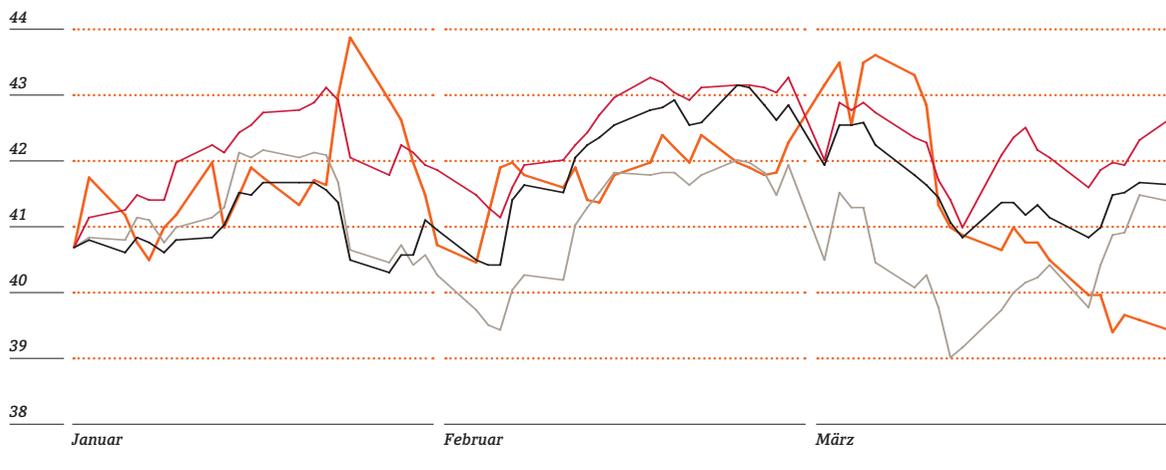
Ich setze darauf, dass Sie auch weiterhin diesen Weg gemeinsam mit uns gehen werden.

Ihr

MATTHIAS HARTMANN

ENTWICKLUNG DER GfK-AKTIE

KURSENTWICKLUNG DER GfK-AKTIE VOM 1. JANUAR 2014 BIS ZUM 31. MÄRZ 2014¹⁾



¹⁾ Alle Werte sind auf den Kurs der GfK-Aktie indiziert, Schlusskurse, in Euro
 ● GfK ● DAX 30 Performance ● SDAX Performance ● Dow Jones Euro Stoxx Media

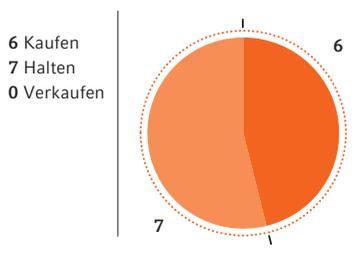
In das Jahr 2014 startete die Aktie der GfK mit einem Kurs von 40,70 Euro. Dieser erreichte Ende Januar 43,86 Euro den Höchststand der Periode und bewegte sich anschließend weitgehend parallel zum SDAX. Während des März konnte die Aktie Ihr Niveau nicht halten und beendete das Quartal mit 39,43 Euro, drei Prozent unter dem Wert zum Jahresbeginn. Über das Quartal insgesamt blieb die Entwicklung der GfK-Aktie damit hinter dem Vergleichsindex (SDAX) zurück, der während dieses Zeitraums um fünf Prozent zulegen konnte.

Das durchschnittliche Handelsvolumen der GfK-Aktie lag mit 7.555 Stück pro Tag unter dem Vorjahresvolumen von 9.333.

Im ersten Quartal 2014 fand traditionell in Frankfurt am Main der GfK Capital Market Day, mittlerweile zum siebten Mal, statt. Wieder nutzten mehr als 30 Analysten und institutionelle Investoren aus Deutschland, Frankreich und Großbritannien im Januar die Gelegenheit zu Gesprächen mit den GfK-Vorständen. GfK wird von nationalen und internationalen Finanzanalysten beobachtet. Ende März bewerteten 13 Analysten die GfK-Aktie. Davon empfehlen sie sechs zum Kauf, sieben weitere stuften sie mit „Halten“ ein.

Der Anteil der frei handelbaren Wertpapiere lag Ende März bei 43,9 Prozent. Zu diesem Zeitpunkt befanden sich 0,02 Prozent der Aktien im Besitz von Vorstand und Aufsichtsrat der GfK; 38,49 Prozent wurden von institutionellen Investoren und 5,34 Prozent von privaten Investoren gehalten.

ANALYSTENEMPFEHLUNGEN ZUM 31.03.2014



GfK-Aktie ¹⁾		2013	Q1 2014
Anzahl Aktien	Tsd Stück	36.504	36.504
Marktkapitalisierung	Mio EUR	1.470	1.439
Höchst-/Tiefstkurs	EUR	44,80/35,90	43,86/39,43
Schlusskurs	EUR	40,30	39,43
unverwässertes Ergebnis je Aktie	EUR	1,66 ²⁾	0,19

¹⁾ Stichtagsbezogen

²⁾ Ohne Berücksichtigung des Goodwill-Impairments in Höhe von 114,6 Millionen Euro

GfK: ALLE ERGEBNISGRÖSSEN VERBESSERN SICH TROTZ UMSATZRÜCKGANG DEUTLICH

8

- Angepasstes operatives Ergebnis steigt um 2,7 Prozent, trotz gesunkenem Umsatz. Marge verbessert sich auf 7,0 Prozent (Vorjahr: 6,6 Prozent)
- Umsatz geht organisch um 0,7 Prozent zurück, Währungseffekte drücken Gesamtwachstum auf minus 3,7 Prozent
- Bereinigung des Produktangebotes wird sichtbar
- EBITDA steigt um 7,5 Prozent auf 34,6 Millionen Euro
- Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit deutlich verbessert auf 18,3 Millionen Euro (Vorjahr: 9,5 Millionen Euro)
- Jahresprognose bestätigt

Die GfK Gruppe hat im ersten Quartal des Geschäftsjahres 2014 das Ergebnis sowohl absolut als auch relativ verbessert und den Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit nahezu verdoppelt, obwohl der Umsatz um 3,7 Prozent auf 334,9 Millionen Euro zurück ging. Die Umsatzentwicklung wurde stark durch Währungseffekte von minus 3,1 Prozent beeinflusst, organisch ging der Umsatz leicht um 0,7 Prozent zurück. Ursächlich für den Umsatzrückgang war ausschließlich der Sektor Consumer Experiences, in welchem die Bereinigung des Produktportfolios zu einem Umsatzrückgang führte. Der Sektor Consumer Choices konnte organisch um 4,2 Prozent wachsen.

Die Regionen Lateinamerika, Asien/Pazifik und Zentral Osteuropa/META hatten zweistellige organische Wachstumsraten zu verzeichnen, denen aber jeweils hohe negative Währungseffekte entgegenstanden. In Europa und in Nordamerika war die Umsatzentwicklung dagegen rückläufig. Das angepasste operative Ergebnis der Gruppe stieg gegenüber dem Vorjahresquartal organisch um 9,3 Prozent. Währungseffekte hatten allerdings auch hier negative Auswirkungen, sodass das angepasste operative Ergebnis insgesamt nur um 2,7 Prozent auf 23,6 Millionen Euro stieg. Die Marge konnte von 6,6 Prozent im Vorjahr auf 7,0 Prozent verbessert werden. Das EBITDA wurde um 7,5 Prozent gesteigert, das Konzernergebnis noch deutlicher um 13,3 Prozent auf 10,0 Millionen Euro.

Ende März waren 59,1 Prozent des zum Erreichen der Prognose erforderlichen Jahresumsatzes verbucht oder im Auftragsbestand enthalten (Vorjahr: Fakturaabdeckung 56,6 Prozent).

ZWISCHENLAGEBERICHT

1. GESAMTWIRTSCHAFTLICHE LAGE

Obwohl die allmähliche Erholung der Weltwirtschaft weiterhin anhält, hat sich nach dem Monatsbericht der Europäischen Zentralbank dieser Trend seit Jahresbeginn etwas abgeschwächt. Insgesamt hat sich zumindest in den Industrieländern ein leichtes Wachstum gefestigt, während die Konjunktur in vielen Schwellenländern von wirtschaftlichen und geopolitischen Schwierigkeiten gebremst wird. Auch beeinträchtigen starke Wechselkursschwankungen die Entwicklung in verschiedenen Regionen.

2. WIRTSCHAFTLICHE UND FINANZIELLE ENTWICKLUNG DER GfK GRUPPE

Das Geschäft von GfK befindet sich in einer Phase der Neuausrichtung, die insbesondere den Sektor Consumer Experiences betrifft. Hier steht die Verbesserung des Ergebnisses und der Marge im Vordergrund, während der ergebnisstarke Sektor Consumer Choices weiterhin eine Wachstumsstrategie verfolgt. Auf diesem Weg war GfK im ersten Quartal 2014 erfolgreich. Entsprechend wurden Ergebnis und Marge bei einer leicht rückläufigen Umsatzentwicklung gesteigert.

Der **Umsatz** ging hauptsächlich aufgrund von Währungseffekten um 3,7 Prozent auf 334,9 Millionen Euro zurück. Organisch war ein Rückgang von 0,7 Prozent zu verzeichnen. Während der Umsatz des Sektors Consumer Experiences organisch um 3,8 Prozent rückläufig war, konnte der des Sektors Consumer Choices organisch um 4,2 Prozent gesteigert werden. Effekte aus Währungsentwicklungen waren mit minus 3,1 Prozent auf Gruppenebene deutlich. Sie resultieren vor allem aus der Abwertung verschiedener asiatischer und lateinamerikanischer Währungen, aber auch aus der Stärke des Euro gegenüber dem Dollar.

Das akquisitorische Wachstum hatte mit 0,1 Prozent nur untergeordnete Bedeutung.

GfK GRUPPE: KENNZAHLEN ZUR ENTWICKLUNG

<i>in Millionen Euro (gerundet)</i>	<i>1. Quartal 2013</i>	<i>1. Quartal 2014</i>	<i>Veränderung in %</i>
Umsatz	347,9	334,9	- 3,7
EBITDA	32,2	34,6	7,5
Angepasstes operatives Ergebnis	23,0	23,6	2,7
Marge in Prozent ¹⁾	6,6	7,0	
Operatives Ergebnis	18,5	19,3	4,5
EBIT	18,8	20,2	7,2
Sonstiges Finanzergebnis	- 5,1	- 4,6	8,7
Konzernergebnis	8,8	10,0	13,3
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	9,5	18,3	92,7
Unverwässertes Ergebnis je Aktie in Euro	0,17	0,19	11,8

1) Angepasstes operatives Ergebnis zum Umsatz

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

Das **angepasste operative Ergebnis** (im Folgenden: Ergebnis) stieg in den ersten drei Monaten um 2,7 Prozent auf 23,6 Millionen Euro (Erstes Quartal 2013: 23,0 Millionen Euro). Auch hier hatten Währungseffekte einen negativen Einfluss, das organische Ergebniswachstum betrug 9,3 Prozent. Zur Verbesserung trugen beide Sektoren bei. Mit dem Ergebnis stieg auch die **Marge** der Gruppe um 0,4 Prozentpunkte auf 7,0 Prozent.

Wie ihre Wettbewerber nutzt die GfK Gruppe das angepasste operative Ergebnis als Steuerungsgröße. Die Erläuterungen zur Geschäftsentwicklung anhand des angepassten operativen Ergebnisses erleichtern die Interpretation des Geschäftsverlaufs und erhöhen die Aussagefähigkeit im Vergleich zu anderen großen Marktforschungsunternehmen. Das angepasste operative Ergebnis wird ermittelt, indem sonstige Aufwendungen und Erträge, die die Beurteilung der operativen Ertragskraft erschweren, aus dem operativen Ergebnis eliminiert werden. Der Saldo dieser Aufwendungen und Erträge, die als hervorgehobene Posten bezeichnet werden, konnte gegenüber der Vorjahresperiode von minus 4,5 Millionen Euro auf minus 4,3 Millionen Euro gesenkt werden. Den größten Veränderungsbeitrag hatten auch hier Währungsumrechnungen.

Das **EBIT** verbesserte sich um 7,2 Prozent auf 20,2 Millionen Euro, das **EBITDA** um 7,5 Prozent auf 34,6 Millionen Euro. Dabei hat sich das verbesserte Beteiligungsergebnis positiv ausgewirkt.

ANGEPASSTES OPERATIVES ERGEBNIS¹⁾

<i>in Millionen Euro</i>	<i>1. Quartal 2013</i>	<i>1. Quartal 2014</i>
Operatives Ergebnis	18,5	19,3
Zu- und Abschreibungen auf aufgedeckte stille Reserven aus der Kaufpreisallokation	- 2,5	- 1,7
Erträge und Aufwendungen aus Unternehmenskäufen und Übernahmetransaktionen	- 0,1	0,0
Erträge und Aufwendungen aus Umstrukturierungs- und Optimierungsprojekten	- 1,8	- 1,4
Personalaufwendungen aus langfristigen aktienbasierten Prämiensystemen	- 0,7	- 0,3
Ergebnis aus der Währungsumrechnung	0,6	- 0,4
Aufwendungen und Erträge aus Einmaleffekten und anderen außergewöhnlichen Sachverhalten	0,0	- 0,6
Hervorgehobene Posten gesamt	- 4,5	- 4,3
Angepasstes operatives Ergebnis	23,0	23,6

1) Gerundet

Das **sonstige Finanzergebnis**, der Saldo aus sonstigen Finanzerträgen und sonstigen Finanzaufwendungen, betrug minus 4,6 Millionen Euro nach minus 5,1 Millionen Euro im ersten Quartal 2013.

Die **Steuerquote** betrug 35,4 Prozent und blieb damit auf Vorjahresniveau (Erstes Quartal 2013: 35,5 Prozent).

3. CASHFLOW UND INVESTITIONEN

Der **Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit** für die ersten drei Monate 2014 konnte deutlich verbessert werden und erreichte 18,3 Millionen Euro nach 9,5 Millionen Euro im ersten Quartal 2013. Das operative Working Capital konnte um 12,9 Millionen Euro verringert werden.

Die **Investitionen** in immaterielle Vermögenswerte betragen 6,1 Millionen Euro. Unter anderem infolge des abgeschlossenen Panellaufbaus in der Türkei und fertiggestellten Softwareprojekten wurden 2,3 Millionen Euro weniger Investitionen in immaterielle Vermögenswerte getätigt als in der Vergleichsperiode. Der begonnene Aufbau des Fernsehpanels in Brasilien wird sich erst ab dem zweiten Quartal in den Investitionen auswirken. Noch stärker zurückgegangen sind Akquisitionen, nach 27,6 Millionen Euro im ersten Quartal 2013 wurden nur 1,1 Millionen Euro ausgezahlt. Insgesamt verringerte sich damit der Mittelabfluss aus **Investitionstätigkeit** von 41,8 Millionen Euro auf 13,8 Millionen Euro.

Entsprechend verbesserte sich der **frei verfügbare Cashflow nach Akquisitionen, sonstigen Investitionen und Anlagenabgängen** von minus 32,3 Millionen Euro in der Vorjahresperiode auf plus 4,5 Millionen Euro.

Zum Ende März 2014 verfügte GfK über **liquide Mittel** in Höhe von 70,0 Millionen Euro. Diese sind gegenüber dem Vorjahrestichtag zurückgegangen, da Kredite abgelöst wurden (31. März 2013: 107,4 Millionen Euro). Die nicht in Anspruch genommenen Kreditlinien betragen Ende März 249,2 Millionen Euro (31. März 2013: 270,2 Millionen Euro).

4. VERMÖGENS- UND FINANZSTRUKTUR

Während der ersten drei Monate 2014 erhöhte sich die Bilanzsumme der GfK SE gegenüber dem Jahresende 2013 um 12 Millionen Euro auf 1.708 Millionen Euro.

Zum 31. März 2014 war das Eigenkapital vor allem aufgrund der Bildung von Gewinnrücklagen in Höhe von 7,0 Millionen Euro leicht auf 673 Millionen Euro gestiegen. (31. Dezember 2013: 664 Millionen Euro). Die Eigenkapitalquote stieg gegenüber dem Jahresende um 0,3 Prozentpunkte auf 39,4 Prozent. Das Grundkapital der GfK SE blieb mit 153 Millionen Euro konstant.

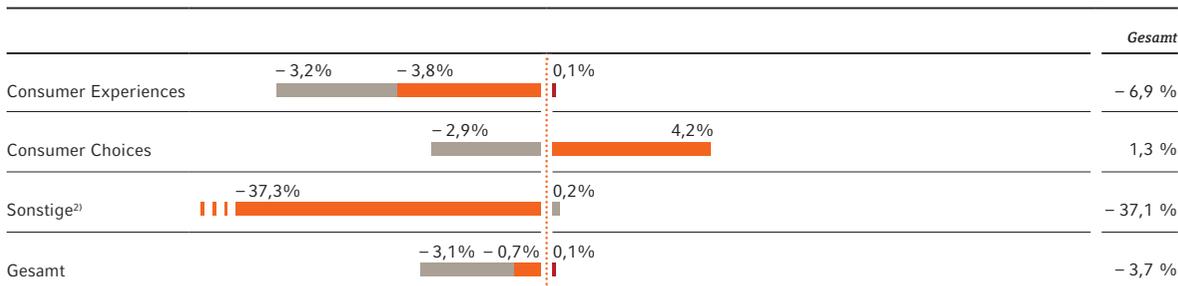
Am 31. März 2014 belief sich die **Nettoverschuldung** auf 429,0 Millionen Euro. Dies entspricht einer Steigerung gegenüber dem Jahresende 2013 um 1,5 Millionen Euro, ist aber eine deutliche Verbesserung gegenüber dem Vorjahreswert von 472,5 Millionen Euro zum 31. März 2013.

Zum 31. März 2014 betragen das Verhältnis der modifizierten Nettoverschuldung zum EBITDA 1,88 (31. März 2013: 2,57) und das Verhältnis des EBITDA zum modifizierten Zinsaufwand 11,50 (31. März 2013: 9,09). Gearing (Nettoverschuldung zu Eigenkapital) betrug zum 31. März 2014 63,8 nach 64,4 zum Ende 2013. Die mit den Banken vereinbarten Covenants werden weiterhin komfortabel eingehalten. Die Revolving Credit Facility über 200 Millionen Euro war zum 31. März nicht gezogen.

5. ENTWICKLUNG DER SEKTOREN

GfK führt das Geschäft in zwei Sektoren: Consumer Experiences und Consumer Choices.

STRUKTUR DES UMSATZWACHSTUMS IN DEN SEKTOREN¹⁾



1) Zahlen aus dem Management-Informationssystem – gerundet
2) Bereich Sonstige

● Währung ● Akquisitionen ● Organisch

Der Sektor Consumer Experiences beschäftigt sich mit Verhalten, Wahrnehmungen und Einstellungen der Verbraucher und beantwortet die Fragen wer, warum und wie konsumiert. Hier entwickelt GfK wegbereitende, komplexe Verfahren, um zu verstehen, wie Verbraucher Marken und Services erleben.

Der Sektor Consumer Choices untersucht, was, wann und wo konsumiert wird. Hier liegt der Schwerpunkt auf der kontinuierlichen Messung von Marktgrößen und -trends. Dabei werden alle wesentlichen Handelskanäle inklusive der digitalen Absatz- und Informationswege sowie Medien analysiert.

CONSUMER EXPERIENCES¹⁾

in Millionen Euro	1. Quartal		Veränderung in %
	2013	2014	
Umsatz	206,8	192,5	- 6,9
Angepasstes operatives Ergebnis	2,4	4,4	82,5
Marge in % ²⁾	1,2	2,3	

1) Zahlen aus dem Management-Informationssystem – gerundet
2) Angepasstes operatives Ergebnis zum Umsatz

Consumer Experiences: Der Umbau des Sektors mit Fokussierung auf Margenverbesserung schreitet wie geplant voran. Consumer Experiences ist es wieder gelungen, mit neu eingeführten Produkten und Technologien Geschäft zu erwerben. Mit GfK Echo, einer dynamischen Plattform zur Sammlung und Auswertung von Kundenfeedback, wurde ein Auftrag in mehreren Ländern gewonnen. Mit einer globalen Technologiefirma wurde ein Vertrag abgeschlossen zur Nutzung von GfK FuturePath, einem Werkzeug zum Identifizieren, Quantifizieren und Priorisieren von Marktchancen. Außerdem hat ein global agierender Konsumgüterhersteller eine Studie in Auftrag gegeben um das Konsumentenverhalten beim Einkauf über Mobiltelefone und Tablets zu verstehen. Dabei werden auf nurago-Technologie basierende Panels in den USA, China und Großbritannien genutzt. Auch die Fokussierung auf Projektabschlüsse mit höherer Profitabilität wird fortgesetzt.

In den ersten drei Monaten 2014 ging der Umsatz des Sektors Consumer Experiences gegenüber der Vorjahresperiode um 6,9 Prozent auf 192,5 Millionen Euro zurück. Davon waren 3,2 Prozentpunkte auf Währungseffekte zurückzuführen, organisch sank der Umsatz um 3,8 Prozent. Diese Entwicklung ist allerdings auch Folge eines schwächeren Auftragseingangs der beiden letzten Monate des Vorjahres insbesondere in Nordeuropa. Seit Jahresbeginn hat sich der Auftragseingang dagegen in fast allen Regionen positiv entwickelt. Die neu aufgebauten Consumer Panels in der Türkei und in Südafrika haben erste Umsatzbeiträge geleistet.

Im Quartal hat sich die Profitabilität des Sektors positiv entwickelt, das Ergebnis stieg um insgesamt 82,5 Prozent auf 4,4 Millionen Euro. Die Marge hat sich von 1,2 Prozent im Vorjahresquartal auf 2,3 Prozent fast verdoppelt.

Consumer Choices: Der Umsatz des Sektors Consumer Choices wuchs um 1,3 Prozent auf 141,6 Millionen Euro. Das organische Wachstum betrug 4,2 Prozent, Währungsschwankungen hatten aber einen negativen Einfluss von 2,9 Prozentpunkten.

Die positive Entwicklung des Retail-Tracking-Geschäfts war vor allem getragen von den Regionen Asien und Pazifik sowie Süd- und Westeuropa, wo vor allem in Frankreich durch den Abschluss internationaler Verträge deutliche Umsatzzuwächse verzeichnet werden konnten. Im asiatischen Raum konnte besonders China zulegen. In dieser Region war auch ein starker Auftragseingang zu verzeichnen. Im Bereich Audience Measurement wurden die ersten Umsätze des Auftrags zur Messung

CONSUMER CHOICES¹⁾

in Millionen Euro	1. Quartal		Veränderung in %
	2013	2014	
Umsatz	139,8	141,6	1,3
Angepasstes operatives Ergebnis	23,0	23,9	3,8
Marge in % ²⁾	16,5	16,9	

1) Zahlen aus dem Management-Informationssystem – gerundet

2) Angepasstes operatives Ergebnis zum Umsatz

der Radioeinschaltquoten in Australien realisiert. In Saudi Arabien wurde im Januar ein großer Auftrag zur Fernsehforschung mit einer zunächst fünfjährigen Laufzeit gewonnen. In Brasilien, wo Ende des vergangenen Jahres ebenfalls ein großer Fernsehforschungsauftrag gewonnen worden war, hat der Aufbau des Panels begonnen; die Lieferung von Daten soll in der zweiten Hälfte 2015 beginnen. Der Service GfK Mobile Insights wird in den ersten Ländern angeboten. Die drei ersten Kunden in Großbritannien stammen aus sehr verschiedenen Branchen, was die Skalierbarkeit dieses neuen Angebots deutlich macht: sie sind in den Bereichen Konsumgüter, Glücksspiel beziehungsweise Internethandel aktiv.

Das Ergebnis des Sektors Consumer Choices entwickelte sich mit einem organischen Wachstum von 10,9 Prozent sehr positiv. Starke Währungseinflüsse haben das Ergebniswachstum aber auf insgesamt 3,8 Prozent gedrückt. Trotz der Kosten für neue Produkte und die laufende Modernisierung der Produktionsplattform konnte die Marge des Sektors gegenüber dem Vorjahreszeitraum von 16,5 Prozent auf 16,9 Prozent verbessert werden.

SONSTIGE¹⁾

in Millionen Euro	1. Quartal		Veränderung in %
	2013	2014	
Umsatz	1,3	0,8	- 37,1
Angepasstes operatives Ergebnis	- 2,5	- 4,7	- 90,6

1) Zahlen aus dem Management-Informationssystem – gerundet

Sonstige: Ergänzt werden die Sektoren um den Bereich Sonstige, in dem insbesondere zentrale Dienstleistungen der GfK Gruppe für ihre Tochterunternehmen sowie sonstige marktforschungsfremde Leistungen zusammengefasst werden.

Der Umsatz des Bereichs Sonstige lag in den ersten drei Monaten des Jahres 2014 mit 0,8 Millionen Euro unter dem Vorjahreswert von 1,3 Millionen Euro. Die Kostenunterdeckung in diesem Bereich stieg im Zuge des Aufbaus zentraler Funktionen, die nicht einzelnen Sektoren zugerechnet werden, von 2,5 Millionen Euro im Vorjahreszeitraum auf 4,7 Millionen Euro.

6. ENTWICKLUNG DER REGIONEN

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

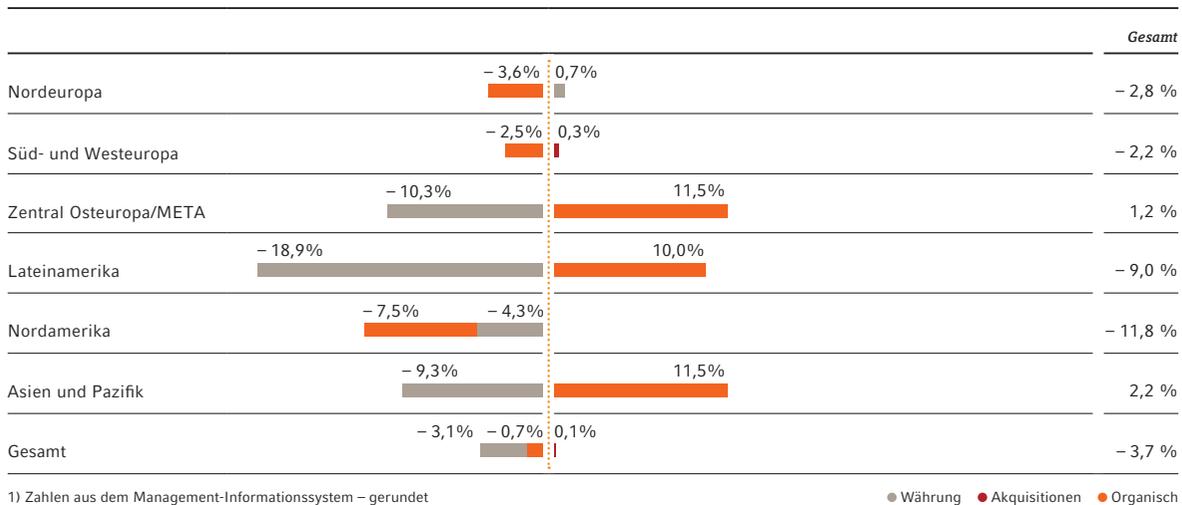
In der umsatzstärksten Region **Nordeuropa** ging der Umsatz der GfK-Unternehmen von 140,3 Millionen Euro um 2,8 Prozent auf 136,3 Millionen Euro zurück.

Ebenfalls etwas zurückgegangen ist der Umsatz in der Region **Süd- und Westeuropa**, der mit 62,9 Millionen Euro um 2,2 Prozent hinter dem Vorjahreswert zurückgeblieben ist. Das schwierige Geschäftsklima betraf alle Gesellschaften der Region.

Gut entwickelte sich das Geschäft erneut in der Region **Zentral Osteuropa/META** (Middle East, Turkey, Africa). Der Umsatz wurde organisch um 11,5 Prozent gesteigert, allerdings standen dieser guten Entwicklung starke Währungseffekte entgegen, sodass der Umsatz insgesamt nur um 1,2 Prozent auf 30,4 Millionen Euro stieg. Aus dem neu aufgebauten Consumer Panel in der Türkei konnten erste Umsätze realisiert werden.

Noch drastischer waren die Währungseffekte in der Region **Lateinamerika**. Das organische Wachstum betrug hier zwar gute 10,0 Prozent, das Gesamtwachstum aber wegen der Währungseffekte minus 9,0 Prozent. Der Umsatz lag bei 12,7 Millionen Euro. Derzeit wird in Brasilien ein Panel zur Messung der Fernsehreichweite aufgebaut. Ab der zweiten Hälfte 2015 werden aus dem Ende 2013 geschlossenen Vertrag Umsätze erwartet.

STRUKTUR DES UMSATZWACHSTUMS IN DEN REGIONEN¹⁾



In der Region **Nordamerika** ging der Umsatz um 11,8 Prozent auf 56,2 Millionen Euro zurück. Davon sind 4,3 Prozentpunkte auf Währungsentwicklungen zurückzuführen, aber auch organisch sank der Umsatz um 7,5 Prozent. Teilweise verantwortlich hierfür war ein verzögerter Umsatzausweis durch die Einführung des neuen ERP/SAP Systems.

Die GfK-Unternehmen in der Region **Asien und Pazifik** steigerten ihren Umsatz um 2,2 Prozent auf 36,4 Millionen Euro. Wie in den anderen Wachstumsregionen standen negative Währungseffekte einem starken organischen Wachstum von hier 11,5 Prozent gegenüber. Zur Umsatzsteigerung hat insbesondere die erfreuliche Geschäftsentwicklung in China beigetragen, aus dem Radioforschungsauftrag in Australien konnten ebenfalls erste Umsätze realisiert werden.

UMSATZENTWICKLUNG DER REGIONEN¹⁾

in Millionen Euro	2013	1. Quartal 2014	Veränderung in %
Nordeuropa	140,3	136,3	-2,8
Süd- und Westeuropa	64,3	62,9	-2,2
Zentral Osteuropa/META	30,1	30,4	1,2
Lateinamerika	13,9	12,7	-9,0
Nordamerika	63,7	56,2	-11,8
Asien und Pazifik	35,6	36,4	2,2
Gesamt	347,9	334,9	-3,7

1) Zahlen aus dem Management-Informationssystem – gerundet

7. „OWN THE FUTURE“ – IMPLEMENTIERUNG DER NEUEN GESCHÄFTSSTRATEGIE SCHREITET VORAN

Seit 1. Januar 2012 folgt GfK der Strategie „Own the Future“. Ziel der Strategie ist es, die Stärken von GfK bei einzelnen Kundengruppen und in verschiedenen Regionen zukünftig global zu nutzen. Dazu werden Produkte harmonisiert und einer zunehmend vernetzten, digitalisierten Welt angepasst. Eine neue Organisationsstruktur mit globalen und regionalen Verantwortlichkeiten wurde geschaffen, um die gemeinsame Nutzung vorhandener Daten und Ressourcen sowie den Transfer von Knowhow zwischen GfK-Experten für verschiedene Branchen, Kundengruppen und Regionen zu unterstützen.

Schwerpunkte bei der Umsetzung der Strategie sind derzeit der Rollout des ERP Systems, die Einführung eines einheitlichen Systems zur Messung der Ressourcenauslastung in der Datenerfassung und -produktion, der Rollout der globalen und digitalen Produkte sowie die weitere Erneuerung der IT-Kernsysteme.

Die Entwicklung der Datenarchitektur zur Unterstützung der Verarbeitung von Konsumentendaten wird weiter vorangetrieben, wobei die Messung des Konsumentenverhaltens über verschiedene Medien wie Fernsehen, Online und Mobile Priorität hat.

Um die laufende Weiterentwicklung zu einem breiteren digitalen Produktangebot zu beschleunigen, wurden die Teams und Projekte, die sich im Bereich „Business Applications“ mit der technischen Entwicklung von Marktforschungssoftware und der

Bearbeitung von großen Datenmengen beschäftigen, weltweit unter dem Dach ‚GfK Data & Technology‘ zusammengeführt. Ziel ist, vorhandene Datenplattformen, Anwendungen und Projekte zu bündeln, um eine einheitliche Daten- und Technologie-Umgebung zu schaffen. Dies ermöglicht es, unser digitales Produktangebot aus einer Quelle zu steuern und unseren Kunden ein einheitliches, abgestimmtes digitales Angebot zu bieten.

Das neue ERP-System der GfK wurde im ersten Quartal in Deutschland, der Schweiz, den USA und Kanada erfolgreich in den operativen Einsatz gebracht. Damit sind nun 58 Prozent der Umsätze der GfK Gruppe im neuen System erfasst.

8. MITARBEITER

Zum 31. März 2014 waren in der GfK Gruppe 13.133 Mitarbeiter beschäftigt. Das sind 193 Beschäftigte mehr als zum Jahresende 2013. Der Aufbau fand insbesondere in der Region Zentral Osteuropa/META im Zuge der Schaffung zentralisierter Services und in der Wachstumsregion Asien und Pazifik statt. In den Regionen Nordamerika sowie Süd- und Westeuropa wurde die Zahl der Mitarbeiter als Reaktion auf die schwache Auftragslage etwas verringert. Der Personalaufwand konnte in den ersten drei Monaten des laufenden Jahres gegenüber dem Vorjahresquartal um 1,1 Prozent auf 170,9 Millionen Euro gesenkt werden. Da der Umsatz in der Periode aber stärker zurückging, stieg die Personalaufwandsquote, das Verhältnis von Personalaufwand zu Umsatz, von 49,7 auf 51,0 Prozent. Dies liegt unter anderem auch daran, dass in globalen Funktionen Mitarbeiteraufbau stattgefunden hat.

9. FORSCHUNG UND ENTWICKLUNG

GfK entwickelt derzeit verschiedene digitale Marktforschungswerkzeuge mit besonderem Fokus auf Projekten, die mehrere der zahlreichen vorhandenen Datenquellen intelligent verknüpfen.

Ein Beispiel hierfür ist die Verbindung von Daten aus dem Retail Tracking Panel mit Social Media Daten (SMI), auf deren Basis ein neuartiges, global skalierbares, syndiziertes Angebot entwickelt wird. Dabei werden Abverkaufsdaten mit den Online-Erfahrungen und Bewertungen von Konsumenten verknüpft, welche mögliche Treiber hinter den Verkaufszahlen sind, Kausalitäten deutlich machen und helfen, die richtigen Handlungsanweisungen abzuleiten. GfK bietet drei Anwendungsgebiete: Markenbeobachtung, Beobachtung von Produktkategorien und Produkteinführungen.

Digitale Technologie verschafft nicht nur leichteren Datenzugang und neue Auswertungsmöglichkeiten in hochentwickelten Märkten, sie erlaubt der Marktforschung auch die schnellere Durchdringung von Schwellenländern, als dies mit herkömmlichen Methoden möglich war. So hat GfK beispielsweise in Südafrika ein mobiles Panel aufgebaut, mit dem die Smartphone-Nutzung und Wahrnehmung mobiler Werbeinhalte durch Unternehmer und Geschäftsleute gemessen werden kann.

10. ORGANISATION UND VERWALTUNG

Der Konzern hat sich den Herausforderungen der Globalisierung gestellt und eine Organisationsstruktur etabliert, die es den GfK Unternehmen vor Ort ermöglicht, schnell und effizient auf Marktchancen zu reagieren. Die GfK SE fungiert zugleich als Holding-Gesellschaft sowie als operativ tätige Einheit. In Deutschland umfasst das Netzwerk der GfK Gruppe neben der Muttergesellschaft 13 verbundene konsolidierte und ein assoziiertes Unternehmen sowie fünf nicht konsolidierte verbundene Unternehmen. Weltweit gehören der GfK Gruppe 143 verbundene konsolidierte und 14 assoziierte Unternehmen, drei Beteiligungen sowie 31 nicht konsolidierte verbundene Unternehmen an. Damit konnte die Zahl der Unternehmen gegenüber dem Vorjahr verringert werden. Der Stammsitz ist Nürnberg.

11. VERÄNDERUNGEN DER BETEILIGUNGEN IM ERSTEN QUARTAL 2014

Mit PT Primera Indonesia hat GfK im ersten Quartal 2014 ein Full-Service Marktforschungsunternehmen in Indonesien erworben, einem Markt, in dem GfK großes Entwicklungspotential für die Marktforschung sieht. Die bisher auf den Sektor Consumer Choices beschränkte Präsenz in Indonesien ist nun um das Consumer Experiences Angebot von GfK erweitert, um für unsere globalen Kunden auch dort Service liefern zu können.

VERÄNDERUNGEN IM GfK-NETZWERK WÄHREND DES ERSTEN QUARTALS 2014

<i>Unternehmen</i>	<i>Investitionsanlass</i>	<i>Anteil in %</i>	<i>Sektor</i>	<i>Regionen</i>
PT Primera Indonesia	Akquisition	Asset Deal	Consumer Experiences	Asien und Pazifik

12. WICHTIGE EREIGNISSE NACH DEM STICHTAG 31. MÄRZ 2014

Nach Abschluss des Berichtszeitraums gab es keine wichtigen Ereignisse.

13. CHANCEN- UND RISIKOLAGE

Die Risikolage und die Chancen der GfK Gruppe sind im Konzernlagebericht zum 31. Dezember 2013 beschrieben. Dem gegenüber haben sich keine wesentlichen Änderungen ergeben. Risiken, die den Fortbestand des Konzerns gefährden könnten, sind nicht bekannt.

Die Risikolage der GfK Gruppe ist beeinflusst durch die anhaltenden Unsicherheiten des ökonomischen Umfelds. Sollte es zu einer deutlichen Verschlechterung der Weltwirtschaftslage mit starken Auswirkungen auf das Geschäft der GfK-Kunden kommen, könnte dies auch für GfK Auswirkungen haben.

Das Geschäftsmodell der GfK unterliegt saisonalen Schwankungen. Traditionell sind Umsatz- und Ergebnisentwicklung insbesondere im vierten Quartal deutlich besser als in den übrigen Quartalen, da das Jahresendgeschäft eine hohe Bedeutung für die Kunden der GfK Gruppe hat.

Die GfK Gruppe ist durch ihr globales Netzwerk als Full-Service-Dienstleister gut aufgestellt. Neuen Anforderungen in der Marktforschungsbranche begegnet GfK mit einem innovativen, auf die Bedürfnisse der Kunden zugeschnittenen Produkt- und Serviceportfolio.

14. AUSBLICK

GfK erwartet, dass sich das Wachstum der Weltwirtschaft insgesamt auch im weiteren Jahresverlauf leicht belebt fortsetzt, auch wenn in einzelnen Regionen weiterhin Unsicherheiten bestehen. Während in den Industrienationen mit einer verhaltenen Entwicklung gerechnet wird, ist zu erwarten, dass die Wachstumsregionen, insbesondere Asien, eine dynamischere Konjunktorentwicklung zeigen.

Bis zum Ende des Jahres will GfK die wesentlichen Projekte der laufenden Transformation abgeschlossen haben. Daher wird das Geschäftsjahr auch durch höhere Investitionen geprägt sein. Wir erwarten für 2014 rund 180 Millionen Euro Investitionsvolumen, von denen rund 60 Prozent in das Neugeschäft fließen werden. Die Abschreibungen werden um rund 10 Millionen Euro über denen des Jahres 2013 (55 Millionen Euro) liegen und in den folgenden Jahren aufgrund der höheren Investitionstätigkeit weiter ansteigen.

Im Sektor Consumer Experiences liegt der Fokus auf der Transformation hin zu profitableren Geschäftsfeldern und digitalen Produkten, wohingegen rein lokale und weniger profitable Projekte der Auftragsforschung reduziert werden sollen. Vor diesem Hintergrund wird mit keinem Wachstumsbeitrag des Sektors für 2014 gerechnet. Der Sektor wird weniger als 60 Prozent zum Umsatz der Gruppe beitragen.

Im Sektor Consumer Choices sollen die neuen Wachstums- und Margenpotenziale konsequent genutzt werden. Das Stammgeschäft Retail & Technology wird weiter ausgebaut, und neue Panels werden sukzessive zum Umsatz- und Ertragswachstum beitragen. Im Bereich Audience Measurement steht neben dem Aufbau der Panels für die neu gewonnenen Mediaaufträge weiterhin die Expansion in neue Regionen bzw. Länder im Vordergrund. Der Vorstand geht davon aus, dass dieser Sektor deutlich schneller wachsen und auch seinen Umsatzanteil, bezogen auf den Gruppenumsatz, auf über 40 Prozent verbessern wird.

GfK erwartet für 2014 ein organisches Wachstum von 1 bis 2 Prozent und eine Marge (angepasstes operatives Ergebnis zum Umsatz) von 12 bis 12,5 Prozent. Für 2015 erwartet die Gruppe ein stärkeres organisches Umsatzwachstum als der Gesamtmarkt, um Marktanteile hinzuzugewinnen. GfK schafft derzeit die Grundlage, auch im Jahr 2016 organisch schneller wachsen zu können als der Markt. Die Marge soll in einem Bereich zwischen 14 und 15 Prozent liegen.

Ende März waren 59,1 Prozent des zum Erreichen der Prognose erforderlichen Jahresumsatzes verbucht oder im Auftragsbestand enthalten (Vorjahr: Fakturaabdeckung 56,6 Prozent).

*Der Ausblick enthält vorausschauende Aussagen über künftige Entwicklungen, die auf aktuellen Einschätzungen des Managements beruhen. Wörter wie „antizipieren“, „annehmen“, „glauben“, „einschätzen“, „erwarten“, „beabsichtigen“, „können/könnten“, „planen“, „projizieren“, „sollten“, „wollen“ und ähnliche Begriffe kennzeichnen vorausschauende Aussagen. Diese vorausschauenden Aussagen enthalten Aussagen zur erwarteten Entwicklung in Bezug auf Umsatzerlöse und Ergebnis für das Jahr 2014. Solche Aussagen sind gewissen Risiken und Unsicherheiten unterworfen. Beispiele hierfür sind konjunkturelle Einflüsse sowie Veränderungen der Wechselkurse und Zinssätze. Einige Unsicherheitsfaktoren oder andere Unwägbarkeiten, die die Fähigkeit, die Ziele zu erreichen, beeinflussen können, werden im Kapitel „Risikolage“ im Lagebericht beschrieben.

Sollten diese oder andere Unsicherheitsfaktoren und Unwägbarkeiten eintreten oder sich die den Aussagen zugrunde liegenden Annahmen als unrichtig erweisen, könnten die tatsächlichen Ereignisse wesentlich von den in diesen Aussagen genannten oder implizit zum Ausdruck gebrachten Ergebnissen abweichen. Wir garantieren nicht, dass sich unsere vorausschauenden Aussagen als richtig erweisen. Die hier enthaltenen vorausschauenden Aussagen basieren auf der aktuellen Konzernstruktur. Diese Aussagen werden im Hinblick auf die Gegebenheiten am Tag der Veröffentlichung dieses Dokuments getroffen. Wir haben weder die Absicht noch übernehmen wir eine Verpflichtung, vorausschauende Aussagen laufend zu aktualisieren.

KONZERN-GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG DER GfK GRUPPE

für die Zeit vom 1. Januar bis zum 31. März 2014 in TEUR (nach IFRS, ungeprüft)

16

	Q1 2013 ¹⁾	% vom Umsatz	Q1 2014	% vom Umsatz	Veränderung abs.	%
Umsatzerlöse	347.908	100,0%	334.915	100,0%	- 12.993	- 3,7%
Umsatzkosten	- 249.023	- 71,6%	- 235.525	- 70,3%	13.498	- 5,4%
Bruttoergebnis vom Umsatz	98.885	28,4%	99.390	29,7%	505	0,5%
Vertriebs- und allgemeine Verwaltungskosten	- 80.410	- 23,1%	- 78.330	- 23,4%	2.080	- 2,6%
Sonstige betriebliche Erträge	1.895	0,5%	2.063	0,6%	168	8,9%
Sonstige betriebliche Aufwendungen	- 1.917	- 0,6%	- 3.837	- 1,1%	- 1.920	100,2%
Operatives Ergebnis²⁾	18.453	5,3%	19.286	5,8%	833	4,5%
Ergebnis aus assoziierten Unternehmen	331	0,1%	882	0,3%	551	166,5%
Sonstiges Beteiligungsergebnis	31	0,0%	0	0,0%	- 31	- 100,0%
EBIT	18.815	5,4%	20.168	6,0%	1.353	7,2%
Sonstige Finanzerträge	7.430	2,1%	1.918	0,6%	- 5.512	- 74,2%
Sonstige Finanzaufwendungen	- 12.523	- 3,6%	- 6.566	- 2,0%	5.957	- 47,6%
Ergebnis aus laufender Geschäftstätigkeit	13.722	3,9%	15.520	4,6%	1.798	13,1%
Steuern auf das Ergebnis aus laufender Geschäftstätigkeit	- 4.875		- 5.494		- 619	12,7%
KONZERNERGEBNIS	8.847	2,5%	10.026	3,0%	1.179	13,3%
Den Anteilseignern der Muttergesellschaft zuzurechnen:	6.164	1,8%	7.052	2,1%	888	14,4%
Den Minderheitsanteilseignern zuzurechnen:	2.683	0,8%	2.974	0,9%	291	10,8%
KONZERNERGEBNIS	8.847	2,5%	10.026	3,0%	1.179	13,3%
Unverwässertes Ergebnis je Aktie (EUR)	0,17		0,19		0,02	11,8%
Verwässertes Ergebnis je Aktie (EUR)	0,17		0,19		0,02	11,8%
Nachrichtlich:						
Personalaufwand	- 172.819	- 49,7%	- 170.927	- 51,0%	1.892	- 1,1%
Abschreibungen	- 13.411	- 3,9%	- 14.467	- 4,3%	- 1.056	7,9%
EBITDA	32.226	9,3%	34.635	10,3%	2.409	7,5%

1) Angepasst aufgrund der rückwirkenden Anwendung von IAS 19 (2011) und aufgrund der Saldierung von Währungsgewinnen und -verlusten.

2) Die Überleitung zur internen Steuergröße „Angepasstes operatives Ergebnis“ in Höhe von 23.591 Tausend Euro (Q1 2013: 22.970 Tausend Euro) wird auf Seite 10 dargestellt.

KONZERN-KAPITALFLUSSRECHNUNG

für die Zeit vom 1. Januar bis zum 31. März 2014 in TEUR (nach IFRS, ungeprüft)

17

	Q1 2013	Q1 2014
Konzernergebnis	8.847	10.026
Abschreibungen/Zuschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte	7.028	8.411
Abschreibungen/Zuschreibungen auf Sachanlagen	6.383	6.056
Abschreibungen/Zuschreibungen auf sonstige finanzielle Vermögenswerte	0	0
Summe der Abschreibungen/Zuschreibungen	13.411	14.467
Veränderung der Vorräte und der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	30.014	2.298
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und der Verpflichtungen aus Aufträgen in Bearbeitung	- 4.121	10.567
Veränderung anderer Aktiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	- 7.932	- 7.277
Veränderung anderer Passiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	- 22.892	- 13.266
Gewinn/Verlust aus dem Abgang von langfristigen Vermögenswerten	- 56	- 15
Ergebnisse aus assoziierten Unternehmen, soweit nicht zahlungswirksam	- 2	- 582
Veränderung der langfristigen Rückstellungen	1.360	515
Sonstige zahlungsunwirksame Erträge/Aufwendungen	- 6.225	1.465
Zinsergebnis	4.584	4.885
Veränderung der latenten Steuern	- 2.487	- 3.445
Laufender Ertragsteueraufwand	7.362	8.939
Gezahlte Steuern	- 12.352	- 10.252
a) Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	9.511	18.325
Auszahlungen für Investitionen in immaterielle Vermögenswerte	- 8.401	- 6.090
Auszahlungen für Investitionen in Sachanlagen	- 6.136	- 6.058
Aus-/Einzahlungen aus dem Erwerb von konsolidierten Unternehmen und sonstigen Geschäftseinheiten	- 27.615	- 1.109
Auszahlungen für Investitionen in sonstige finanzielle Vermögenswerte	- 25	- 650
Einzahlungen aus Abgängen von immateriellen Vermögenswerten	5	0
Einzahlungen aus Abgängen von Sachanlagen	335	82
Einzahlungen aus Abgängen von sonstigen finanziellen Vermögenswerten	1	2
b) Cashflow aus der Investitionstätigkeit	- 41.836	- 13.823
Einzahlungen aus Eigenkapitalzuführungen	0	0
Dividendenzahlungen an Unternehmenseigner	0	0
Dividendenzahlungen an Minderheitsgesellschafter und sonstige Eigenkapitaltransaktionen	- 806	- 94
Einzahlungen aus der Aufnahme von Finanzkrediten	125.297	12.125
Auszahlungen für die Tilgung von Finanzkrediten	- 47.193	- 11.020
Erhaltene Zinsen	165	487
Gezahlte Zinsen	- 3.923	- 4.622
c) Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit	73.540	- 3.124
Zahlungswirksame Veränderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente (Summe der Zeilen a), b) und c))	41.215	1.378
Wechselkurs- und bewertungsbedingte Änderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	- 170	- 1.053
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am Anfang der Periode	66.376	69.706
ZAHLUNGSMITTEL UND ZAHLUNGSMITTELÄQUIVALENTE AM ENDE DER PERIODE	107.421	70.031

BERECHNUNG DER NETTOVERSCHULDUNG UND DES FREIEN CASHFLOW IM KONZERN

Werte in TEUR (nach IFRS, ungeprüft)

18

Berechnung der Nettoverschuldung	31.12.2013	31.03.2014
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	69.706	70.031
Kurzfristige Wertpapiere und Festgelder	2.323	1.748
Liquide Mittel und kurzfristige Wertpapiere	72.029	71.779
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	- 218.593	- 220.104
Pensionsverpflichtungen	- 49.450	- 49.837
Verbindlichkeiten aus Finance Lease	- 510	- 413
Andere verzinsliche Verbindlichkeiten	- 230.956	- 230.389
Verzinsliche Verbindlichkeiten	- 499.509	- 500.743
Nettoverschuldung	- 427.480	- 428.964
Berechnung des freien Cashflow	Q1	Q1
	2013	2014
Konzernergebnis	8.847	10.026
Abschreibungen/Zuschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte	7.028	8.411
Abschreibungen/Zuschreibungen auf Sachanlagen	6.383	6.056
Sonstiges	- 12.747	- 6.168
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	9.511	18.325
Erhaltungs- und Ersatzinvestitionen	- 14.537	- 12.148
Freier Cashflow vor Akquisitionen, sonstigen Investitionen und Anlagenabgängen	- 5.026	6.177
Akquisitionen	- 27.640	- 1.109
Sonstige Finanzinvestitionen	0	- 650
Anlagenabgänge	341	84
Freier Cashflow nach Akquisitionen, sonstigen Investitionen und Anlagenabgängen	- 32.325	4.502

KONZERNBILANZ

zum 31. März 2014 in TEUR (nach IFRS, ungeprüft)

AKTIVA

	31.12.2013	31.03.2014
Geschäfts- oder Firmenwerte	778.982	781.043
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	246.274	244.844
Sachanlagen	103.598	103.412
Anteile an assoziierten Unternehmen	13.210	13.793
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	6.491	6.486
Latente Steueransprüche	38.154	38.633
Langfristige sonstige Vermögenswerte und Abgrenzungen	7.850	9.865
Langfristige Vermögenswerte	1.194.559	1.198.076
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	373.271	376.010
Kurzfristige Ertragsteuerforderungen	17.306	17.511
Kurzfristige Wertpapiere und Festgelder	2.323	1.748
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	69.706	70.031
Kurzfristige sonstige Vermögenswerte und Abgrenzungen	39.213	44.578
Kurzfristige Vermögenswerte	501.819	509.878
AKTIVA	1.696.378	1.707.954

KONZERNBILANZ

zum 31. März 2014 in TEUR (nach IFRS, ungeprüft)

20

PASSIVA

	31.12.2013	31.03.2014
Gezeichnetes Kapital	153.316	153.316
Kapitalrücklage	212.403	212.403
Gewinnrücklagen	349.176	356.219
Sonstige Rücklagen	- 95.807	- 94.996
Den Anteilseignern der Muttergesellschaft zuzurechnendes Eigenkapital	619.088	626.942
Minderheitsanteile am Eigenkapital	44.621	45.712
EIGENKAPITAL	663.709	672.654
Langfristige Rückstellungen	67.016	64.292
Langfristige verzinsliche Finanzverbindlichkeiten	409.071	377.429
Latente Steuerverbindlichkeiten	75.449	72.611
Langfristiges sonstiges Fremdkapital und Abgrenzungen	8.402	9.996
Langfristiges Fremdkapital	559.938	524.328
Kurzfristige Rückstellungen	22.473	20.905
Kurzfristige Ertragsteuerverbindlichkeiten	15.936	15.415
Kurzfristige verzinsliche Finanzverbindlichkeiten	40.988	73.477
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	92.524	91.930
Verpflichtungen aus Aufträgen in Bearbeitung	137.570	152.724
Kurzfristiges sonstiges Fremdkapital und Abgrenzungen	163.240	156.521
Kurzfristiges Fremdkapital	472.731	510.972
FREMDKAPITAL	1.032.669	1.035.300
PASSIVA	1.696.378	1.707.954
Eigenkapitalquote	39,1%	39,4%

GESAMTERGEBNISRECHNUNG

für die Zeit vom 1. Januar bis zum 31. März 2014 in TEUR (nach IFRS, ungeprüft)

	Q1 2013	Q1 2014
Konzernergebnis	8.847	10.026
Bestandteile, die nicht aufwands- oder ertragswirksam umgegliedert werden:		
Versicherungsmathematische Gewinne / Verluste aus leistungsorientierten Pensionsplänen	159	- 85
Bestandteile, die in späteren Perioden aufwands- oder ertragswirksam umgegliedert werden:		
Unterschied aus der Währungsumrechnung	- 3.333	974
Bewertung von Net Investment Hedges für ausländische Tochtergesellschaften	0	0
Bewertung von Cashflow Hedges (effektiver Teil)	- 3	23
Marktbewertung von Wertpapieren	0	0
Sonstiges Ergebnis (nach Steuern)	- 3.177	912
Gesamtergebnis	5.670	10.938
Davon:		
Den Anteilseignern der Muttergesellschaft zuzurechnen	2.839	7.863
Den Minderheitsanteilseignern zuzurechnen	2.831	3.075
Gesamtergebnis	5.670	10.938

KONZERN-EIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG DER GfK GRUPPE

in TEUR für die Zeit vom 1. Januar bis zum 31. März 2014 (nach IFRS, ungeprüft)

22

	Den Anteilseignern der Muttergesellschaft zuzurechnendes Eigenkapital	
	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage
Stand am 1. Januar 2013	153.316	212.403
Gesamtergebnis		
Konzernergebnis		
Sonstiges Ergebnis		
Unterschied aus der Währungsumrechnung		
Bewertung von Cashflow Hedges (effektiver Teil), nach Steuern		
Versicherungsmathematische Gewinne / Verluste aus leistungsorientierten Pensionsplänen, nach Steuern		
Sonstiges Ergebnis	0	0
Gesamtergebnis	0	0
Transaktionen mit Unternehmenseignern, direkt im Eigenkapital erfasst		
Kapitalzuführungen von Eigentümern und Ausschüttungen an Eigentümer		
Ausschüttungen an Anteilseigner		
Veränderungen der Eigentumsanteile an Tochterunternehmen ohne Veränderung der Beherrschung		
Erwerb von Minderheitsanteilen		
Sonstige Veränderungen		
Transaktionen mit Unternehmenseignern, direkt im Eigenkapital erfasst	0	0
STAND AM 31. MÄRZ 2013	153.316	212.403
Stand am 1. April 2013	153.316	212.403
Gesamtergebnis		
Konzernergebnis		
Sonstiges Ergebnis		
Unterschied aus der Währungsumrechnung		
Bewertung von Net Investment Hedges für ausländische Tochtergesellschaften, nach Steuern		
Bewertung von Cashflow Hedges (effektiver Teil), nach Steuern		
Versicherungsmathematische Gewinne / Verluste aus leistungsorientierten Pensionsplänen, nach Steuern		
Sonstiges Ergebnis	0	0
Gesamtergebnis	0	0
Transaktionen mit Unternehmenseignern, direkt im Eigenkapital erfasst		
Kapitalzuführungen von Eigentümern und Ausschüttungen an Eigentümer		
Ausschüttungen an Anteilseigner		
Veränderungen der Eigentumsanteile an Tochterunternehmen ohne Veränderung der Beherrschung		
Erwerb von Minderheitsanteilen		
Sonstige Veränderungen		
Transaktionen mit Unternehmenseignern, direkt im Eigenkapital erfasst	0	0
Stand am 31. Dezember 2013	153.316	212.403
Stand am 1. Januar 2014	153.316	212.403
Gesamtergebnis		
Konzernergebnis		
Sonstiges Ergebnis		
Unterschied aus der Währungsumrechnung		
Bewertung von Cashflow Hedges (effektiver Teil), nach Steuern		
Versicherungsmathematische Gewinne / Verluste aus leistungsorientierten Pensionsplänen, nach Steuern		
Sonstiges Ergebnis	0	0
Gesamtergebnis	0	0
Transaktionen mit Unternehmenseignern, direkt im Eigenkapital erfasst		
Kapitalzuführungen von Eigentümern und Ausschüttungen an Eigentümer		
Ausschüttungen an Anteilseigner		
Veränderungen der Eigentumsanteile an Tochterunternehmen ohne Veränderung der Beherrschung		
Sonstige Veränderungen		
Transaktionen mit Unternehmenseignern, direkt im Eigenkapital erfasst	0	0
STAND AM 31. MÄRZ 2014	153.316	212.403

Den Anteilseignern der Muttergesellschaft zuzurechnendes Eigenkapital

Gewinnrücklagen	Sonstige Rücklagen			Rücklage aus der Marktbewertung	Versicherungsmathematische Gewinne/Verluste aus leistungsorientierten Pensionsplänen	Summe	Minderheitsanteile am Eigenkapital	Gesamtes Eigenkapital
	Rücklage aus der Währungsrechnung	Rücklage aus der Bewertung von Hedges						
427.479	- 49.362	18.602		3	- 23.543	738.898	43.117	782.015
6.164						6.164	2.683	8.847
	- 3.482					- 3.482	149	- 3.333
		- 3				- 3		- 3
					160	160	- 1	159
0	- 3.482	- 3		0	160	- 3.325	148	- 3.177
6.164	- 3.482	- 3		0	160	2.839	2.831	5.670
						0	- 1.119	- 1.119
- 590						- 590	- 217	- 807
0						0	0	0
- 590	0	0		0	0	- 590	- 1.336	- 1.926
433.053	- 52.844	18.599		3	- 23.383	741.147	44.612	785.759
433.053	- 52.844	18.599		3	- 23.383	741.147	44.612	785.759
- 60.181						- 60.181	9.274	- 50.907
	- 43.811					- 43.811	- 3.265	- 47.076
		349				349		349
		- 57				- 57		- 57
					5.337	5.337	43	5.380
0	- 43.811	292		0	5.337	- 38.182	- 3.222	- 41.404
- 60.181	- 43.811	292		0	5.337	- 98.363	6.052	- 92.311
- 23.728						- 23.728	- 5.991	- 29.719
- 17						- 17	- 52	- 69
49						49	0	49
- 23.696	0	0		0	0	- 23.696	- 6.043	- 29.739
349.176	- 96.655	18.891		3	- 18.046	619.088	44.621	663.709
349.176	- 96.655	18.891		3	- 18.046	619.088	44.621	663.709
7.052						7.052	2.974	10.026
	873					873	101	974
		23				23		23
					- 85	- 85	0	- 85
0	873	23		0	- 85	811	101	912
7.052	873	23		0	- 85	7.863	3.075	10.938
0						0	- 1.203	- 1.203
- 9						- 9	- 781	- 790
- 9	0	0		0	0	- 9	- 1.984	- 1.993
356.219	- 95.782	18.914		3	- 18.131	626.942	45.712	672.654

ANHANG ZUM KONZERNABSCHLUSS DER GfK SE

zum 31. März 2014

24

1. ALLGEMEINE ANGABEN

Der Konzernabschluss der GfK SE schließt die GfK SE sowie alle konsolidierten Tochterunternehmen ein. Der Konzernzwischenabschluss zum 31. März 2014 der GfK SE ist auf Basis des IAS 34 in Übereinstimmung mit den International Financial Reporting Standards (IFRS) und den diesbezüglichen Interpretationen des International Accounting Standards Board (IASB) erstellt, wie sie gemäß der Verordnung Nr. 1606/2002 des Europäischen Parlaments und des Rates über die Anwendung Internationaler Rechnungslegungsstandards in der EU anzuwenden sind. Der Zwischenabschluss enthält nicht alle für einen Jahresabschluss notwendigen Erläuterungen und Angaben und ist daher in Verbindung mit dem Jahresabschluss zum 31. Dezember 2013 zu sehen (www.gfk.com).

Die Anforderungen der angewandten Standards wurden vollumfänglich erfüllt und führen zur Vermittlung eines den tatsächlichen Verhältnissen entsprechenden Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der GfK Gruppe. Eine freiwillige Prüfung entsprechend § 317 HGB bzw. eine prüferische Durchsicht des Quartalsabschlusses sowie des Zwischenlageberichts zum 31. März 2014 erfolgte nicht.

2. KONSOLIDIERUNGSGRUNDSÄTZE, BILANZIERUNGS- UND BEWERTUNGSMETHODEN

Der Konzernabschluss der GfK SE zum 31. März 2014 basiert grundsätzlich auf denselben Konsolidierungsgrundsätzen, Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden nach IFRS wie der Konzernabschluss zum 31. Dezember 2013, mit Ausnahme von Änderungen aufgrund überarbeiteter oder neu verabschiedeter Rechnungslegungsvorschriften, die erstmals im Geschäftsjahr 2014 anzuwenden sind. Diese werden im Geschäftsbericht 2013 in Kapitel 36. des Konzernanhangs erläutert. Aus der Anwendung dieser Vorschriften ergeben sich keine wesentlichen Auswirkungen auf den Quartalsabschluss oder den Quartalsfinanzbericht der GfK Gruppe.

Währungsgewinne und -verluste, die aus ähnlichen Geschäftsvorfällen entstanden sind, werden seit dem Jahresabschluss 2013 zum Zwecke einer klareren und verlässlichen Darstellung auf Ebene jeder Tochtergesellschaft saldiert. Der Vorjahresausweis in der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung wurde wie folgt angepasst:

1. Januar bis 31. März 2013

in TEUR	vor Anpassung	Anpassung	nach Anpassung
Sonstige betriebliche Erträge	7.730	- 5.835	1.895
Sonstige betriebliche Aufwendungen	- 7.752	5.835	- 1.917
Sonstige Finanzerträge	11.528	- 4.098	7.430
Sonstige Finanzaufwendungen	- 16.621	4.098	- 12.523

3. SCHÄTZUNGEN

Die Schätzungen und Annahmen im Konzernabschluss zum 31. März 2014 wurden in gleicher Weise ermittelt wie diejenigen zum 31. Dezember 2013.

4. KONSOLIDIERUNGSKREIS UND WESENTLICHE AKQUISITIONEN

Zum 31. März 2014 umfasste der Konsolidierungskreis neben der Muttergesellschaft 143 (31.12.2013: 144) Tochterunternehmen.

Die im Jahr 2013 gegründete GfK Turkey Danismanlik ve Pazar Arastirma Hizmetleri A.S., Istanbul, Türkei, wurde am 1. Januar 2014 in den Konsolidierungskreis aufgenommen. Sie ist in den Bereichen Consumer Choices und Consumer Experiences tätig.

Die Genius Digital Ltd, Reading, Berkshire, Großbritannien, die dem Sektor Consumer Choices zuzuordnen ist, wurde zum 1. Januar 2014 erstmals konsolidiert. Im selben Sektor ist die im Vorjahr gegründete GfK Market Research Brasil Pesquisa de Mercado Ltda., Sao Paulo, Brasilien, tätig, die ebenfalls zum 1. Januar 2014 erstkonsolidiert wurde.

Zum 1. Januar 2014 wurden die Gesellschaften Doane Marketing Research, Inc., Saint Louis, Missouri, USA, und GfK Retail and Technology USA, LLC, Wilmington, Delaware, USA, beide im Bereich Consumer Choices tätig, auf die GfK Mediamark Research & Intelligence, LLC, New York, New York, USA, verschmolzen, die anschließend in GfK US, LLC, New York, New York, USA, umbenannt wurde.

Die im Berichtszeitraum liquidierten Gesellschaften Intomart GfK Group B.V., Hilversum, Niederlande, und AFI Investments ULC, London, Großbritannien, wurden zum 1. Januar 2014 endkonsolidiert.

Diese konzerninternen Verschmelzungen und Liquidationen dienten ausschließlich der Vereinfachung der Konzernstruktur und haben keine unmittelbare wirtschaftliche Auswirkung.

5. VERWÄSSERTES ERGEBNIS JE AKTIE

Das Ergebnis je Aktie beträgt für den Zeitraum vom 1. Januar bis zum 31. März 2014 0,19 EUR (1. Januar bis 31. März 2013: 0,17 EUR). Das verwässerte Ergebnis je Aktie beträgt ebenfalls 0,19 EUR (1. Januar bis 31. März 2013: 0,17 EUR).

6. NAHESTEHENDE UNTERNEHMEN UND PERSONEN

Als nahestehende Unternehmen und Personen gelten Unternehmen und Personen, die durch die GfK Gruppe beeinflusst werden können oder in der Lage sind, maßgeblichen Einfluss auf die GfK Gruppe auszuüben. Nahestehende Unternehmen und Personen der GfK Gruppe lassen sich einteilen in Tochterunternehmen, assoziierte Unternehmen, Gemeinschaftsunternehmen, Mitglieder des Managements in Schlüsselpositionen sowie sonstige nahestehende Unternehmen und Personen.

Im Konzernabschluss zum 31. März 2014 erfolgten wesentliche Transaktionen mit folgenden sonstigen nahestehenden Unternehmen und Personen: Gegenüber dem GfK-Nürnberg, Gesellschaft für Konsum-, Markt- und Absatzforschung e.V., Nürnberg, dem Mehrheitsanteilsigner der GfK SE, bestanden Darlehensverbindlichkeiten in Höhe von 15.685 TEUR (31.12.2013: 16.325 TEUR). Die korrespondierenden Zinsaufwendungen betrugen 49 TEUR (31.03.2013: 11 TEUR).

Des Weiteren bestanden Verpflichtungen aus noch nicht ausbezahlten Ergebnisanteilen in Höhe von 2.344 TEUR (31.12.2013: 1.528 TEUR) gegenüber The NPD Group Inc., Port Washington, New York, USA.

Die Forderungen und Verbindlichkeiten gegenüber nahestehenden Personen und Gruppen haben, falls nicht anders erwähnt, eine Restlaufzeit von bis zu einem Jahr.

7. HAFTUNGSVERHÄLTNISSSE, EVENTUALSCHULDEN UND SONSTIGE FINANZIELLE VERPFLICHTUNGEN

Bei den Haftungsverhältnissen, Eventualschulden und sonstigen finanziellen Verpflichtungen gab es keine wesentlichen Änderungen im Vergleich zum 31. Dezember 2013.

8. UNGEWÖHNLICHE SACHVERHALTE

Auf Sachverhalte, die Vermögenswerte, Schulden, Eigenkapital, Periodenergebnis oder Cashflows beeinflussen und die auf Grund ihrer Art, ihres Ausmaßes oder ihrer Häufigkeit ungewöhnlich sind, wird im Einleitungsteil dieses Quartalsberichts sowie im Zwischenlagebericht unter dem Punkt Chancen- und Risikolage eingegangen.

9. SEGMENTBERICHTERSTATTUNG

Die Organisationsstruktur von GfK gliedert sich in die zwei Sektoren Consumer Experiences und Consumer Choices, ergänzt um den Bereich Sonstige. Während sich der Sektor Consumer Experiences mit dem Verhalten und den Einstellungen der Verbraucher beschäftigt, setzt sich der Sektor Consumer Choices mit Marktgrößen, Marktwährungen, Medienkonvergenz und Verkaufskanälen auseinander.

Die Erträge mit Dritten umfassen die nach IFRS ermittelten Umsatzerlöse. In der Berichtsperiode wurden keine wesentlichen Erträge zwischen den Sektoren erzielt. Der Konzern misst den Erfolg seiner Sektoren anhand des angepassten operativen Ergebnisses gemäß interner Berichterstattung. Das angepasste operative Ergebnis eines Sektors wird aus dem operativen Ergebnis vor Zinsen und Steuern ermittelt, indem daraus die folgenden Aufwendungen und Erträge eliminiert werden: Abschreibungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte, Zu- und Abschreibungen auf aufgedeckte stille Reserven aus der Kaufpreisallokation, Erträge und Aufwendungen aus Unternehmenskäufen und Übernahmetransaktionen, Erträge und Aufwendungen aus Reorganisations- und Optimierungsprojekten, Personalaufwendungen aus anteilsbasierter Vergütung, das Ergebnis aus der Währungsumrechnung sowie Erträge und Aufwendungen aus Einmaleffekten und anderen außergewöhnlichen Sachverhalten.

Die Informationen der einzelnen Sektoren für die ersten drei Monate 2013 und 2014 werden in der folgenden Tabelle abgebildet.

in TEUR	Erträge mit Dritten		Angepasstes operatives Ergebnis	
	Q1 2013	Q1 2014	Q1 2013	Q1 2014
Consumer Experiences	206.832	192.532	2.392	4.365
Consumer Choices	139.777	141.566	23.032	23.903
Überleitung	1.299	817	- 2.454	- 4.677
Gruppe	347.908	334.915	22.970	23.591

Die Position „Überleitung“ beinhaltet den Bereich Sonstige. Sie dient der Überleitung von den Sektoren Consumer Experiences und Consumer Choices auf die Konzernwerte. Die darin enthaltenen marktforschungsfremden Leistungen sind von untergeordneter Bedeutung.

10. VERSICHERUNG DER GESETZLICHEN VERTRETER

Nach bestem Wissen versichern wir, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungs-grundsätzen für die Zwischenberichterstattung der Konzernzwischenabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt und im Konzernzwischenlagebericht der Geschäftsverlauf einschließlich des Geschäftsergebnisses und die Lage des Konzerns so dargestellt sind, dass ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild vermittelt wird, sowie die wesentlichen Chancen und Risiken der voraussichtlichen Entwicklung des Konzerns im verbleibenden Geschäftsjahr beschrieben sind.

7-JAHRES-ÜBERSICHT

für die Jahre 2007 bis 2013 nach IFRS

26

KENNZAHLEN DER GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

	<i>Einheit</i>	<i>2007</i>	<i>2008</i>	<i>2009</i>	<i>2010</i>	<i>2011</i>	<i>2012</i>	<i>2013</i>
Umsatz	Mio. Euro	1.162,1	1.220,4	1.164,5	1.294,2	1.373,9	1.514,7	1.494,8
Personalaufwand	Mio. Euro	465,2	494,3	510,5	550,7	593,4	685,5	677,6
Abschreibungen ¹⁾	Mio. Euro	59,7	59,2	66,3	55,1	79,9	63,8	196,5
Angepasstes operatives Ergebnis	Mio. Euro	157,6	158,7	147,2	185,0	187,7	187,4	190,4
EBITDA	Mio. Euro	188,4	192,0	159,1	200,4	223,2	194,1	225,4
Operatives Ergebnis	Mio. Euro	125,6	128,9	88,9	141,4	138,9	129,4	26,5
Beteiligungsergebnis	Mio. Euro	3,0	3,9	3,9	3,9	4,4	1,0	2,4
EBIT	Mio. Euro	128,6	132,8	92,8	145,2	143,3	130,3	28,9
Ergebnis aus laufender Geschäftstätigkeit	Mio. Euro	104,2	113,0	75,5	124,8	125,6	108,2	4,2
Konzernergebnis	Mio. Euro	78,9	82,0	60,5	84,0	88,1	64,1	-42,1
Steuerquote	Prozent	24,3	27,4	19,8	32,7	29,8	40,8	1.111,5

¹⁾ Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte

7-JAHRES-ÜBERSICHT

für die Jahre 2007 bis 2013 nach IFRS

BILANZ-KENNZAHLEN

	Einheit	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Langfristige Vermögenswerte	Mio. Euro	1.088,3	1.085,0	1.157,9	1.232,2	1.255,7	1.361,0	1.194,6
Kurzfristige Vermögenswerte	Mio. Euro	382,5	361,6	363,5	417,7	489,9	518,8	501,8
Vermögensstruktur	Prozent	284,5	300,1	318,5	295,0	256,3	262,3	238,0
Investitionen	Mio. Euro	73,7	101,5	106,7	89,6	77,3	177,8	118,4
davon in Sachanlagen ¹⁾	Mio. Euro	49,2	50,5	49,0	48,6	62,7	70,7	80,4
davon in Finanzanlagen	Mio. Euro	24,5	51,0	57,7	41,0	14,6	107,1	38,0
Eigenkapital	Mio. Euro	509,6	500,3	553,0	677,5	760,8	782,0	663,7
Fremdkapital	Mio. Euro	961,2	946,3	968,4	972,4	984,8	1.097,8	1.032,7
Bilanzsumme	Mio. Euro	1.470,8	1.446,6	1.521,4	1.649,9	1.745,6	1.879,8	1.696,4
Nettoverschuldung	Mio. Euro	-472,9	-481,5	-499,8	-428,5	-363,9	-461,8	-427,5

¹⁾ Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte

CASHFLOW-KENNZAHLEN

	Einheit	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	Mio. Euro	168,1	145,8	134,7	172,0	170,5	115,0	164,0
Cashflow aus Investitionstätigkeit	Mio. Euro	-64,6	-100,4	-104,4	-86,2	-72,9	-177,4	-117,5
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	Mio. Euro	-112,9	-46,4	-26,2	-76,9	-49,0	22,8	-31,5
Freier Cashflow	Mio. Euro	118,9	95,4	85,7	123,4	107,9	44,3	83,7

7-JAHRES-ÜBERSICHT

für die Jahre 2007 bis 2013 nach IFRS

28

RENTABILITÄTSKENNZAHLEN

	Einheit	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
AoP-Marge = Angepasstes operatives Ergebnis/Umsatz	Prozent	13,6	13,0	12,6	14,3	13,7	12,4	12,7
EBITDA-Marge = EBITDA/Umsatz	Prozent	16,2	15,7	13,7	15,5	16,2	12,8	15,1
EBIT-Marge = EBIT/Umsatz	Prozent	11,1	10,9	8,0	11,2	10,4	8,6	1,9
Umsatzrentabilität = Konzernergebnis/Umsatz	Prozent	6,8	6,7	5,2	6,5	6,4	4,2	-2,8
Personalaufwandsquote = Personalaufwand/Umsatz	Prozent	40,0	40,5	43,8	42,6	43,2	45,3	45,3
ROCE = EBIT/Capital Employed	Prozent	12,5	12,8	9,7	14,1	14,0	11,9	8,8
Gesamtkapitalrentabilität = EBIT/Durchschnittliche Bilanzsumme	Prozent	8,7	9,1	6,3	9,2	8,4	7,2	1,6
Ausschüttungsquote = Dividendensumme/Konzernergebnis	Prozent	20,4	20,2	17,8	20,7	26,9	37,0	-56,4
Dynamischer Verschuldungsgrad = Nettoverschuldung/Freier Cashflow	Jahre	4,0	5,1	5,8	3,5	3,4	10,4	5,1

KENNZAHLEN JE AKTIE

	Einheit	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Ergebnis je Aktie ¹⁾	Euro	1,98	2,04	1,42	1,99	2,06	1,43	-1,48
Angepasstes Ergebnis je Aktie ¹⁾	Euro	2,88	2,87	3,04	3,20	3,40	3,02	3,01
Freier Cashflow je Aktie ¹⁾	Euro	3,33	2,66	2,38	3,43	2,96	1,21	2,29
Dividende je Aktie	Euro	0,45	0,46	0,30	0,48	0,65	0,65	0,65
Dividendensumme	Mio. Euro	16,1	16,5	10,8	17,4	23,7	23,7	23,7
Dividendenrendite	Prozent	1,64	2,09	1,24	1,28	2,12	1,68	1,61
Jahresschlusskurs ¹⁾	Euro	27,50	22,02	24,13	37,60	30,63	38,59	40,31
Gewichtete Anzahl der Aktien	in 1.000	35.682	35.884	35.947	35.967	36.407	36.504	36.504

¹⁾ Angepasst um Kapitalerhöhung

KENNZAHLEN DER NETTOVERSCHULDUNG

	Einheit	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Nettoverschuldung zu								
Eigenkapital (Gearing)	Prozent	92,8	96,2	90,4	63,2	47,8	59,1	64,4
EBIT	Prozent	367,5	362,6	538,6	295,0	253,9	354,3	1.478,7
EBITDA	Prozent	251,0	250,8	314,2	213,8	163,1	237,9	189,7
freiem Cashflow	Prozent	397,8	505,0	583,4	347,2	337,4	1.041,5	510,8

7-JAHRES-ÜBERSICHT

für die Jahre 2007 bis 2013 nach IFRS

UMSATZ DER SEKTOREN UND REGIONEN

	Einheit	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Sektoren (alte Struktur bis 2011)								
Custom Research	Mio. Euro	773,0	782,8	709,2	785,6	829,2		
Retail and Technology	Mio. Euro	260,8	304,1	325,8	370,8	407,0		
Media	Mio. Euro	124,5	130,1	126,4	133,1	132,9		
Sektoren (neue Struktur ab 2012)¹⁾								
Consumer Experiences	Mio. Euro					829,2	907,8	881,3
Consumer Choices	Mio. Euro					539,8	601,6	607,8
Regionen (alte Struktur bis 2011)								
Deutschland	Mio. Euro	290,3	316,1	301,3	340,8	376,6		
Westeuropa/Mittlerer Osten/Afrika	Mio. Euro	480,5	487,2	458,1	483,0	520,5		
Zentral- und Osteuropa	Mio. Euro	73,1	87,2	71,7	89,7	97,6		
Nordamerika	Mio. Euro	240,7	219,7	207,2	219,3	200,3		
Lateinamerika	Mio. Euro	26,7	35,5	39,4	54,9	59,4		
Asien und Pazifik	Mio. Euro	50,8	74,8	86,9	106,5	119,5		
Regionen (neue Struktur ab 2012)¹⁾								
Nordeuropa	Mio. Euro					596,3	622,4	607,7
Süd- und Westeuropa	Mio. Euro					280,4	282,1	272,6
Zentral Osteuropa/META	Mio. Euro					118,0	121,8	127,7
Nordamerika	Mio. Euro					200,3	266,8	265,9
Lateinamerika	Mio. Euro					59,4	66,6	66,5
Asien und Pazifik	Mio. Euro					119,5	155,0	154,4

¹⁾ Erläuterungen zur neuen Struktur siehe Lagebericht, Kapitel 2. Die Vorjahreszahlen wurden an die neue Struktur angepasst.

ANGEPASSTES OPERATIVES ERGEBNIS DER SEKTOREN

	Einheit	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Sektoren (alte Struktur bis 2011)								
Custom Research	Mio. Euro	66,1	56,0	39,5	63,2	65,0		
Retail and Technology	Mio. Euro	67,3	82,6	95,8	113,9	123,5		
Media	Mio. Euro	25,7	23,8	16,6	15,6	10,8		
Sektoren (neue Struktur ab 2012)¹⁾								
Consumer Experiences	Mio. Euro					63,3	58,9	58,6
Consumer Choices	Mio. Euro					136,0	139,3	144,4

¹⁾ Erläuterungen zur neuen Struktur siehe Lagebericht, Kapitel 2. Die Vorjahreszahlen wurden an die neue Struktur angepasst.

ZAHL DER MITARBEITER ZUM JAHRESENDE

	Einheit	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Sektoren (alte Struktur bis 2011)								
Custom Research	Mitarbeiter	9.070	9.692	10.058	10.546	11.457	12.678	12.940
Retail and Technology	Mitarbeiter	5.632	5.876	5.837	6.018	6.594		
Media	Mitarbeiter	2.458	2.757	3.224	3.507	3.768		
Media	Mitarbeiter	559	594	552	554	612		
Sektoren (neue Struktur ab 2012)¹⁾								
Consumer Experiences	Mitarbeiter					6.578	7.180	7.125
Consumer Choices	Mitarbeiter					4.396	5.002	5.287

¹⁾ Erläuterungen zur neuen Struktur siehe Lagebericht, Kapitel 2. Die Vorjahreszahlen wurden an die neue Struktur angepasst.

GLOSSAR FINANZTECHNISCHER BEGRIFFE

30

A

Angepasstes Operatives Ergebnis

Im angepassten operativen Ergebnis bleiben die hervorgehobenen Posten unberücksichtigt. Mit dieser Kennzahl steuert das Management konzernweit das operative Geschäft der GfK.

Assoziierte Unternehmen

▷ Minderheitsbeteiligungen, auf deren Geschäfts- oder Firmenpolitik ein maßgeblicher Einfluss, jedoch nicht die Kontrolle ausgeübt werden kann. Assoziierte Unternehmen werden grundsätzlich at equity bewertet.

Ausschüttungsquote

Dividendensumme im Verhältnis zum Konzernergebnis.

B

Bruttoergebnis vom Umsatz

Umsatzerlöse abzüglich ▷ Umsatzkosten.

C

Cashflow

Zahlungswirksamer Saldo aus Mittelzufluss und -abfluss.

D

Dividendenrendite

Dividende je Aktie im Verhältnis zum Jahreschlusskurs.

Dynamischer Verschuldungsgrad

Nettoverschuldung im Verhältnis zum ▷ freien Cashflow.

E

EBIT

Abkürzung für „Earnings before Interest and Taxes“. Berechnung: ▷ Operatives Ergebnis zuzüglich Ergebnis aus assoziierten Unternehmen zuzüglich sonstiges Beteiligungsergebnis.

EBITDA

Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen. Abkürzung für „Earnings before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization“. Berechnung: ▷ EBIT zuzüglich Abschreibungsaufwand.

Eigenkapitalquote

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

Eigenkapitalrentabilität

Konzernergebnis im Verhältnis zum durchschnittlichen Eigenkapital.

Ergebnis

▷ angepasstes operatives Ergebnis.

Ergebnis aus laufender Geschäftstätigkeit

▷ EBIT zuzüglich sonstige Finanzerträge abzüglich sonstige Finanzaufwendungen.

F

Freier Cashflow

Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit abzüglich Erhaltungs- und Ersatzinvestitionen.

G

Gesamtkapitalrentabilität

▷ EBIT im Verhältnis zur durchschnittlichen Bilanzsumme.

I

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.

L

Latente Steuern

Aktiv- und/oder Passivposten in der Bilanz zum Ausgleich des Unterschieds zwischen der tatsächlich veranlagten Steuerschuld und der wirtschaftlichen Steuerbelastung, die der Bilanzierung in der Handelsbilanz nach ▷ IFRS entspricht. Grundlage für die Ermittlung der latenten Steuern ist der Unterschied zwischen dem Ansatz von Vermögensgegenständen und Schulden in der Bilanz nach IFRS und der lokalen Steuerbilanz.

M

Minderheitsbeteiligungen

Oberbegriff für ▷ assoziierte Unternehmen und sonstige Beteiligungen. Die Beteiligungsquote liegt unter 50 Prozent.

N

Nettoverschuldung

Liquide Mittel und kurzfristige Wertpapiere abzüglich Pensionsverpflichtungen und Finanzverbindlichkeiten.

O

Operatives Ergebnis

Bruttoergebnis vom Umsatz abzüglich Vertriebs- und allgemeine Verwaltungskosten zuzüglich sonstige betriebliche Erträge abzüglich ▷ sonstige betriebliche Aufwendungen.

S

Sonstige betriebliche Aufwendungen

Aufwendungen im Rahmen der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit ohne Finanzaufwand, die nicht den Umsatzkosten oder den Vertriebs- und allgemeinen Verwaltungskosten zuzuordnen sind. Beispiele dafür sind Impairments, Verluste aus Anlagenabgängen oder Währungskursverluste.

Steuerquote

Steuern auf das Ergebnis aus laufender Geschäftstätigkeit im Verhältnis zum ▷ Ergebnis aus laufender Geschäftstätigkeit.

U

Umsatzkosten

Summe aller betrieblichen Kostenarten, die direkt Kundenaufträgen zuzuordnen sind. Es handelt sich insbesondere um Kosten für die externe Datenbeschaffung, für Probanden und Interviewer.

V

Verbundene Unternehmen

Unternehmen, über die die Muttergesellschaft die Kontrolle ausübt. In der Regel besitzt die Muttergesellschaft die Stimmrechts- und Kapitalmehrheit am verbundenen Unternehmen.

VORAUSSICHTLICHE FINANZTERMINE

TERMINE 2014

:

27. MAI 2014
HAUPTVERSAMMLUNG
NÜRNBERG

13. AUGUST 2014
HALBJAHRESBERICHT
ZUM 30. JUNI¹⁾

12. NOVEMBER 2014
NEUNMONATSBERICHT
ZUM 30. SEPTEMBER¹⁾

¹⁾ Die Veröffentlichung erfolgt
voraussichtlich vor Börsenbeginn

TERMINE 2015

:

30. JANUAR 2015
TRADING STATEMENT

13. MÄRZ 2015
BILANZPRESSEKONFERENZ
NÜRNBERG

13. MAI 2015
QUARTALSBERICHT
ZUM 31. MÄRZ 2015¹⁾

28. MAI 2015
HAUPTVERSAMMLUNG FÜRTH

14. AUGUST 2015
HALBJAHRESBERICHT
ZUM 30. JUNI 2015¹⁾

13. NOVEMBER 2015
NEUNMONATSBERICHT
ZUM 30. SEPTEMBER 2015¹⁾

KONTAKT

**Global Head of
Investor Relations**
Bernhard Wolf
Tel +49 911 395-2012
Fax +49 911 395-4075
bernhard.wolf@gfk.com

Herausgeber
GfK SE
Nordwestring 101
90419 Nürnberg
www.gfk.com
gfk@gfk.com

Dieser Quartalsbericht liegt in deutscher und englischer Sprache vor.
Beide Fassungen sowie weitere Presseinformationen stehen im Internet
unter www.gfk.com zum Download bereit.

Stand: 14. Mai 2014

Bericht für das
erste Quartal 2014