



Bericht für das
erste Halbjahr 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⁾	2. Quartal		Veränderung in %	1. Halbjahr		Veränderung in %	2013	2013 ²⁾
	2013	2014		2013	2014			
Ertragslage								
Umsatz	380,6	363,0	- 4,6	728,6	697,9	- 4,2	1.494,8	1.494,8
Bruttoergebnis vom Umsatz ³⁾	136,3	128,0	- 6,1	241,3	232,3	- 3,7	486,8	486,8
EBITDA	63,6	55,5	- 12,8	95,9	90,1	- 6,0	225,4	225,4
Angepasstes operatives Ergebnis	53,4	45,0	- 15,7	76,4	68,6	- 10,1	190,4	190,4
Marge in % ⁴⁾	14,0	12,4		10,5	9,8		12,7	12,7
Operatives Ergebnis	48,7	39,0	- 20,0	67,2	58,3	- 13,3	26,5	141,1
EBIT	49,1	40,0	- 18,6	67,9	60,2	- 11,4	28,9	143,5
Konzernergebnis	29,1	20,8	- 28,4	37,9	30,8	- 18,7	- 42,1	72,5
Unverwässertes Ergebnis je Aktie (EUR)	0,72	0,48	- 33,3	0,89	0,67	- 24,7	- 1,48	1,66
Investitionen und Finanzierung								
Cashflow aus lfd. Geschäftstätigkeit	21,2	39,3	85,2	30,7	57,6	87,5	164,0	
Cashflow aus der Investitionstätigkeit	- 20,9	- 15,3	- 26,7	- 62,7	- 29,2	- 53,5	- 117,5	
Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit	- 40,0	- 14,2	- 64,5	33,5	- 17,3	-	- 31,5	
Freier Cashflow nach Akquisitionen, sonst. Investitionen und Anlagenabgängen	0,3	23,9	> 200	- 32,0	28,5	-	46,6	

	31.12.2013	30.06.2014	Veränderung zum 31.12. in %	30.06.2013	30.06.2014	Veränderung zum 30.06. in %
Vermögenslage						
Bilanzsumme	1.696,4	1.754,2	3,4	1.882,1	1.754,2	- 6,8
Eigenkapital	663,7	683,9	3,0	763,9	683,9	- 10,5
Eigenkapitalquote in %	39,1	39,0		40,6	39,0	
Liquidität ⁵⁾	72,0	81,9	13,8	61,3	81,9	33,6
Nettoverschuldung ⁶⁾	427,5	443,5	3,7	508,3	443,5	- 12,7
Mitarbeiter						
Anzahl Mitarbeiter	12.940	13.203	2,0	12.910	13.203	2,3
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) Vorjahreszahlen angepasst aufgrund der Umgliederung zwischen den Umsatzkosten und den Vertriebs- und allgemeinen Verwaltungskosten, siehe Quartalsanhang Kapitel 2

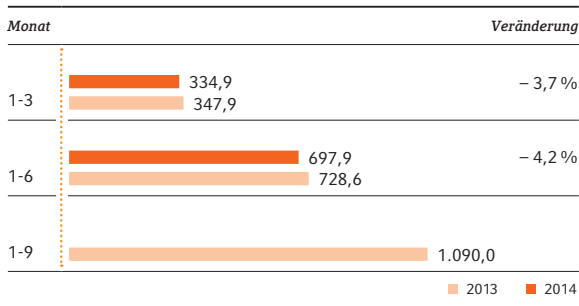
4) Angepasstes operatives Ergebnis zum Umsatz

5) Liquide Mittel zuzüglich kurzfristige Wertpapiere und Festgelder

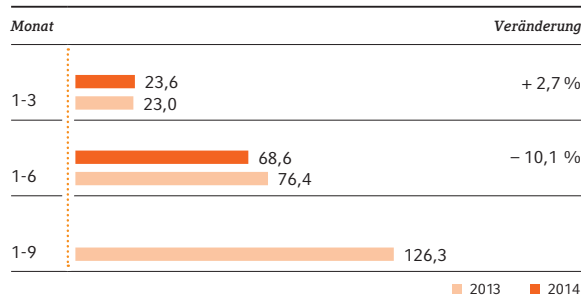
6) Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten zuzüglich Pensionsverpflichtungen, Leasingverbindlichkeiten und anderen verzinlichen Verbindlichkeiten abzüglich liquider Mittel und kurzfristiger Wertpapiere und Festgelder

ZAHLEN ZUM GESCHÄFTSVERLAUF DER GfK GRUPPE

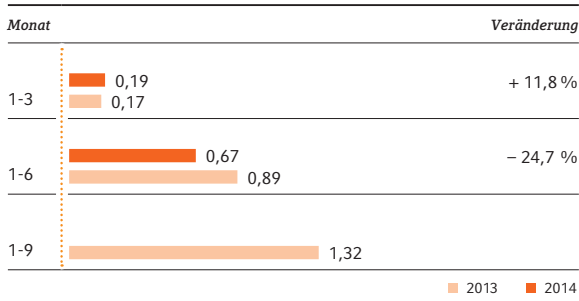
UMSATZ IN MILLIONEN EURO



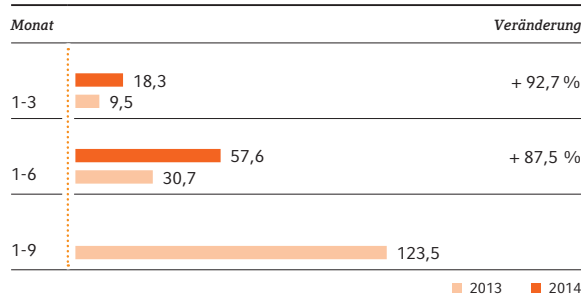
ANGEPASSTES OPERATIVES ERGEBNIS IN MILLIONEN EURO



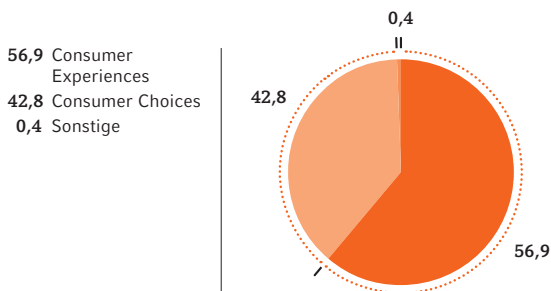
ERGEBNIS JE AKTIE IN EURO



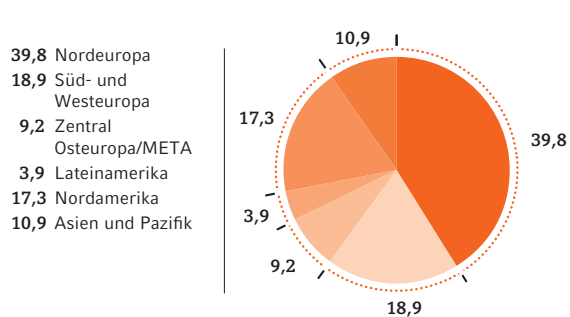
CASHFLOW AUS LAUFENDER GESCHÄFTSTÄTIGKEIT IN MILLIONEN EURO



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>2. Quartal</i>		<i>Veränderung in %</i>	<i>1. Halbjahr</i>		<i>Veränderung in %</i>
	<i>2013</i>	<i>2014</i>		<i>2013</i>	<i>2014</i>	
Umsatz	224,1	204,7	- 8,6	430,9	397,2	- 7,8
Angepasstes operatives Ergebnis	13,9	14,4	3,6	16,3	18,7	15,2
Marge in % ¹⁾	6,2	7,0		3,8	4,7	

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>2. Quartal</i>		<i>Veränderung in %</i>	<i>1. Halbjahr</i>		<i>Veränderung in %</i>
	<i>2013</i>	<i>2014</i>		<i>2013</i>	<i>2014</i>	
Umsatz	155,4	157,2	1,2	295,2	298,8	1,2
Angepasstes operatives Ergebnis	43,3	34,0	- 21,6	66,4	57,9	- 12,8
Marge in % ¹⁾	27,9	21,6		22,5	19,4	

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	13
7. „Own the Future“ – Implementierung der neuen Geschäftsstrategie schreitet voran	14
8. Mitarbeiter	14
9. Forschung und Entwicklung	14
10. Organisation und Verwaltung	15
11. Veränderungen der Beteiligungen im zweiten Quartal 2014	15
12. Wichtige Ereignisse nach dem Stichtag 30. Juni 2014	15
13. Chancen- und Risikolage	15
14. Ausblick	16
Konzernabschluss	17
Konzernanhang	26
Sonstige Informationen	28

AKTIONÄRSBRIEF

Sehr geehrte Damen und Herren,

6



:

MATTHIAS HARTMANN

VORSTANDSVORSITZENDER
DER GfK SE

Im zweiten Quartal hat GfK seinen Transformationsprozess konsequent fortgesetzt. Unser Ziel, Verträge mit langen Laufzeiten zu gewinnen, erfüllte sich ein weiteres Mal im Bereich Audience Measurement. Mit dem Gewinn des Tenders zur Einschaltquotenmessung in Marokko hat sich das örtliche Joint Industry Committee (JIC) für GfK entschieden. Die Vertragsunterschrift wollen wir bis zum Jahresende erreichen. Nach den beiden großen gewonnenen Verträgen zum Aufbau der Fernsehmessung in Brasilien und Saudi-Arabien ist dies binnen der letzten acht Monate ein weiterer Erfolg unserer Internationalisierung der Medienforschung.

Wir gehen zurzeit davon aus, mit diesem und anderem Neugeschäft im Sektor Consumer Choices zukünftig ein organisches Wachstum in einer Größenordnung von 3 bis 4 Prozent auf Gruppenebene zu schaffen. Hierfür werden jetzt die Investitionen und Kosten mit direktem Einfluss auf die Gewinn- und Verlustrechnung eingesetzt, weshalb sich im ersten Halbjahr dieses Jahres die Marge des Sektors Consumer Choices wie geplant von 22,5 auf 19,4 Prozent verringert hat, verursacht durch höhere Abschreibungen und den Anlauf von Neugeschäften. Diese Belastungen führen vorübergehend zu einem leichten Margenrückgang im Vorjahresvergleich. Aber wir versprechen uns gerade hier solides Wachstum in der Zukunft. Die notwendigen Investitionen für diese Neugeschäfte müssen wir jetzt vornehmen, auch wenn die Umsätze erst zeitlich verzögert wirksam werden, weil hier erst die zur Messung der Einschaltquoten notwendigen Panels aufgebaut werden müssen. Aber auch andere Initiativen haben zeitlichen Vorlauf. So sind Investitionen in neue Retailpanels erfolgt und erste Kundenverträge abgeschlossen worden. Z.B. haben wir im Bereich Health/Medical

30 Krankenhäuser unter Vertrag, um auch hier eine Währung für Verbrauchsmaterialien zu schaffen. Im Automobilbereich etablieren wir gerade ein neues Panel, mit dem wir Preistransparenz schaffen. Diesen Ansatz verfolgen wir auch für andere Industrien und Dienstleistungen, und zwar dort, wo wir ähnliche Strukturen vorfinden, die wir schon im bestehenden Handelspanel (Retail and Technology) erfolgreich nutzen. Wir bringen mit unseren Produkten und Analysen Transparenz in diese Märkte und stellen mit unseren Daten eine verlässliche Währung für die Entscheider im Handel und bei den Herstellern bereit.

Wie bereits mehrfach kommuniziert beinhaltet unsere Strategie aber neben Impulsen für zusätzliches organisches Wachstum im Sektor Consumer Choices auch Umsatzbereinigungen vor allem im Bereich des Sektors Consumer Experiences. Dort, wo wir uns nicht ausreichend von unseren Wettbewerbern differenzieren und auch langfristig kein Alleinstellungsmerkmal erreichen können, verzichten wir bewusst auf Umsatzvolumen und Wachstum und setzen auf ein komplett neu gestaltetes, global einsetzbares Produktportfolio. Schon rund 25 Prozent des Sektors werden über die neuen globalen Produkte generiert, in den drei großen Kernmärkten Deutschland, USA und Großbritannien bereits rund 35 Prozent. Im zweiten Quartal hat GfK diesen Umbauprozess weiter vorangetrieben und auch einen Umsatzrückgang in Kauf genommen. Allerdings haben auch Kunden Geschäft reduziert, weil sie sich selbst einem tief greifenden Wandel unterziehen. Dies geschieht z.B. bei einigen Herstellern im Bereich Consumer Electronics. GfK liegt deshalb um 4,2 Prozent hinter dem Vorjahresumsatz zurück, wobei ein großer Teil auf Währungseinflüsse zurückzuführen ist, die sich auf -2,7 Prozent belaufen. Unsere Zielmarge des AOI liegt unter dem Vorjahr, allerdings war das Vorjahresquartal sehr erfolgreich und auch durch Sondereffekte aus der Umstellung von Pensionsplänen einer Schweizer Tochtergesellschaft geprägt. Der Fokus des Sektors liegt eindeutig weiter auf der Verbesserung der Marge. Diese lag im ersten Quartal noch bei 2,3 Prozent und im zweiten Quartal bei 7 Prozent. Schlagen in der Vergangenheit Umsatzrückgänge im Sektor stets direkt auf die Marge durch, so konnten im ersten Halbjahr sowohl die Erträge wie auch die Marge gesteigert werden.

Auf Gruppenebene hat sich der Cashflow sehr positiv entwickelt. Das Working Capital hat weniger Mittel gebunden und der Freie Cashflow nach Akquisitionen, sonstigen Investitionen und Anlagenabgängen hat sich um rund 60 Millionen Euro auf 28,5 Millionen Euro verbessert. Unsere selektive Akquisitionsstrategie hat außerdem dazu beigetragen, Mittel zu schonen, die jetzt für neue Wachstumsmöglichkeiten bereit stehen.

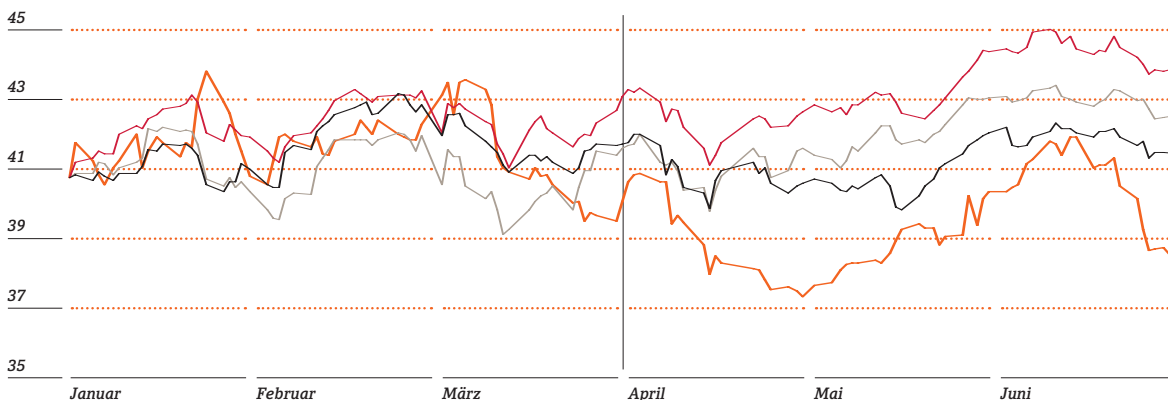
Eine Konsequenz dieses Umbaus sind auch größere Schwankungen, die sich in den kurzen 3-Monats-Berichtsperioden zeigen. Wir sind zuversichtlich, den größten Teil des Umbaus bis Jahresende geschafft zu haben. Die erzielten Erfolge und die neuen Vertragsabschlüsse spornen uns an, auf diesem Weg weiter voran zu gehen. Wir bleiben für die Zukunft zuversichtlich. Verlässliche Informationen werden immer wertvoller, und GfK ist auf dem besten Weg ein weltweit führender Anbieter hierfür zu werden.

Ihr


MATTHIAS HARTMANN

ENTWICKLUNG DER GfK-AKTIE

KURSENTWICKLUNG DER GfK-AKTIE VOM 1. JANUAR 2014 BIS ZUM 30. JUNI 2014 IN EURO¹⁾



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 von GfK mit einem Kurs von 40,70 Euro. Ende Januar verzeichnete sie mit 43,86 Euro den Höchststand der Periode und bewegte sich anschließend weitgehend parallel zum SDAX. Im März und April konnte die Aktie dieses Niveau nicht halten und erreichte am 20.4. mit einem Kurs von 37,20 den tiefsten Wert der Periode. Kurzzeitig konnte die Aktie wieder Anschluss an den Index finden und auf 40,10 steigen, schloss das Quartal aber mit einem Kurs von 38,10. Dies entspricht einer Performance von minus 6,4 Prozent seit Jahresbeginn. Über das Halbjahr insgesamt blieb die Entwicklung der GfK-Aktie damit hinter dem Vergleichsindex (SDAX) zurück, der während dieses Zeitraums um 8,1 Prozent zulegen konnte.

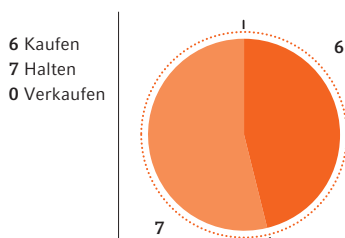
Das durchschnittliche Handelsvolumen der GfK-Aktie an den deutschen Börsen lag mit 5.900 Stück pro Tag unter dem Jahresvolumen von 11.800.

Am 27. Mai stimmten mehr als 200 Aktionäre und Aktionärsvertreter (Präsenz: 88,4 Prozent) auf der 6. ordentlichen Hauptversammlung von GfK ab. Die Beschlüsse wurden mit mindestens 99,76 Prozent angenommen. So wurde Aliza Knox, Managing Director Online Sales, Asia Pacific bei Twitter Singapur, als neues Aufsichtsratsmitglied gewählt und der Dividende in Höhe von 0,65 Euro je Stückaktie zugestimmt. Die Ausschüttungsquote gemessen am Konzernergebnis beträgt 32,0 Prozent.

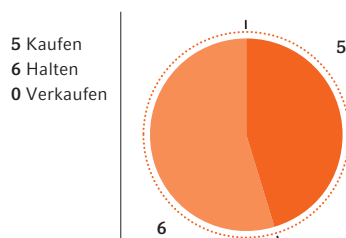
Die GfK wird von nationalen und internationalen Finanzanalysten beobachtet. Ende Juni bewerteten elf Analysten die GfK-Aktie. Davon empfehlen sie fünf zum Kauf, sechs weitere stuften sie mit „Halten“ ein.

Der Anteil der frei handelbaren Wertpapiere lag Ende Juni 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



ANALYSTENEMPFEHLUNGEN
ZUM 30.06.2014



GfK-Aktie ²⁾		2013	Q1 2014	Q2 2014
Anzahl Aktien	Tsd Stück	36.504	36.504	36.504
Marktkapitalisierung	Mio EUR	1.470	1.439	1.391
Höchst-/Tiefstkurs	EUR	44,80/35,90	43,86/39,43	40,10/37,20
Schlusskurs	EUR	40,30	39,43	38,10
unverwässertes Ergebnis je Aktie	EUR	1,66 ²⁾	0,19	0,48

¹⁾ Stichtagsbezogen

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

GfK SETZT TRANSFORMATIONSPROZESS FORT

8

- Umsatz geht organisch um 1,6 Prozentpunkte zurück, Währungseffekte drücken Gesamtwachstum auf minus 4,2 Prozent
- Marge liegt bei 9,8 Prozent (Vorjahr: 10,5 Prozent)
- Bereinigung des Produktangebotes wird sichtbar
- Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit um 26,9 Millionen Euro auf 57,6 Millionen Euro deutlich verbessert
- Umsatzprognose angepasst

Der Umsatz der GfK Gruppe ist im ersten Halbjahr 2014 um 4,2 Prozent zurückgegangen. Währungseinflüsse hatten daran mit minus 2,7 Prozentpunkten einen deutlichen Anteil. Organisch belief sich der Umsatzrückgang auf 1,6 Prozent. Gutes organisches Wachstum zeigte der Sektor Consumer Choices mit einem Plus von 3,7 Prozent. Der Sektor Consumer Experiences, der sein Produktportfolio bereinigt, weist einen Rückgang des Umsatzes von organisch 5,0 Prozent auf. Die Regionen Lateinamerika, Asien/Pazifik und Zentralosteuropa/META hatten gute organische Wachstumsraten zu verzeichnen, denen aber wie bereits in den Vorquartalen hohe negative Währungseffekte entgegenstanden. In Europa war die Umsatzentwicklung rückläufig, in Nordamerika konnten die Umsatzrückgänge des ersten Quartals bis zur Jahresmitte weitgehend aufgeholt werden.

Das angepasste operative Ergebnis der Gruppe ging gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 7,7 Millionen Euro auf 68,6 Millionen Euro zurück. Währungseffekte hatten hierbei einen Anteil von minus 2,2 Millionen Euro. Im Vergleichszeitraum war das Ergebnis durch einen Einmaleffekt aus der Umstellung eines Pensionsplans positiv beeinflusst. Die Marge lag bei 9,8 Prozent nach 10,5 Prozent im ersten Halbjahr 2013. Die Differenz von 0,7 Prozentpunkten entspricht der Höhe des genannten Einmaleffekts im Vorjahr. Die konsequente Neuausrichtung des Produktportfolios sowie ein straffes Kostenmanagement führten im Sektor Consumer Experiences trotz des rückläufigen Umsatzes zu einer Verbesserung der Marge von 3,8 auf 4,7 Prozent. Dies entspricht einem Ergebniswachstum von 15,2 Prozent. Die Marge des Sektors Consumer Choices verringerte sich wie geplant durch höhere Abschreibungen und den Anlauf von Neugeschäften von 22,5 auf 19,4 Prozent. Gut zwei Prozentpunkte davon sind auf Aufwendungen für verschiedene mobile Produkte und nicht aktivierbare Posten sowie erhöhte Abschreibungen für den Aufbau neuer Panels zurückzuführen. Das EBITDA der Gruppe verringerte sich um 5,7 Millionen Euro, das Konzernergebnis um 7,1 Millionen Euro auf 30,8 Millionen Euro. Die Umsatzprognose für das laufende Geschäftsjahr wird leicht angepasst.

Ende Juni waren 79,5 Prozent des erwarteten Jahresumsatzes verbucht oder im Auftragsbestand enthalten (Vorjahr: 81,9 Prozent).

ZWISCHENLAGEBERICHT

1. GESAMTWIRTSCHAFTLICHE LAGE

Die Weltwirtschaft konnte sich zwar im ersten Halbjahr 2014 etwas erholen, zuletzt haben führende Wirtschaftsforschungsinstitute aber eine erneute Verlangsamung der Dynamik festgestellt. In vielen Ländern wird die Entwicklung weiterhin von geopolitischen, aber auch fiskalischen Schwierigkeiten gebremst.

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 und kräftig in Wachstum investiert. Entsprechend dieser Strategie entwickelte sich das Geschäft von GfK im ersten Halbjahr 2014, wobei sich der Umsatz schwächer entwickelt als erwartet. Der Umsatz der Gruppe ging um 4,2 Prozent auf 697,9 Millionen Euro zurück, wobei Währungseffekte mit minus 2,7 Prozent den größten Einfluss hatten. Das organische Wachstum lag damit bei minus 1,6 Prozent.

Der Umsatz des Sektors Consumer Experiences ging organisch um 5,0 Prozent zurück. Hierbei macht sich neben der geplanten Portfoliobereinigung auch eine Nachfrageschwäche im Custom Research Geschäft bemerkbar. Der Umsatzbeitrag globaler Produkte konnte gesteigert werden, sie machen bereits etwa 25 Prozent des Umsatzvolumens des Sektors aus.

Der Sektor Consumer Choices wuchs organisch um 3,7 Prozent.

GfK GRUPPE: KENNZAHLEN ZUR ENTWICKLUNG

in Millionen Euro (gerundet)	2. Quartal 2013	2. Quartal 2014	Veränderung in %	1. Halbjahr 2013	1. Halbjahr 2014	Veränderung in %
Umsatz	380,6	363,0	- 4,6	728,6	697,9	- 4,2
EBITDA	63,6	55,5	- 12,8	95,9	90,1	- 6,0
Angepasstes operatives Ergebnis	53,4	45,0	- 15,7	76,4	68,6	- 10,1
Marge in Prozent ¹⁾	14,0	12,4		10,5	9,8	
Operatives Ergebnis	48,7	39,0	- 20,0	67,2	58,3	- 13,3
EBIT	49,1	40,0	- 18,6	67,9	60,2	- 11,4
Sonstiges Finanzergebnis	- 6,3	- 7,9	- 25,5	- 11,4	- 12,5	- 10,2
Konzernergebnis	29,1	20,8	- 28,4	37,9	30,8	- 18,7
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	21,2	39,3	85,2	30,7	57,6	87,5
Unverwässertes Ergebnis je Aktie in Euro	0,72	0,48	- 33,3	0,89	0,67	- 24,7

1) Angepasstes operatives Ergebnis zum Umsatz

Das **angepasste operative Ergebnis** (im Folgenden: Ergebnis) erreichte in den ersten sechs Monaten 68,6 Millionen Euro. Das entspricht einer Verringerung um 7,7 Millionen Euro gegenüber dem Vorjahr. Im Vorjahreszeitraum hatten zwei Effekte für ein besonders starkes Ergebnis gesorgt. Die Auflösung von Pensionsrückstellungen in Folge der Umstellung des Pensionsplans in der Schweiz führte im zweiten Quartal 2013 zu einem einmaligen Gewinn. Zudem führten im Vorjahr Verschiebungen von Aufträgen vom ersten in das zweite Quartal zu einem besonders starken Quartalergebnis. Die Abwertung verschiedener für GfK wichtiger Währungen hatte im ersten Halbjahr einen Einfluss auf das Ergebnis von 2,2 Millionen Euro. In Summe ging die **Marge** der Gruppe von 10,5 Prozent auf 9,8 Prozent zurück. Diese Differenz entspricht exakt dem Einfluss des Pensionseffektes im Vorjahr. GfK ist es somit gelungen, negative Währungseinflüsse, erhöhte Abschreibungen und geringere Umsätze durch ein straffes Kostenmanagement in der Marge zu kompensieren.

Wie ihre Wettbewerber nutzt die GfK Gruppe das angepasste operative Ergebnis als Steuergröße. 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 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, belief sich in den ersten sechs Monaten 2014 auf minus 10,4 Millionen Euro nach minus 9,2 Millionen Euro in der Vorjahresperiode.

ANGEPASSTES OPERATIVES ERGEBNIS¹⁾

<i>in Millionen Euro</i>	<i>1. Halbjahr 2013</i>	<i>1. Halbjahr 2014</i>
Operatives Ergebnis	67,2	58,3
Zu- und Abschreibungen auf aufgedeckte stille Reserven aus der Kaufpreisallokation	- 4,9	- 3,5
Erträge und Aufwendungen aus Unternehmenskäufen und Übernahmetransaktionen	- 0,1	- 0,3
Erträge und Aufwendungen aus Umstrukturierungs- und Optimierungsprojekten	- 3,2	- 3,0
Personalaufwendungen aus langfristigen aktienbasierten Prämiensystemen	- 0,5	- 0,8
Ergebnis aus der Währungsumrechnung	0,2	- 0,8
Aufwendungen und Erträge aus Einmaleffekten und anderen außergewöhnlichen Sachverhalten	- 0,5	- 1,9
Hervorgehobene Posten gesamt	- 9,2	- 10,4
Angepasstes operatives Ergebnis	76,4	68,6

1) Gerundet

10

Angestiegen sind die Aufwendungen aus der Währungsumrechnung. Außerdem wurde die in Folge der bereits berichteten Vorfälle in der Türkei gebildete Rückstellung um 1,9 Millionen Euro erhöht, von denen 1,3 Millionen in den hervorgehobenen Posten und 0,6 Millionen im Finanzergebnis ausgewiesen sind. Zurückgegangen sind dagegen die Salden aus Zu- und Abschreibungen auf aufgedeckte stille Reserven aus der Kaufpreisallokation und der Erträge und Aufwendungen aus Reorganisations- und Optimierungsprojekten.

Das **EBITA** verringerte sich um 5,7 Millionen Euro auf 90,1 Millionen Euro, das **EBIT** um 7,8 Millionen auf 60,2 Millionen Euro. Die sonstigen Abschreibungen haben sich in Folge der Investitionen in neue Systeme um 3,5 Millionen Euro wie geplant erhöht.

Das **sonstige Finanzergebnis**, das ist der Saldo aus sonstigen Finanzerträgen und sonstigen Finanzaufwendungen, betrug aufgrund eines verschlechterten Währungsergebnisses minus 12,5 Millionen Euro nach minus 11,4 Millionen Euro im ersten Halbjahr 2013.

Die **Steuerquote** stieg von 32,9 Prozent im Vorjahr auf 35,2 Prozent. Im Vorjahr war die Steuerquote durch den Pensionseffekt in der Schweiz positiv beeinflusst, um diesen bereinigt lag sie bei 34,9 Prozent.

3. CASHFLOW UND INVESTITIONEN

Der **Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit** für die ersten sechs Monate 2014 konnte gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 87,5 Prozent auf 57,6 Millionen Euro verbessert werden. Das operative Working Capital wurde um 4,1 Millionen Euro verbessert. In der Vergleichsperiode war der Cashflow im Zusammenhang mit den Steuernachzahlungen in der Türkei mit 7,6 Millionen Euro belastet.

Der Mittelabfluss aus **Investitionstätigkeit** ging hauptsächlich wegen verminderter Akquisitionstätigkeit um 33,6 Millionen Euro auf 29,2 Millionen Euro zurück. Für Akquisitionen wurden, nach 33,1 Millionen Euro im Vergleichszeitraum, im ersten Halbjahr 2014 nur 1,1 Millionen Euro ausgegeben, da wie geplant der Fokus auf organisches Wachstum gelegt wird. Investitionen in Sachanlagen blieben mit 9,5 Millionen gegenüber der Vorjahresperiode nahezu konstant. Die Auszahlungen für den Erwerb immaterieller Vermögenswerte waren mit 16,4 Millionen Euro nach 20,0 Millionen Euro im ersten Halbjahr 2013 etwas geringer.

Entsprechend verbesserte sich der **frei verfügbare Cashflow nach Akquisitionen, sonstigen Investitionen und Anlagenabgängen** um 60,5 Millionen Euro auf 28,5 Millionen Euro.

Zum Ende Juni 2014 verfügte GfK über **liquide Mittel** in Höhe von 80,7 Millionen Euro (30. Juni 2013: 60,2 Millionen Euro). Die nicht in Anspruch genommenen Kreditlinien betragen Ende Juni 241,0 Millionen Euro.

4. VERMÖGENS- UND FINANZSTRUKTUR

Während der ersten sechs Monate 2014 erhöhte sich die Bilanzsumme der GfK SE gegenüber dem Jahresende 2013 um 3,4 Prozent auf 1.754 Millionen Euro. Der Zuwachs stammt größtenteils aus der Auswirkung von Währungsschwankungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte in geringerem Maße aus einer Erhöhung der immateriellen Vermögenswerte aufgrund des Panelaufbaus.

Die Eigenkapitalquote betrug 39,0 Prozent und blieb damit gegenüber dem Jahresende 2013 nahezu konstant (31. Dezember 2013: 39,1 Prozent). Das Grundkapital der GfK SE blieb mit 153 Millionen Euro unverändert.

Die **Nettoverschuldung** belief sich Ende Juni 2014 auf 443,5 Millionen Euro. Dies entspricht im Vergleich zum 30. Juni 2013 einer Reduktion um 64,8 Millionen Euro (30. Juni 2013: 508,3 Millionen Euro), und gegenüber dem Jahresende 2013 einer Steigerung um 16,0 Millionen Euro.

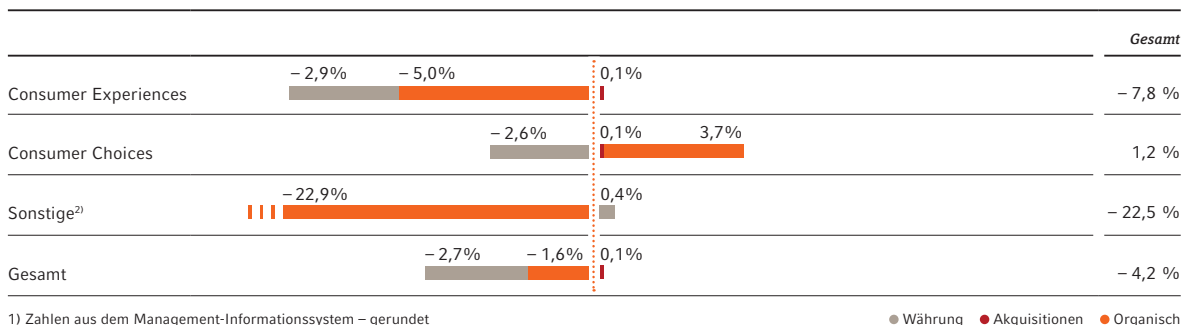
Zum 30. Juni 2014 betrug das Verhältnis der modifizierten Nettoverschuldung zum EBITDA 2,02 (30. Juni 2013: 2,63). Auch die mit den Banken vereinbarten Covenants werden weiterhin komfortabel eingehalten. Die Revolving Credit Facility über 200 Millionen Euro war zum 30. Juni mit 15 Millionen gezogen. Die Revolving Credit Facility wurde im Mai dieses Jahres bis 2019 (mit Verlängerungsoption) zu wesentlich günstigeren Konditionen verlängert.

Die Gesamtzahl der im Umlauf befindlichen Aktien der GfK SE lag zum 30. Juni 2014 gegenüber Jahresende 2013 unverändert bei 36.503.896.

5. ENTWICKLUNG DER SEKTOREN

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

STRUKTUR DES UMSATZWACHSTUMS IN DEN SEKTOREN¹⁾



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, zielgerichtete 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. Halbjahr		Veränderung in %
	2013	2014	
Umsatz	430,9	397,2	-7,8
Angepasstes operatives Ergebnis	16,3	18,7	15,2
Marge in % ²⁾	3,8	4,7	

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. Innovative, globale Produkte basierend auf Plattformen treiben das Geschäft. Über diese wird ein zunehmender Teil des Geschäfts abgewickelt und sie sind ein wesentlicher Faktor bei der Akquisition neuer Aufträge. So konnten im zweiten Quartal unter anderem globale Verträge in verschiedenen Bereichen wie zum Beispiel Markenwahrnehmung (Brand Tracking) oder Kundenzufriedenheit neu abgeschlossen beziehungsweise erneuert werden. Kunden sind dabei in der Regel globale Unternehmen verschiedenster Industrien wie Telekommunikationsanbieter, Konsumgüterhersteller oder Technologieunternehmen. Globale, vereinheitlichte Produkte machen weltweit bereits ca. 25 Prozent des Consumer Experiences Geschäfts aus, in den umsatzstärksten Ländern sind es sogar schon ca. 35 Prozent.

In den ersten sechs Monaten 2014 ging der Umsatz des Sektors Consumer Experiences gegenüber der Vorjahresperiode um 7,8 Prozent auf 397,2 Millionen Euro zurück. Davon waren 2,9 Prozentpunkte auf Währungseffekte zurückzuführen. Organisch sank der Umsatz um 5,0 Prozent. Neben der Bereinigung des Projektportfolios hat sich die deutliche Reduktion des Auftragsvolumens eines einzelnen Herstellers im Bereich Consumer Electronics in Nordeuropa ausgewirkt. Bei diesem Auftrag handelte es sich nicht um klassische Marktforschung, sondern um Field-Marketing, also verkaufsfördernde Maßnahmen am Point of Sale, das GfK im Zuge der Neuausrichtung des Sektors reduziert, da dies kein Kerngeschäft darstellt. Der weitere Umsatzrückgang ist unter anderem darauf zurückzuführen, dass sich GfK im Bereich Consumer Experiences auf das Kerngeschäft fokussiert, margenstarke Projekte und Produkte gegenüber lokalen, nicht skalierbaren Lösungen vorzieht und sich aus Randbereichen zurückzieht. Darüber hinaus hatte eine im zweiten Quartal branchenweit zu beobachtende Schwäche der Ad-Hoc-Forschung Auswirkungen auf das Geschäft.

Im Zuge der neuen Ausrichtung hat sich die Profitabilität des Sektors im ersten Halbjahr trotz des Umsatzrückgangs und der positiven Einmaleffekte im Vorjahr gut entwickelt. Das Ergebnis stieg um insgesamt 15,2 Prozent auf 18,7 Millionen Euro. Die Marge hat sich von 3,8 Prozent im Vorjahreszeitraum auf 4,7 Prozent verbessert.

CONSUMER CHOICES¹⁾

in Millionen Euro	1. Halbjahr		Veränderung in %
	2013	2014	
Umsatz	295,2	298,8	1,2
Angepasstes operatives Ergebnis	66,4	57,9	- 12,8
Marge in % ²⁾	22,5	19,4	

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

Consumer Choices: Der Umsatz des Sektors Consumer Choices wuchs um 1,2 Prozent auf 298,8 Millionen Euro. Das organische Wachstum betrug 3,7 Prozent, Währungsschwankungen hatten aber einen negativen Einfluss von 2,6 Prozentpunkten.

Die Regionen Süd- und Westeuropa, wo vor allem Frankreich aufgrund internationaler Verträge an Umsatz zulegen konnte, sowie Asien und Pazifik, wo das Geschäft in China deutlich ausgebaut wurde, trieben das Wachstum des Sektors. Im Bereich Retail Tracking konnten nahezu alle Produktkategorien wachsen. Große Produktkategorien wie Telekommunikation oder Haushaltsgüter (Small- /Major Domestic Appliances) zeigen weiterhin robustes Wachstum. Aber auch die relativ jungen Produktkategorien Automotive und Health konnten zweistellige Zuwachsraten erzielen. Neu eingeführt wurde ein Produkt speziell für High-Tech-Märkte, das GfK-Kunden ein effizientes Supply-Chain-Management ermöglicht. Erstmals werden Abverkaufszahlen des Einzelhandels mit Daten aus Distribution/Großhandel kombiniert, um Forecasting-Informationen ergänzt und analysiert. Auf dieser Grundlage können GfK-Kunden ihre Logistikkette aktiv managen.

Neben dem Retail-Tracking-Geschäft trug auch der Bereich Audience Measurement, der sich von einem europäisch ausgerichteten zu einem global agierenden Geschäftsbereich wandelt, zum Wachstum bei. Erstmals wurden Umsätze aus der Messung der Radioeinschaltquoten in Australien realisiert. Weiterer Schwerpunkt war im ersten Halbjahr der begonnene Panellaufbau für die im Dezember 2013 und Januar 2014 gewonnenen Fernsehforschungsprojekte in Brasilien und Saudi Arabien. GfK geht weiterhin davon aus, dass diese neu gewonnenen Fernsehforschungsprojekte ab Mitte des Jahres 2015 wie geplant zum organischen Wachstum beitragen werden.

Das Ergebnis des Sektors Consumer Choices ging im Halbjahr um 8,5 Millionen Euro auf 57,9 Millionen Euro zurück. Ursächlich hierfür waren erwartungsgemäß gestiegene laufende Abschreibungen für die Produktionssysteme, nicht aktivierbare Kosten im Zuge des Aufbaus der Fernsehpanels, denen wie geplant noch keine Umsätze gegenüberstehen sowie der bereits auf Gruppenebene kommentierte positive Effekt aus der Pensionsumstellung im letzten Jahr. Währungseinflüsse und Akquisitionen hatten einen weiteren negativen Effekt, sodass die Marge von 22,5 Prozent auf 19,4 Prozent zurückging. Gut zwei Prozentpunkte davon sind auf Aufwendungen für mobile Produkte und nicht aktivierbare Posten für den Aufbau neuer Panels sowie erhöhte Abschreibungen zurückzuführen.

SONSTIGE¹⁾

in Millionen Euro	1. Halbjahr		Veränderung in %
	2013	2014	
Umsatz	2,5	1,9	- 22,5
Angepasstes operatives Ergebnis	- 6,3	- 8,0	- 27,7

1) Zahlen aus dem Management-Informationssystem – gerundet

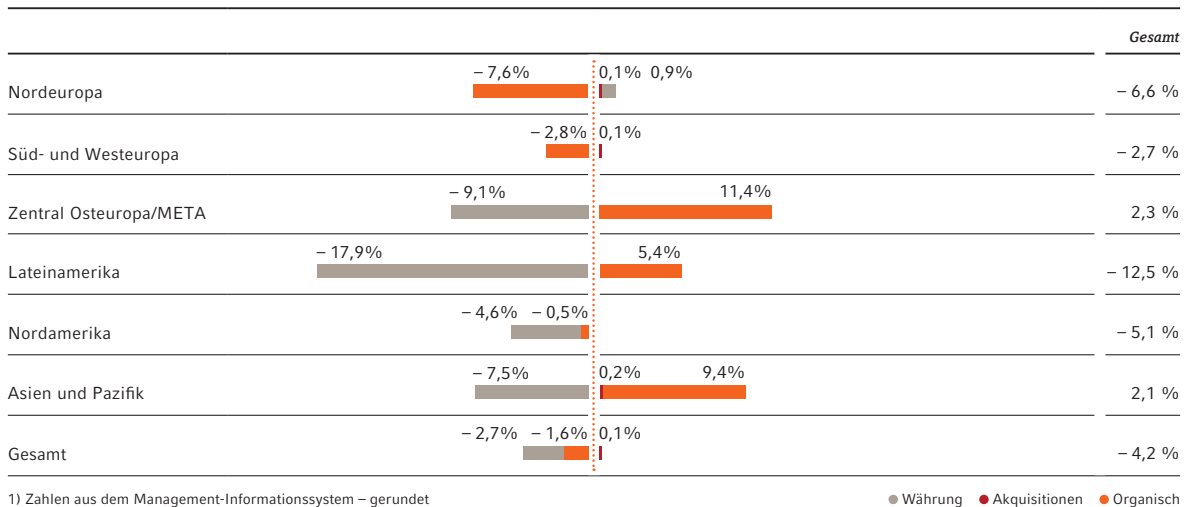
Sonstige: Ergänzt werden die Sektoren um den Bereich Sonstige, in dem insbesondere zentrale Dienstleistungen der GfK Gruppe für ihre Tochterunternehmen sowie sonstige marktforschungsfremde Leistungen zusammengefasst werden.

Der Umsatz des Bereichs Sonstige lag in den ersten sechs Monaten des Jahres 2014 bei 1,9 Millionen Euro (Vorjahr: 2,5 Millionen Euro). Die Kostenunterdeckung in diesem Bereich belief sich auf 8,0 Millionen Euro gegenüber 6,3 Millionen Euro im entsprechenden Vorjahreszeitraum.

6. ENTWICKLUNG DER REGIONEN

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

STRUKTUR DES UMSATZWACHSTUMS IN DEN REGIONEN¹⁾



In der Region **Nordeuropa** ging der Umsatz in den ersten sechs Monaten um 6,6 Prozent von 297,6 Millionen Euro auf 278,0 Millionen Euro zurück. Hier fiel die Reduzierung des Auftragsvolumens eines einzelnen Herstellers im Bereich Consumer Electronics besonders ins Gewicht.

Ebenfalls etwas zurückgegangen ist der Umsatz in der Region **Süd- und Westeuropa**, der mit 131,9 Millionen Euro um 2,7 Prozent hinter dem Vorjahreswert zurückgeblieben ist. Das schwierige Geschäftsklima betraf alle Gesellschaften der Region. Die Gesellschaft hat mit Kapazitätsanpassungen vor allem in Frankreich, Italien und Griechenland auf diese Situation reagiert.

Erneut gut entwickelte sich das Geschäft in der Region **Zentral Osteuropa/META** (Middle East, Turkey, Africa). Der Umsatz wurde organisch um 11,4 Prozent gesteigert, allerdings standen dieser guten Entwicklung starke Währungseffekte entgegen. Der Umsatz wuchs deshalb insgesamt nur um 2,3 Prozent auf 63,9 Millionen Euro. Das Geschäft in Russland konnte im Berichtszeitraum gesteigert werden, doch zeigen sich im Auftragsbuch erste Auswirkungen der Ukraine-Krise.

Noch drastischer waren die Währungseffekte in der Region **Lateinamerika**. Das organische Wachstum betrug hier zwar 5,4 Prozent, das Gesamtwachstum aber wegen der Währungseffekte minus 12,5 Prozent. Der Umsatz lag bei 27,3 Millionen Euro.

Das Geschäft in der Region **Nordamerika** konnte im zweiten Quartal zu einem Umsatzwachstum zurückkehren. Organisch ging der Umsatz nach minus 7,5 Prozent im ersten Quartal daher im Halbjahr insgesamt nur noch um 0,5 Prozent auf 121,0 Millionen Euro zurück. Zum Teil war der starke Umsatz des zweiten Quartals auf den verzögerten Umsatzausweis durch die Einführung des neuen ERP/SAP-Systems im ersten Quartal zurückzuführen.

Die GfK-Unternehmen in der Region **Asien und Pazifik** steigerten ihren Umsatz um 2,1 Prozent auf 75,8 Millionen Euro. Wie in den anderen Wachstumsregionen standen negative Währungseffekte einem starken organischen Wachstum, hier 9,4 Prozent, gegenüber. Zur Umsatzsteigerung hat insbesondere die gute Geschäftsentwicklung in China beigetragen.

UMSATZENTWICKLUNG DER REGIONEN¹⁾

in Millionen Euro	2013	1. Halbjahr		Veränderung in %
		2014		
Nordeuropa	297,6	278,0		- 6,6
Süd- und Westeuropa	135,5	131,9		- 2,7
Zentral Osteuropa/META	62,5	63,9		2,3
Lateinamerika	31,3	27,3		- 12,5
Nordamerika	127,5	121,0		- 5,1
Asien und Pazifik	74,2	75,8		2,1
Gesamt	728,6	697,9		- 4,2

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 Know-How 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.

Bis zum Ende des Jahres wird GfK die wesentlichen Projekte zur Neuausrichtung des Produktportfolios abgeschlossen haben. 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, das digitale Produktangebot aus einer Quelle zu steuern und den Kunden ein einheitliches, abgestimmtes digitales Angebot zu präsentieren.

8. MITARBEITER

Zum 30. Juni 2014 waren in der GfK Gruppe 13.203 Mitarbeiter beschäftigt. Das sind 263 Beschäftigte mehr als zum Jahresende 2013 und 70 mehr als zum Ende des ersten Quartals 2014. Der Aufbau fand insbesondere in der Region Zentral Osteuropa/META im Zuge der Schaffung zentralisierter Services und in der Wachstumsregion Asien und Pazifik statt. Personalbedarf entstand im Rahmen von Wachstumsprojekten. So wurden zum Beispiel Mitarbeiter im Coding der neuen Handelspanels eingestellt. In den Regionen Süd- und Westeuropa sowie in Nordamerika wurde die Zahl der Mitarbeiter als Reaktion auf die schwache Auftragslage dagegen etwas verringert. Der Personalaufwand ist in den ersten sechs Monaten des laufenden Jahres gegenüber dem vergleichbaren Vorjahreswert ohne den Pensionseffekt in der Schweiz leicht um 0,2 Prozent auf 345,3 Millionen Euro gesunken. Da der Umsatz in der Periode gleichzeitig zurückging, stieg die Personalaufwandsquote, das Verhältnis von Personalaufwand zu Umsatz auf 49,5 Prozent. In der Vorjahresperiode lag sie bereinigt um den Pensionseffekt in der Schweiz bei 47,5 Prozent.

9. FORSCHUNG UND ENTWICKLUNG

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

Im Rahmen der Modernisierung der Produktionsplattform für das Retail Tracking Geschäft hat GfK ein mobiles Datenerfassungsgerät entwickelt und in Betrieb genommen. Dieses vereinfacht und beschleunigt die Datenerfassung insbesondere in Schwellenländern und verbessert die Prozess- und Datenqualität. Diese Entwicklung ist Teil eines umfassenden Ausbau- und Modernisierungsprojekts der Systeme dieses Geschäftsbereiches.

Die veränderte Einstellung von Konsumenten zu ihren Daten beeinflusst auch die Rahmenbedingung für die Gewinnung von Daten. Für die Rekrutierung zur Teilnahme an Befragungen, Panelforschung oder zur Messung von Mediennutzungsverhalten muss proaktiv nach neuen, attraktiven Wegen der Interaktion mit Teilnehmern gesucht werden. GfK hat in diesem Jahr einen Prozess initiiert, um auch zukünftig die Rekrutierung von Konsumenten für Marktforschungsstudien zu sichern. Entscheidend ist dabei ein aktives Management der Beziehung zum Konsumenten, der nicht einseitig als Datenquelle angesehen wird, sondern in einen Austausch zum beiderseitigen Nutzen tritt.

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 zwölf verbundene konsolidierte und ein assoziiertes Unternehmen sowie fünf nicht konsolidierte verbundene Unternehmen. Weltweit gehören der GfK Gruppe 141 verbundene konsolidierte und 14 assoziierte Unternehmen, drei Beteiligungen sowie 32 nicht konsolidierte verbundene Unternehmen an. Der Stammsitz ist Nürnberg.

11. VERÄNDERUNGEN DER BETEILIGUNGEN IM ZWEITEN QUARTAL 2014

Die Zahl der zur GfK Gruppe gehörigen Unternehmen sank gegenüber dem Vorjahr von 198 auf 191 Unternehmen. Drei konsolidierte Unternehmen wurden mit anderen verschmolzen, drei weitere wurden liquidiert und ein Unternehmen wurde entkonsolidiert. Vier Unternehmen wurden erstmals konsolidiert. Damit sank die Zahl der konsolidierten Unternehmen von 144 auf 141.

Im Mai 2014 hat GfK das Unternehmen TerrEtude in Frankreich akquiriert, einen Anbieter syndizierter Marktforschungsstudien zu Agrochemikalien und Saatgut basierend auf einem Panel von Landwirten und Herstellern. TerrEtude wurde zum Juli 2014 in GfK Kynetec France integriert.

VERÄNDERUNGEN IM GfK-NETZWERK WÄHREND DES ZWEITEN QUARTALS 2014

<i>Unternehmen</i>	<i>Investitionsanlass</i>	<i>Anteil in %</i>	<i>Sektor</i>	<i>Regionen</i>
TerrEtude	Akquisition	100	Consumer Choices	Süd- und Westeuropa

12. WICHTIGE EREIGNISSE NACH DEM STICHTAG 30. JUNI 2014

Im Juli 2014 konnte GfK zwei weitere Erfolge beim Ausbau des Mediengeschäfts verbuchen. In Marokko hat GfK die Ausschreibung zum Aufbau eines Systems zur elektronischen Messung der TV-Einschaltquote gewonnen. In der Schweiz haben die Mediapulse AG (eine Tochtergesellschaft der Mediapulse Stiftung) und GfK den zuletzt 2009 unterzeichneten Vertrag zur Erhebung der offiziellen nationalen Statistik über die Radionutzung für weitere drei Jahre erneuert. Die Schweiz ist mit der elektronischen Erfassung der Radioquoten ein Vorreiter in Europa. GfK liefert die Radioquoten in der Schweiz seit dem Jahr 2001.

Am 11. August wurde bekannt gegeben, dass der Aufsichtsrat der GfK SE Christian Diedrich, 56, als neuen Finanzvorstand ernannt hat. Seine Ernennung wird zum 15. Oktober 2014 wirksam. Christian Diedrich folgt Pamela Knapp, die aus persönlichen Gründen um die vorzeitige Aufhebung ihres Vertrags gebeten hatte. Knapp wird ihre Aufgaben im Oktober an Christian Diedrich übergeben, um einen reibungslosen Übergang sicherzustellen.

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 von 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.

14. AUSBLICK

Die GfK Gruppe ist durch ihr globales Netzwerk als Full-Service-Dienstleister gut aufgestellt. Sie nimmt neue Chancen der sich ändernden Marktforschungsbranche wahr und entwickelt mit ihrem innovativen, auf die Bedürfnisse der Kunden zugeschnittenen Produkt- und Serviceportfolio neue Lösungen.

GfK erwartet, dass sich das Wachstum der Weltwirtschaft im weiteren Jahresverlauf verhalten fortsetzt. In zahlreichen Regionen bestehen zunehmend Unsicherheiten, Wirtschaftsprognosen von Banken und Wirtschaftsforschungsinstituten fallen verhaltener aus als noch zu Jahresbeginn.

Bis zum Ende des Jahres wird GfK die wesentlichen Projekte der laufenden Transformation abgeschlossen haben. Daher wird das Geschäftsjahr auch durch höhere Aufwendungen und Investitionen geprägt sein. Wir erwarten für 2014 rund 155 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. Zusätzlich zum Wachstum des etablierten Retail Tracking Geschäfts soll dieses Neugeschäft einen organischen Wachstumsbeitrag von drei bis vier Prozent auf Gruppenebene liefern, wobei die Marge über der Gruppenmarge liegt. Entsprechend geht der Vorstand davon aus, dass dieser Sektor deutlich schneller wachsen und auch seinen Umsatzanteil, bezogen auf den Gruppenumsatz, auf über 40 Prozent verbessern wird.

Die Gesellschaft erwartet, dass die verhaltene Umsatzentwicklung in der ersten Jahreshälfte nicht vollständig durch stärkeres Wachstum in den beiden folgenden Quartalen kompensiert werden kann. Der Vorstand geht deshalb von einem Jahresumsatz für 2014 auf Vorjahresniveau (1.495 Millionen Euro) oder leicht darunter aus und erwartet kein organisches Wachstum. Das neue Ziel liegt nun zwischen minus 1,5 und 0 Prozent (bisher: plus 1 bis 2 Prozent) organischer Umsatzentwicklung. Belastend wirken sich der Wechselkurs und die für das zweite Halbjahr erwartete deutliche Geschäftsabschwächung in Russland aus.

Der Zielkorridor für die Marge bleibt unverändert bei 12 bis 12,5 Prozent.

Wir gehen bei dieser Prognose davon aus, dass sich die geopolitische Lage nicht weiter verschlechtern wird.

Für 2015 erwartet die Gruppe ein stärkeres organisches Umsatzwachstum als der Gesamtmarkt. 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 Juni waren 79,5 Prozent des erwarteten Jahresumsatzes verbucht oder im Auftragsbestand enthalten. (Vorjahr: 81,9 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. April bis zum 30. Juni 2014 in TEUR (nach IFRS, ungeprüft)

17

	Q2 2013 ¹⁾	% vom Umsatz	Q2 2014	% vom Umsatz	Veränderung abs. %	
Umsatzerlöse	380.647	100,0%	363.001	100,0%	- 17.646	- 4,6%
Umsatzkosten	- 244.333	- 64,2%	- 235.022	- 64,7%	9.311	- 3,8%
Bruttoergebnis vom Umsatz	136.314	35,8%	127.979	35,3%	- 8.335	- 6,1%
Vertriebs- und allgemeine Verwaltungskosten	- 86.728	- 22,8%	- 85.956	- 23,7%	772	- 0,9%
Sonstige betriebliche Erträge	551	0,1%	967	0,3%	416	75,5%
Sonstige betriebliche Aufwendungen	- 1.393	- 0,4%	- 3.987	- 1,1%	- 2.594	186,2%
Operatives Ergebnis²⁾	48.744	12,8%	39.003	10,7%	- 9.741	- 20,0%
Ergebnis aus assoziierten Unternehmen	326	0,1%	1.113	0,3%	787	241,4%
Sonstiges Beteiligungsergebnis	46	0,0%	- 114	0,0%	- 160	- 347,8%
EBIT	49.116	12,9%	40.002	11,0%	- 9.114	- 18,6%
Sonstige Finanzerträge	4.384	1,2%	586	0,2%	- 3.798	- 86,6%
Sonstige Finanzaufwendungen	- 10.679	- 2,8%	- 8.486	- 2,3%	2.193	- 20,5%
Ergebnis aus laufender Geschäftstätigkeit	42.821	11,2%	32.102	8,8%	- 10.719	- 25,0%
Steuern auf das Ergebnis aus laufender Geschäftstätigkeit	- 13.740		- 11.289		2.451	- 17,8%
KONZERNERGEBNIS	29.081	7,6%	20.813	5,7%	- 8.268	- 28,4%
Den Anteilseignern der Muttergesellschaft zuzurechnen:	26.199	6,9%	17.241	4,7%	- 8.958	- 34,2%
Den Minderheitsanteilseignern zuzurechnen:	2.882	0,8%	3.572	1,0%	690	23,9%
KONZERNERGEBNIS	29.081	7,6%	20.813	5,7%	- 8.268	- 28,4%
Unverwässertes Ergebnis je Aktie (EUR)	0,72		0,48		- 0,24	- 33,3%
Verwässertes Ergebnis je Aktie (EUR)	0,72		0,48		- 0,24	- 33,3%
Angepasstes Ergebnis je Aktie (EUR)	0,85		0,64		- 0,21	- 24,7%
Nachrichtlich:						
Personalaufwand	- 168.032	- 44,1%	- 174.411	- 48,0%	- 6.379	3,8%
Abschreibungen	- 14.526	- 3,8%	- 15.500	- 4,3%	- 974	6,7%
EBITDA	63.642	16,7%	55.502	15,3%	- 8.140	- 12,8%

1) Angepasst aufgrund der Saldierung von Währungsgewinnen und -verlusten sowie wegen der Umgliederung zwischen den Umsatzkosten und den Vertriebs- und allgemeinen Verwaltungskosten, siehe Quartalsanhang Kapitel 2.

2) Die Überleitung zur internen Steuergröße „Angepasstes operatives Ergebnis“ in Höhe von 45.049 Tausend Euro (Q2 2013: 53.411 Tausend Euro) wird auf Seite 10 dargestellt.

KONZERN-GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG DER GfK GRUPPE

für die Zeit vom 1. Januar bis zum 30. Juni 2014 in TEUR (nach IFRS, ungeprüft)

18

	H1 2013 ¹⁾	% vom Umsatz	H1 2014	% vom Umsatz	Veränderung abs. %	
Umsatzerlöse	728.555	100,0%	697.916	100,0%	- 30.639	- 4,2%
Umsatzkosten	- 487.257	- 66,9%	- 465.657	- 66,7%	21.600	- 4,4%
Bruttoergebnis vom Umsatz	241.298	33,1%	232.259	33,3%	- 9.039	- 3,7%
Vertriebs- und allgemeine Verwaltungskosten	- 173.237	- 23,8%	- 169.176	- 24,2%	4.061	- 2,3%
Sonstige betriebliche Erträge	2.446	0,3%	3.030	0,4%	584	23,9%
Sonstige betriebliche Aufwendungen	- 3.310	- 0,5%	- 7.824	- 1,1%	- 4.514	136,4%
Operatives Ergebnis²⁾	67.197	9,2%	58.289	8,4%	- 8.908	- 13,3%
Ergebnis aus assoziierten Unternehmen	657	0,1%	1.995	0,3%	1.338	203,7%
Sonstiges Beteiligungsergebnis	77	0,0%	- 114	0,0%	- 191	- 248,1%
EBIT	67.931	9,3%	60.170	8,6%	- 7.761	- 11,4%
Sonstige Finanzerträge	11.814	1,6%	2.504	0,4%	- 9.310	- 78,8%
Sonstige Finanzaufwendungen	- 23.202	- 3,2%	- 15.052	- 2,2%	8.150	- 35,1%
Ergebnis aus laufender Geschäftstätigkeit	56.543	7,8%	47.622	6,8%	- 8.921	- 15,8%
Steuern auf das Ergebnis aus laufender Geschäftstätigkeit	- 18.615		- 16.783		1.832	- 9,8%
KONZERNERGEBNIS	37.928	5,2%	30.839	4,4%	- 7.089	- 18,7%
Den Anteilseignern der Muttergesellschaft zuzurechnen:	32.363	4,4%	24.293	3,5%	- 8.070	- 24,9%
Den Minderheitsanteilseignern zuzurechnen:	5.565	0,8%	6.546	0,9%	981	17,6%
KONZERNERGEBNIS	37.928	5,2%	30.839	4,4%	- 7.089	- 18,7%
Unverwässertes Ergebnis je Aktie (EUR)	0,89		0,67		- 0,22	- 24,7%
Verwässertes Ergebnis je Aktie (EUR)	0,89		0,67		- 0,22	- 24,7%
Angepasstes Ergebnis je Aktie (EUR)	1,14		0,95		- 0,19	- 16,7%
Nachrichtlich:						
Personalaufwand	- 340.851	- 46,8%	- 345.338	- 49,5%	- 4.487	1,3%
Abschreibungen	- 27.937	- 3,8%	- 29.967	- 4,3%	- 2.030	7,3%
EBITDA	95.868	13,2%	90.137	12,9%	- 5.731	- 6,0%

1) Angepasst aufgrund der Saldierung von Währungsgewinnen und -verlusten sowie wegen der Umgliederung zwischen den Umsatzkosten und den Vertriebs- und allgemeinen Verwaltungskosten, siehe Quartalsanhang Kapitel 2.

2) Die Überleitung zur internen Steuergröße „Angepasstes operatives Ergebnis“ in Höhe von 68.640 Tausend Euro (H1 2013: 76.381 Tausend Euro) wird auf Seite 10 dargestellt.

KONZERN-KAPITALFLUSSRECHNUNG

für die Zeit vom 1. Januar bis zum 30. Juni 2014 in TEUR (nach IFRS, ungeprüft)

19

	H1 2013	H1 2014
Konzernergebnis	37.928	30.839
Abschreibungen/Zuschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte	14.510	17.354
Abschreibungen/Zuschreibungen auf Sachanlagen	13.427	12.613
Abschreibungen/Zuschreibungen auf sonstige finanzielle Vermögenswerte	491	142
Summe der Abschreibungen/Zuschreibungen	28.428	30.109
Veränderung der Vorräte und der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	- 23.412	- 30.213
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und der Verpflichtungen aus Aufträgen in Bearbeitung	30.470	34.296
Veränderung anderer Aktiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	- 6.293	4.231
Veränderung anderer Passiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	- 35.335	- 25.712
Gewinn/Verlust aus dem Abgang von langfristigen Vermögenswerten	- 40	- 29
Ergebnisse aus assoziierten Unternehmen, soweit nicht zahlungswirksam	- 523	- 1.411
Veränderung der langfristigen Rückstellungen	- 1.414	2.162
Sonstige zahlungsunwirksame Erträge/Aufwendungen	- 2.953	4.388
Zinsergebnis	9.685	9.601
Veränderung der latenten Steuern	- 1.128	- 2.462
Laufender Ertragsteueraufwand	19.983	19.245
Gezahlte Steuern	- 24.674	- 17.438
a) Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	30.722	57.606
Auszahlungen für Investitionen in immaterielle Vermögenswerte	- 19.972	- 16.415
Auszahlungen für Investitionen in Sachanlagen	- 9.809	- 9.545
Aus-/Einzahlungen aus dem Erwerb von konsolidierten Unternehmen und sonstigen Geschäftseinheiten	- 33.068	- 1.148
Auszahlungen für Investitionen in sonstige finanzielle Vermögenswerte	- 165	- 2.194
Einzahlungen aus Abgängen von immateriellen Vermögenswerten	78	0
Einzahlungen aus Abgängen von Sachanlagen	187	144
Einzahlungen aus Abgängen von sonstigen finanziellen Vermögenswerten	2	2
b) Cashflow aus der Investitionstätigkeit	- 62.747	- 29.156
Einzahlungen aus Eigenkapitalzuführungen	0	0
Dividendenzahlungen an Unternehmenseigner	- 23.728	- 23.728
Dividendenzahlungen an Minderheitsgesellschafter und sonstige Eigenkapitaltransaktionen	- 3.922	- 1.876
Einzahlungen aus der Aufnahme von Finanzkrediten	160.615	39.990
Auszahlungen für die Tilgung von Finanzkrediten	- 83.781	- 17.321
Erhaltene Zinsen	394	1.028
Gezahlte Zinsen	- 16.032	- 15.430
c) Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit	33.546	- 17.337
Zahlungswirksame Veränderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente (Summe der Zeilen a), b) und c))	1.521	11.113
Wechselkurs- und bewertungsbedingte Änderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	- 7.650	- 114
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am Anfang der Periode	66.376	69.706
ZAHLUNGSMITTEL UND ZAHLUNGSMITTELÄQUIVALENTE AM ENDE DER PERIODE	60.247	80.705

BERECHNUNG DER NETTOVERSCHULDUNG UND DES FREIEN CASHFLOW IM KONZERN

Werte in TEUR (nach IFRS, ungeprüft)

20

Berechnung der Nettoverschuldung	30.06.2013	31.12.2013	30.06.2014
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	60.247	69.706	80.705
Kurzfristige Wertpapiere und Festgelder	1.097	2.323	1.229
Liquide Mittel und kurzfristige Wertpapiere	61.344	72.029	81.934
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	- 277.534	- 218.593	- 231.005
Pensionsverpflichtungen	- 58.753	- 49.450	- 50.394
Verbindlichkeiten aus Finance Lease	- 698	- 510	- 353
Andere verzinsliche Verbindlichkeiten	- 232.648	- 230.956	- 243.645
Verzinsliche Verbindlichkeiten	- 569.633	- 499.509	- 525.397
Nettoverschuldung	- 508.289	- 427.480	- 443.463
Berechnung des freien Cashflow		H1 2013	H1 2014
Konzernergebnis		37.928	30.839
Abschreibungen/Zuschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte		14.510	17.354
Abschreibungen/Zuschreibungen auf Sachanlagen		13.427	12.613
Abschreibungen/Zuschreibungen auf sonstige finanzielle Vermögenswerte		491	142
Sonstiges		- 35.634	- 3.342
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit		30.722	57.606
Erhaltungs- und Ersatzinvestitionen		- 29.781	- 25.960
Freier Cashflow vor Akquisitionen, sonstigen Investitionen und Anlagenabgängen		941	31.646
Akquisitionen		- 33.104	- 2.370
Sonstige Finanzinvestitionen		- 129	- 972
Anlagenabgänge		267	146
Freier Cashflow nach Akquisitionen, sonstigen Investitionen und Anlagenabgängen		- 32.025	28.450

KONZERNBILANZ

zum 30. Juni 2014 in TEUR (nach IFRS, ungeprüft)

21

AKTIVA

	30.06.2013 ¹⁾	31.12.2013	30.06.2014
Geschäfts- oder Firmenwerte	905.871	778.982	794.379
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	254.210	246.274	248.466
Sachanlagen	106.337	103.598	100.905
Anteile an assoziierten Unternehmen	15.703	13.210	14.750
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	4.703	6.491	8.742
Latente Steueransprüche	49.982	38.154	39.516
Langfristige sonstige Vermögenswerte und Abgrenzungen	9.142	7.850	8.357
Langfristige Vermögenswerte	1.345.948	1.194.559	1.215.115
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	415.294	373.271	404.098
Kurzfristige Ertragsteuerforderungen	14.615	17.306	12.826
Kurzfristige Wertpapiere und Festgelder	1.097	2.323	1.229
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	60.247	69.706	80.705
Kurzfristige sonstige Vermögenswerte und Abgrenzungen	44.946	39.213	40.272
Kurzfristige Vermögenswerte	536.199	501.819	539.130
AKTIVA	1.882.147	1.696.378	1.754.245

1) Angepasst aufgrund der Umgliederung der versicherungsmathematischen Gewinne / Verluste in die sonstigen Rücklagen

KONZERNBILANZ

zum 30. Juni 2014 in TEUR (nach IFRS, ungeprüft)

22

PASSIVA

	30.06.2013 ¹⁾	31.12.2013	30.06.2014
Gezeichnetes Kapital	153.316	153.316	153.316
Kapitalrücklage	212.403	212.403	212.403
Gewinnrücklagen	435.592	349.176	349.487
Sonstige Rücklagen	- 79.762	- 95.807	- 79.671
Den Anteilseignern der Muttergesellschaft zuzurechnendes Eigenkapital	721.549	619.088	635.535
Minderheitsanteile am Eigenkapital	42.399	44.621	48.360
EIGENKAPITAL	763.948	663.709	683.895
Langfristige Rückstellungen	74.638	67.016	65.759
Langfristige verzinsliche Finanzverbindlichkeiten	432.327	409.071	354.545
Latente Steuerverbindlichkeiten	82.250	75.449	74.698
Langfristiges sonstiges Fremdkapital und Abgrenzungen	3.999	8.402	7.391
Langfristiges Fremdkapital	593.214	559.938	502.393
Kurzfristige Rückstellungen	25.713	22.473	21.840
Kurzfristige Ertragsteuerverbindlichkeiten	17.480	15.936	13.097
Kurzfristige verzinsliche Finanzverbindlichkeiten	78.553	40.988	120.458
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	79.454	92.524	87.005
Verpflichtungen aus Aufträgen in Bearbeitung	178.300	137.570	179.936
Kurzfristiges sonstiges Fremdkapital und Abgrenzungen	145.485	163.240	145.621
Kurzfristiges Fremdkapital	524.985	472.731	567.957
FREMDKAPITAL	1.118.199	1.032.669	1.070.350
PASSIVA	1.882.147	1.696.378	1.754.245
Eigenkapitalquote	40,6%	39,1%	39,0%

1) Angepasst aufgrund der Umgliederung der versicherungsmathematischen Gewinne / Verluste in die sonstigen Rücklagen

GESAMTERGEBNISRECHNUNG

für die Zeit vom 1. Januar bis zum 30. Juni 2014 in TEUR (nach IFRS, ungeprüft)

23

	H1 2013	H1 2014
Konzernergebnis	37.928	30.839
Bestandteile, die nicht aufwands- oder ertragswirksam umgegliedert werden:		
Versicherungsmathematische Gewinne / Verluste aus leistungsorientierten Pensionsplänen	405	- 115
Bestandteile, die in späteren Perioden aufwands- oder ertragswirksam umgegliedert werden:		
Unterschied aus der Währungsumrechnung	- 27.209	16.991
Bewertung von Net Investment Hedges für ausländische Tochtergesellschaften	- 42	- 64
Bewertung von Cashflow Hedges (effektiver Teil)	38	- 71
Marktbewertung von Wertpapieren	0	- 3
Sonstiges Ergebnis (nach Steuern)	- 26.808	16.738
Gesamtergebnis	11.120	47.577
Davon:		
Den Anteilseignern der Muttergesellschaft zuzurechnen	6.901	40.429
Den Minderheitsanteilseignern zuzurechnen	4.219	7.148
Gesamtergebnis	11.120	47.577

KONZERN-EIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG DER GfK GRUPPE

in TEUR für die Zeit vom 1. Januar bis zum 30. Juni 2014 (nach IFRS, ungeprüft)

24

	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 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 30. JUNI 2013	153.316	212.403
Stand am 1. Juli 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 Net Investment Hedges für ausländische Tochtergesellschaften, nach Steuern		
Bewertung von Cashflow Hedges (effektiver Teil), nach Steuern		
Veränderung aus der Marktbewertung von zur Veräußerung verfügbaren Wertpapieren, 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 30. JUNI 2014	153.316	212.403

Den Anteilseignern der Muttergesellschaft zuzurechnendes Eigenkapital

Gewinnrücklagen	Sonstige Rücklagen				Summe	Minderheitsanteile am Eigenkapital	Gesamtes Eigenkapital
	Rücklage aus der Währungs-umrechnung	Rücklage aus der Bewertung von Hedges	Rücklage aus der Marktbewertung	Versicherungsmathematische Gewinne/Verluste aus leistungsorientierten Pensionsplänen			
427.479	- 49.362	18.602	3	- 23.543	738.898	43.117	782.015
32.363					32.363	5.565	37.928
	- 25.862				- 25.862	- 1.347	- 27.209
		- 42			- 42		- 42
		38			38		38
				404	404	1	405
0	- 25.862	- 4	0	404	- 25.462	- 1.346	- 26.808
32.363	- 25.862	- 4	0	404	6.901	4.219	11.120
- 23.728					- 23.728	- 4.720	- 28.448
- 600					- 600	- 211	- 811
78					78	- 6	72
- 24.250	0	0	0	0	- 24.250	- 4.937	- 29.187
435.592	- 75.224	18.598	3	- 23.139	721.549	42.399	763.948
435.592	- 75.224	18.598	3	- 23.139	721.549	42.399	763.948
- 86.380					- 86.380	6.392	- 79.988
	- 21.431				- 21.431	- 1.769	- 23.200
		391			391		391
		- 98			- 98		- 98
				5.093	5.093	41	5.134
0	- 21.431	293	0	5.093	- 16.045	- 1.728	- 17.773
- 86.380	- 21.431	293	0	5.093	- 102.425	4.664	- 97.761
					0	- 2.390	- 2.390
- 7					- 7	- 58	- 65
- 29					- 29	6	- 23
- 36	0	0	0	0	- 36	- 2.442	- 2.478
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
24.293					24.293	6.546	30.839
	16.387				16.387	604	16.991
		- 64			- 64		- 64
		- 71			- 71		- 71
			- 3		- 3		- 3
				- 113	- 113	- 2	- 115
0	16.387	- 135	- 3	- 113	16.136	602	16.738
24.293	16.387	- 135	- 3	- 113	40.429	7.148	47.577
- 23.728					- 23.728	- 3.385	- 27.113
- 254					- 254	- 24	- 278
- 23.982	0	0	0	0	- 23.982	- 3.409	- 27.391
349.487	- 80.268	18.756	0	- 18.159	635.535	48.360	683.895

ANHANG ZUM KONZERNABSCHLUSS DER GfK SE

zum 30. Juni 2014

26

1. ALLGEMEINE ANGABEN

Der Konzernabschluss der GfK SE schließt die GfK SE sowie alle konsolidierten Tochterunternehmen ein. Der Konzernzwischenabschluss zum 30. Juni 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 30. Juni 2014 erfolgte nicht.

2. KONSOLIDIERUNGSGRUNDSÄTZE, BILANZIERUNGS- UND BEWERTUNGSMETHODEN

Der Konzernabschluss der GfK SE zum 30. Juni 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 30. Juni 2013

in TEUR	vor Anpassung	Anpassung	nach Anpassung
Sonstige betriebliche Erträge	10.653	- 8.207	2.446
Sonstige betriebliche Aufwendungen	- 11.517	8.207	- 3.310
Sonstige Finanzerträge	18.041	- 6.227	11.814
Sonstige Finanzaufwendungen	- 29.429	6.227	- 23.202

Mit der Weiterentwicklung der standardisierten Kostenrechnung im Rahmen des SCOPE-Projekts ist es GfK möglich, die Aufteilung der Gesamtkosten nach Funktionsbereichen sachgerechter durchzuführen. Zur besseren Vergleichbarkeit wurde deshalb im Rahmen des Konzernabschlusses für das erste Halbjahr 2014 die Vorjahresperiode entsprechend angepasst. Hiervon sind die Umsatzkosten (-12.128 TEUR) und die Vertriebs- und allgemeinen Verwaltungskosten (+12.128 TEUR) betroffen.

3. SCHÄTZUNGEN

Die Schätzungen und Annahmen im Konzernabschluss zum 30. Juni 2014 wurden in gleicher Weise ermittelt wie diejenigen zum 31. Dezember 2013.

4. KONSOLIDIERUNGSKREIS UND WESENTLICHE AKQUISITIONEN

Zum 30. Juni 2014 umfasste der Konsolidierungskreis neben der Muttergesellschaft 141 (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, wurde zum 1. Januar 2014 erstmals konsolidiert. Die im Vorjahr gegründete GfK Market Research Brasil Pesquisa de Mercado Ltda., Sao Paulo, Brasilien, wurde ebenfalls zum 1. Januar 2014 erstkonsolidiert. Darüber hinaus wurde die GfK Retail and Technology North Africa SARL, Casablanca, Marokko, zum 1. Januar erstkonsolidiert. Alle drei Gesellschaften sind im Sektor Consumer Choices tätig.

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. Zum 9. April 2014 wurde die GfK SirValUse Consulting GmbH, Hamburg, auf die GfK SE verschmolzen.

Die im Berichtszeitraum liquidierten Gesellschaften Intomart GfK Group B.V., Hilversum, Niederlande, AFI Investments ULC, London, Großbritannien, und GfK Bridgehead Limited, Lincoln, Großbritannien, wurden zum 1. Januar 2014 entkonsolidiert. Die MERC Analistas de Mercados C.A., Caracas, Venezuela, wurde ebenfalls zum 1. Januar 2014 entkonsolidiert.

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

5. VERWÄSSERTES ERGEBNIS JE AKTIE

Das Ergebnis je Aktie beträgt für den Zeitraum vom 1. Januar bis zum 30. Juni 2014 0,67 EUR (1. Januar bis 30. Juni 2013: 0,89 EUR). Das verwässerte Ergebnis je Aktie beträgt ebenfalls 0,67 EUR (1. Januar bis 30. Juni 2013: 0,89 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 nahe stehende Unternehmen und Personen.

Im Konzernabschluss zum 30. Juni 2014 erfolgten wesentliche Transaktionen mit folgenden sonstigen nahe stehenden Unternehmen und Personen:

Gegenüber dem GfK-Nürnberg, Gesellschaft für Konsum-, Markt- und Absatzforschung e.V., Nürnberg, dem Mehrheitsanteilseigner der GfK SE, bestanden Darlehensverbindlichkeiten in Höhe von 26.628 TEUR (31.12.2013: 16.325 TEUR). Die korrespondierenden Zinsaufwendungen betrugen 116 TEUR (30.06.2013: 139 TEUR).

Des Weiteren bestanden Verbindlichkeiten aus noch nicht ausgezahlten Ergebnisanteilen in Höhe von 2.638 TEUR (31.12.2013: 1.528 TEUR) gegenüber The NPD Group Inc., Port Washington, New York, USA.

Die Forderungen und Verbindlichkeiten gegenüber nahestehenden Unternehmen und Personen haben, falls nicht anders erwähnt, im Wesentlichen 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 das erste Halbjahr 2013 und 2014 werden in der folgenden Tabelle abgebildet.

<i>in TEUR</i>	<i>Erträge mit Dritten</i>		<i>Angepasstes operatives Ergebnis</i>	
	<i>H1 2013</i>	<i>H1 2014</i>	<i>H1 2013</i>	<i>H1 2014</i>
Consumer Experiences	430.910	397.239	16.267	18.743
Consumer Choices	295.175	298.763	66.372	57.887
Überleitung	2.470	1.914	- 6.258	- 7.990
Gruppe	728.555	697.916	76.381	68.640

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 Rechnungslegungsgrundsätzen 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

28

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

30

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

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

:

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: 13. August 2014

Bericht für das
erste Halbjahr 2014