



Bericht für die ersten
neun Monate 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⁾ | 3. Quartal | | Veränderung in % | Q1 – Q3 | | Veränderung in % | 2013 | 2013 ²⁾ |
|------------------------------------------------------------------------------|------------|--------|---------------------|---------|---------|---------------------|---------|--------------------|
| | 2013 | 2014 | | 2013 | 2014 | | | |
| Ertragslage | | | | | | | | |
| Umsatz | 361,4 | 357,0 | - 1,2 | 1.090,0 | 1.054,9 | - 3,2 | 1.494,8 | 1.494,8 |
| Bruttoergebnis vom Umsatz ³⁾ | 122,9 | 118,6 | - 3,5 | 364,2 | 350,8 | - 3,7 | 511,4 | 511,4 |
| EBITDA | 55,0 | 54,4 | - 1,1 | 150,9 | 144,6 | - 4,2 | 225,4 | 225,4 |
| Angepasstes operatives Ergebnis | 49,9 | 46,0 | - 7,7 | 126,3 | 114,7 | - 9,2 | 190,4 | 190,4 |
| Marge in % ⁴⁾ | 13,8% | 12,9% | | 11,6% | 10,9% | | 12,7% | 12,7% |
| Operatives Ergebnis | 40,2 | 35,5 | - 11,8 | 107,4 | 93,8 | - 12,7 | 26,5 | 141,1 |
| EBIT | 40,8 | 36,9 | - 9,7 | 108,7 | 97,0 | - 10,8 | 28,9 | 143,5 |
| Konzernergebnis | 18,9 | 17,3 | - 8,4 | 56,9 | 48,2 | - 15,3 | - 42,1 | 72,5 |
| Unverwässertes Ergebnis je Aktie (EUR) | 0,43 | 0,37 | - 14,0 | 1,32 | 1,04 | - 21,2 | - 1,48 | 1,66 |
| Investitionen und Finanzierung | | | | | | | | |
| Cashflow aus lfd. Geschäftstätigkeit | 92,8 | 75,3 | - 18,9 | 123,5 | 132,9 | 7,6 | 164,0 | |
| Cashflow aus der Investitionstätigkeit | - 22,4 | - 31,8 | 41,8 | - 85,2 | - 60,9 | - 28,4 | - 117,5 | |
| Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit | - 47,9 | - 37,6 | - 21,5 | - 14,4 | - 55,0 | 282,1 | - 31,5 | |
| Freier Cashflow nach Akquisitionen, sonst. Investitionen und Anlagenabgängen | 70,4 | 43,5 | - 38,2 | 38,3 | 71,9 | 87,6 | 46,6 | |

| | 31.12.2013 | 30.09.2014 | Veränderung zum 31.12. in % | 30.09.2013 | 30.09.2014 | Veränderung zum 30.09. in % |
|------------------------------------|------------|------------|--------------------------------|------------|------------|--------------------------------|
| Vermögenslage | | | | | | |
| Bilanzsumme | 1.696,4 | 1.803,3 | 6,3% | 1.848,0 | 1.803,3 | - 2,4% |
| Eigenkapital | 663,7 | 741,9 | 11,8% | 772,2 | 741,9 | - 3,9% |
| Eigenkapitalquote in % | 39,1% | 41,1% | | 41,8% | 41,1% | |
| Liquidität ⁵⁾ | 72,0 | 89,5 | 24,2% | 81,6 | 89,5 | 9,6% |
| Nettoverschuldung ⁶⁾ | 427,5 | 405,9 | - 5,1% | 441,7 | 405,9 | - 8,1% |
| Mitarbeiter | | | | | | |
| Anzahl Mitarbeiter | 12.940 | 13.332 | 3,0% | 12.912,0 | 13.332 | 3,3% |
| Anteil Mitarbeiter im Ausland in % | 83,1 | 83,3 | | 83,1 | 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

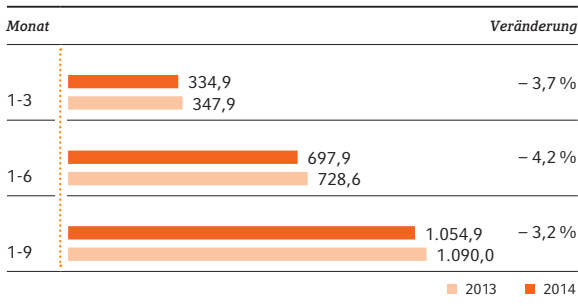
4) Angepasstes operatives Ergebnis zum Umsatz

5) Liquide Mittel zuzüglich kurzfristige Wertpapiere und Festgelder

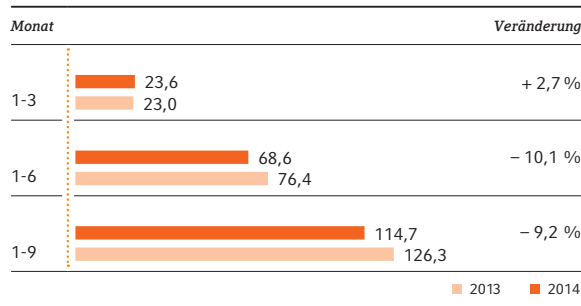
6) Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten zuzüglich Pensionsverpflichtungen, Leasingverbindlichkeiten und anderen verzinlichen Verbindlichkeiten abzüglich liquider Mittel und kurzfristiger Wertpapiere und Festgelder

ZAHLEN ZUM GESCHÄFTSVERLAUF DER GfK GRUPPE

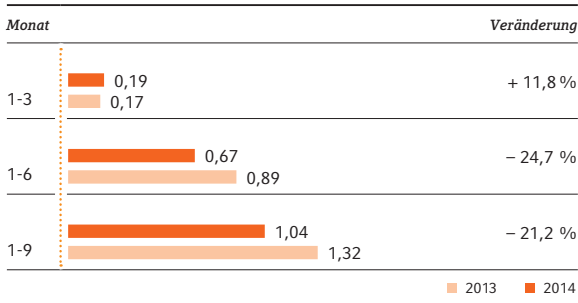
UMSATZ IN MILLIONEN EURO



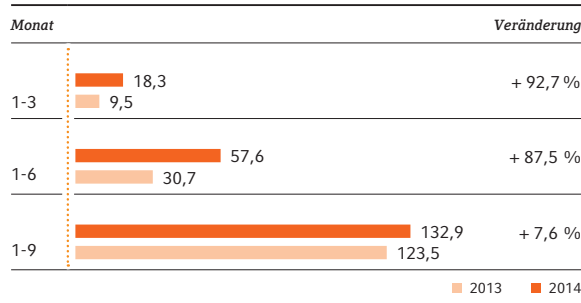
ANGEPASSTES OPERATIVES ERGEBNIS IN MILLIONEN EURO



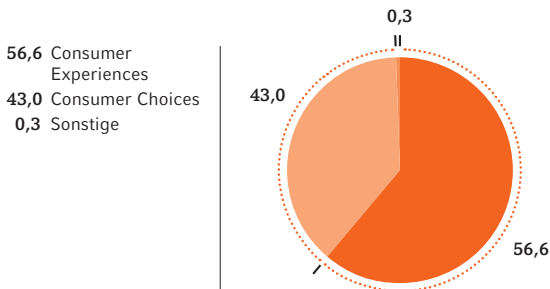
ERGEBNIS JE AKTIE IN EURO



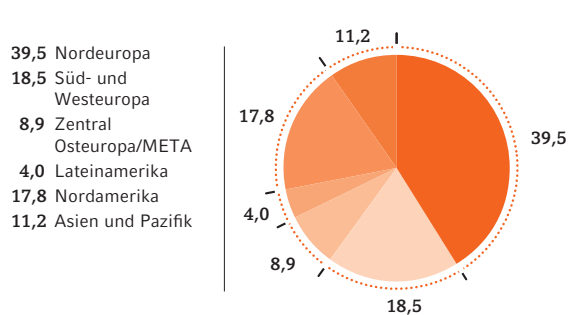
CASHFLOW AUS LAUFENDER GESCHÄFTSTÄTIGKEIT IN MILLIONEN EURO



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.

| in Millionen Euro | 3. Quartal | | Veränderung in % | Q1 – Q3 | | Veränderung in % |
|---------------------------------|------------|-------|---------------------|---------|-------|---------------------|
| | 2013 | 2014 | | 2013 | 2014 | |
| Umsatz | 206,3 | 200,0 | - 3,1 | 637,2 | 597,2 | - 6,3 |
| Angepasstes operatives Ergebnis | 10,4 | 12,8 | 6,5 | 26,6 | 31,5 | 18,4 |
| Marge in % ¹⁾ | 5,0 | 6,5 | | 4,2 | 5,3 | |

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.

| in Millionen Euro | 3. Quartal | | Veränderung in % | Q1 – Q3 | | Veränderung in % |
|---------------------------------|------------|-------|---------------------|---------|-------|---------------------|
| | 2013 | 2014 | | 2013 | 2014 | |
| Umsatz | 153,8 | 155,8 | 1,3 | 449,0 | 454,6 | 1,2 |
| Angepasstes operatives Ergebnis | 40,9 | 37,6 | - 8,1 | 107,3 | 95,5 | - 11,0 |
| Marge in % ¹⁾ | 26,6 | 24,1 | | 23,9 | 21,0 | |

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 dritten Quartal 2014 | 15 |
| 12. Wichtige Ereignisse nach dem Stichtag 30. September 2014 | 15 |
| 13. Chancen- und Risikolage | 15 |
| 14. Ausblick | 16 |
| Konzernabschluss | 17 |
| Konzernanhang | 26 |
| Sonstige Informationen | 30 |

AKTIONÄRSBRIEF

Sehr geehrte Damen und Herren,

6



MATTHIAS HARTMANN
VORSTANDSVORSITZENDER
DER GfK SE

Im dritten Quartal hat GfK den Transformationsprozess fortgesetzt und erwartet die Guidance für das gesamte Jahr 2014 zu erreichen.

Der Fokus liegt für den Sektor Consumer Experiences auf der Margenverbesserung durch Reduktion von nicht skalierbarem Geschäft und dem verstärkten Aufbau von profitableren und globalen Produkten. Dies ist notwendig, um wachsendem Preisdruck in diesem Marktsegment zu begegnen. Trotz Umsatzrückgangs hat sich im dritten Quartal die Marge im Sektor Consumer Experiences weiter verbessert: von 4,7 Prozent im ersten Halbjahr auf 5,3 Prozent nach neun Monaten. Auch hat sich der Umsatzrückgang des Sektors verlangsamt. Er reduzierte sich von organisch -5 Prozent in den ersten sechs Monaten auf nun noch -3,7 Prozent im dritten Quartal.

Im letzten Quartal haben wir neben anderen Initiativen mit GfK Brand Vivo ein weiteres neues globales Produkt auf den Markt gebracht. Mit diesem Markentracking können Unternehmen Erlebnisse und Beziehungen, die Konsumenten mit Marken verbinden, ganzheitlich entschlüsseln und kontinuierlich managen. GfK Brand Vivo misst detailliert, wie Markenerlebnisse den Aufbau von Markenbeziehungen und damit das zukünftige Verhalten der Konsumenten beeinflussen. Damit erkennen Unternehmen, welcher Mix aus starken, schwachen oder gar gefährdeten Beziehungen die Entwicklung ihrer Marken über längere Zeit bestimmt und wie sie existierende Beziehungen optimieren können.

Die Produktoffensive des Sektors wird sich in den kommenden drei Quartalen fortsetzen und damit zu höherem Wachstum unserer globalen Aufträge führen. Schon heute liegt der Anteil globaler Aufträge im Sektor Consumer Experiences bei rund 37 Prozent. Unser Ziel ist es, durch ein stark verbessertes Produktangebot und höhere Produktivität den Sektor wieder zum Wachstum zu führen und die Profitabilität schrittweise zu erhöhen.

Im Sektor Consumer Choices liegt in diesem Jahr der Schwerpunkt auf Wachstum und Zukunftssicherung durch Investitionen in neue Produkte. Mit unseren Produkten und Analysen schaffen wir Markttransparenz und stellen auf Basis unserer Daten eine verlässliche Währung für die Entscheider im Handel und bei den Herstellern bereit. Diese Stärke wollen wir weiter ausbauen. Die jungen Retail-Panels im Bereich Health / Medical und im Automobilbereich verfolgen diesen Ansatz und gewinnen sukzessive Kunden, müssen aber in den kommenden Quartalen den langfristigen Markterfolg beweisen. Im Geschäft mit den Informationen aus der mobilen Gerätenutzung von Verbrauchern (Mobile Insights), das wir in Kooperation mit großen Telefongesellschaften erschließen, haben wir jetzt in England Zugang zu 500.000 Konsumenten. Mit deren Einverständnis analysieren wir das Konsumentenverhalten während der Nutzung mobiler Endgeräte und helfen so den Unternehmen, ihre Zielgruppen genauer zu verstehen.

Im Bereich Audience Measurement schreitet der Aufbau der neuen Panels zur Messung der Fernsehreichweiten in Brasilien und im Königreich Saudi Arabien weiter fort. Ab Anfang nächsten Jahres werden Echtzeiten mit unseren Kunden ausgetauscht und ab Jahresmitte werden beide Verträge umsatzwirksam. Das unterstützt unser Ziel, im nächsten Jahr unser Geschäft im Sektor Consumer Choices stärker auszuweiten. Der Sektor soll im kommenden Jahr einen entscheidenden Beitrag zum Wachstum der GfK leisten.

In den ersten neun Monaten liegt die Marge des Sektors Consumer Choices mit aktuell 21 Prozent unter dem Vorjahreswert von 23,9 Prozent, weil wir verstärkt in neue Produkte investieren und so die Grundlage für weiteres Wachstum schaffen.

Auf Gruppenebene liegen wir innerhalb unserer Erwartungen. Wir sind von einem Umsatzrückgang für 2014 von maximal -1,5 Prozent ausgegangen und liegen jetzt bei minus 1,6 Prozent. Daher müssen wir auch im vierten Quartal des Jahres weiter aufholen.

Die Marge liegt bei 10,9 Prozent und damit 0,7 Prozentpunkte unter der Vergleichsperiode im Vorjahr. Um unser Ziel einer Marge von 12 bis 12,5 Prozent für das Geschäftsjahr zu erreichen, benötigen wir eine Profitabilität im vierten Quartal auf Vorjahresniveau.

In den ersten neun Monaten hat sich der Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit gegenüber der Vorjahresperiode um 7,6 Prozent verbessert und liegt jetzt bei knapp 133 Millionen Euro. Nach Abzug der Investitionen in das operative Geschäft und in die schon berichteten kleineren Akquisitionen zur Stärkung des digitalen Geschäfts verbleiben immer noch mehr als die Hälfte des Cashflows, um Verbindlichkeiten zu reduzieren. Zum Jahresende werden wir unsere Verbindlichkeiten weiter auf dann ca. 400 Millionen Euro gesenkt haben. Unsere Eigenkapitalquote liegt jetzt über 40 Prozent.

Wir sind zuversichtlich, den größten Teil des im Rahmen der „Own the Future“-Strategie angestrebten Umbaus bis Jahresende geschafft zu haben.

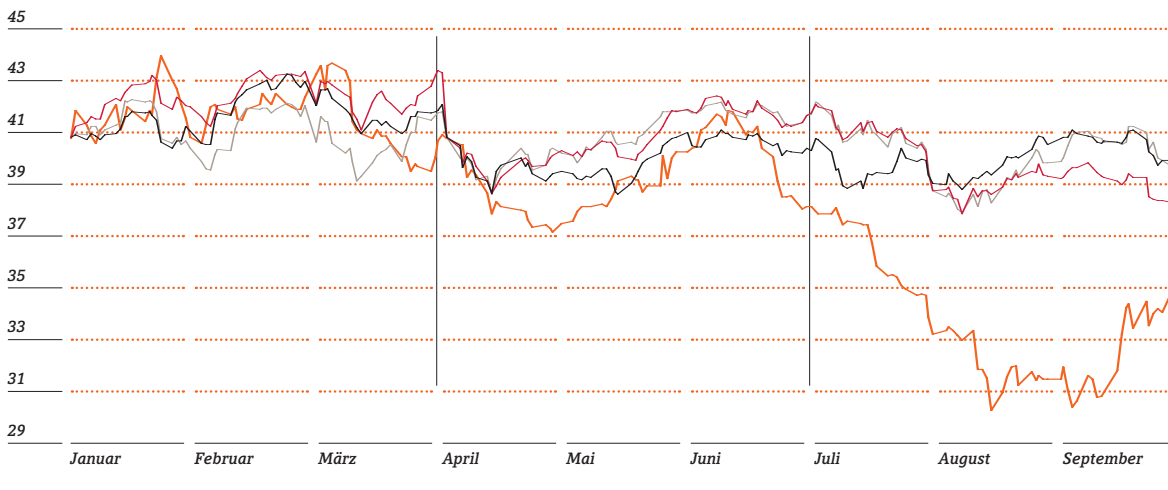
Auch im kommenden Jahr werden wir uns den durch Digitalisierung und Big Data veränderten Marktanforderungen stellen. Unser Beitrag ist es, aus immer umfassenderen, vorliegenden Daten verlässliche Informationen für unsere Kunden zu schaffen. Damit wollen wir auch weiterhin trotz aller Veränderung ein gefragter und verlässlicher Partner unserer Kunden sein.

Ihr

MATTHIAS HARTMANN

ENTWICKLUNG DER GfK-AKTIE

KURSENTWICKLUNG DER GfK-AKTIE VOM 1. JANUAR 2014 BIS ZUM 30. SEPTEMBER 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 der 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, im Sommer zunächst aber noch einmal Anschluss an den Index finden. Ab Juli kam es dann zu einem deutlichen Kursverfall, der Tiefstkurs der Periode von 30,31 Euro wurde mit am 18. August erreicht. Als die Aktienmärkte gegen Ende des dritten Quartals starke Einbußen zu verzeichnen hatten, befand sich die GfK Aktie schon wieder in einer Gegenbewegung und beschloss das Quartal mit einem Kurs von 34,38 Euro.

Dies entspricht einer Performance von minus 15,8 Prozent seit Jahresbeginn. Damit blieb die Entwicklung der GfK Aktie damit hinter dem Vergleichsindex (SDAX) zurück, der während dieses Zeitraums nur um 5,9 Prozent eingebüßt hat.

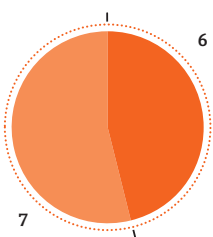
Das durchschnittliche Handelsvolumen der GfK-Aktie an den deutschen Börsen lag mit 8.700 Stück pro Tag unter dem Vorjahresvolumen von 11.800.

Die GfK wird von nationalen und internationalen Finanzanalysten beobachtet. Ende September 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 September 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.

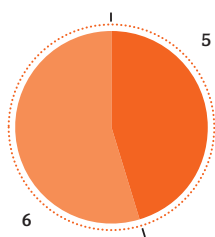
ANALYSTENEMPFEHLUNGEN ZUM 31.03.2014

6 Kaufen
7 Halten
0 Verkaufen



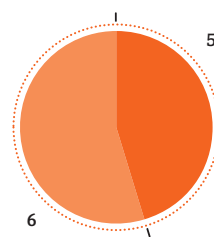
ANALYSTENEMPFEHLUNGEN ZUM 30.06.2014

5 Kaufen
6 Halten
0 Verkaufen



ANALYSTENEMPFEHLUNGEN ZUM 30.09.2014

5 Kaufen
6 Halten
0 Verkaufen



| GfK-Aktie ¹⁾ | | 2013 | Q1 2014 | Q2 2014 | Q3 2014 |
|----------------------------------|-----------|--------------------|-------------|-------------|-------------|
| Anzahl Aktien | Tsd Stück | 36.504 | 36.504 | 36.504 | 36.504 |
| Marktkapitalisierung | Mio EUR | 1.470 | 1.439 | 1.391 | 1.255 |
| Höchst-/Tiefstkurs | EUR | 44,80/35,90 | 43,86/39,43 | 40,10/37,20 | 38,20/30,31 |
| Schlusskurs | EUR | 40,30 | 39,43 | 38,10 | 34,38 |
| unverwässertes Ergebnis je Aktie | EUR | 1,66 ²⁾ | 0,19 | 0,48 | 0,37 |

¹⁾ Stichtagsbezogen

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

GfK SETZT NEUAUSRICHTUNG FORT

8

- Umsatz geht organisch um 1,6 Prozent zurück, Währungseffekte drücken Gesamtwachstum auf minus 3,2 Prozent
- Marge liegt bei 10,9 Prozent bei guter Verbesserung im Sektor Consumer Experiences und weiteren Investitionen im Sektor Consumer Choices
- Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit um 9,4 Millionen Euro auf 132,9 Millionen Euro verbessert
- Von der Entwicklung im dritten Quartal unterstützt bleibt die Jahresprognose unverändert

Der Umsatz der GfK Gruppe ist in den ersten neun Monaten 2014 um 3,2 Prozent zurückgegangen. Währungseinflüsse hatten daran mit minus 1,7 Prozentpunkten einen deutlichen Anteil, organisch belief sich der Umsatzrückgang auf 1,6 Prozent. Der Sektor Consumer Choices zeigte mit einem Plus von 2,8 Prozent gutes organisches Wachstum, der Sektor Consumer Experiences, der sein Produktportfolio umstrukturiert, weist organisch einen Umsatzrückgang von 4,6 Prozent auf.

Im dritten Quartal war dieser Rückgang geringer als im ersten Halbjahr. Die Regionen Asien/Pazifik und Zentral Osteuropa/META hatten gute organische Wachstumsraten zu verzeichnen, denen aber wie bereits in den Vorquartalen deutliche negative Währungseffekte entgegenstanden. In den übrigen europäischen Regionen war die Umsatzentwicklung rückläufig.

Das angepasste operative Ergebnis der Gruppe ging gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 9,2 Prozent auf 114,7 Millionen Euro zurück. Währungseffekte hatten hierbei einen Anteil von minus 1,8 Prozentpunkten. Im Vergleichszeitraum war das Ergebnis durch einen Einmaleffekt aus der Umstellung eines Pensionsplans positiv beeinflusst. Bereinigt um diesen Effekt lag die Marge mit 10,9 Prozent exakt auf Vorjahresniveau. Die konsequente Neuausrichtung des Produktportfolios sowie ein straffes Kostenmanagement führten im Sektor Consumer Experiences trotz des rückläufigen Umsatzes zu einer Verbesserung der Marge von 4,2 auf 5,3 Prozent. Dies entspricht einem Ergebniswachstum von 18,3 Prozent. Der positive Trend des ersten Halbjahres hat sich dabei im dritten Quartal noch einmal verstärkt. Die Marge des Sektors Consumer Choices verringerte sich wie erwartet durch höhere Abschreibungen und den Anlauf von Neugeschäften von 23,9 im Vorjahr auf 21,0 Prozent. Gut zwei Prozentpunkte davon sind auf Aufwendungen für verschiedene Produkte der mobilen Marktforschung und nicht aktivierbare Posten für den Aufbau neuer Panels zurückzuführen. Das EBITDA der Gruppe verringerte sich um 4,2 Prozent auf 144,6 Millionen Euro, das Konzernergebnis um 15,3 Prozent auf 48,2 Millionen Euro. Die Prognose für das laufende Geschäftsjahr wird bestätigt.

Ende September waren 93,8 Prozent des erwarteten Jahresumsatzes gebucht oder im Auftragsbestand enthalten (Vorjahr: 96,1 Prozent).

ZWISCHENLAGEBERICHT

1. GESAMTWIRTSCHAFTLICHE LAGE

Die Weltwirtschaft befindet sich seit Jahresbeginn in einer verhaltenen Erholungsphase. Insgesamt ist diese Entwicklung aber ungleichmäßig und fragil, geopolitische und Wachstumsrisiken haben zuletzt deutlich zugenommen. Die meisten entwickelten Wirtschaften sind zu moderatem Wachstum zurückgekehrt. Die Eurozone insgesamt dürfte nach einem negativen zweiten Quartal wieder leicht zugelegt haben, obwohl der Trend in Deutschland zuletzt negativ war.

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 auch zu Lasten des Ergebnisses kräftig in Wachstum investiert. Entsprechend dieser Strategie entwickelte sich das Geschäft von GfK in den ersten neun Monaten 2014. Der Umsatz der Gruppe ging um 3,2 Prozent auf 1.054,9 Millionen Euro zurück, wobei Währungseffekte mit minus 1,7 Prozent den größten Einfluss hatten. Akquisitionen hatten mit 0,1 Prozent nur einen geringfügigen Einfluss, das organische Wachstum lag bei minus 1,6 Prozent.

Der Umsatz des Sektors Consumer Experiences ging organisch um 4,6 Prozent zurück. Hierbei macht sich neben der geplanten Portfoliobereinigung auch eine Nachfrageschwäche in einigen Bereichen des Custom Research Geschäfts bemerkbar. Der Umsatzbeitrag globaler Produkte konnte gesteigert werden, sie machen bereits 37 Prozent des Umsatzvolumens des Sektors aus.

Der Sektor Consumer Choices wuchs organisch um 2,8 Prozent.

GfK GRUPPE: KENNZAHLEN ZUR ENTWICKLUNG

| <i>in Millionen Euro (gerundet)</i> | 3. Quartal 2013 | 3. Quartal 2014 | Veränderung in % | Q1 – Q3 2013 | Q1 – Q3 2014 | Veränderung in % |
|-------------------------------------------|-----------------|-----------------|---------------------|--------------|--------------|---------------------|
| Umsatz | 361,4 | 357,0 | - 1,2 | 1.090,0 | 1.054,9 | - 3,2 |
| EBITDA | 55,0 | 54,4 | - 1,1 | 150,9 | 144,6 | - 4,2 |
| Angepasstes operatives Ergebnis | 49,9 | 46,0 | - 7,7 | 126,3 | 114,7 | - 9,2 |
| Marge in Prozent ¹⁾ | 13,8% | 12,9% | | 11,6% | 10,9% | |
| Operatives Ergebnis | 40,2 | 35,5 | - 11,8 | 107,4 | 93,8 | - 12,7 |
| EBIT | 40,8 | 36,9 | - 9,7 | 108,7 | 97,0 | - 10,8 |
| Sonstiges Finanzergebnis | - 8,7 | - 7,4 | 15,6 | - 20,1 | - 19,9 | 1,0 |
| Konzernergebnis | 18,9 | 17,3 | - 8,4 | 56,9 | 48,2 | - 15,3 |
| Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit | 92,8 | 75,3 | - 18,9 | 123,5 | 132,9 | 7,6 |
| Unverwässertes Ergebnis je Aktie in Euro | 0,43 | 0,37 | - 14,0 | 1,32 | 1,04 | - 21,2 |

1) Angepasstes operatives Ergebnis zum Umsatz

Das **angepasste operative Ergebnis** (im Folgenden: Ergebnis) erreichte in den ersten neun Monaten 114,7 Millionen Euro. Das entspricht einer Verringerung um 11,6 Millionen Euro gegenüber dem Vorjahr. Im Vorjahreszeitraum hatte die Auflösung von Pensionsrückstellungen in Folge der Umstellung des Pensionsplans in der Schweiz einen einmalig positiven Einfluss. Die Abwertung verschiedener für GfK wichtiger Währungen hatte im ersten Halbjahr einen deutlichen Einfluss auf das Ergebnis, im Neunmonatszeitraum war dieser geringer. Insgesamt minderten Währungseffekte das Ergebnis um 2,3 Millionen Euro. Die **Marge** der Gruppe ging von 11,6 Prozent auf 10,9 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 mit 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 neun Monaten 2014 auf minus 20,9 Millionen Euro nach minus 18,9 Millionen Euro in der Vorjahresperiode.

ANGEPASSTES OPERATIVES ERGEBNIS¹⁾

| <i>in Millionen Euro</i> | Q1 – Q3 2013 | Q1 – Q3 2014 |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|-------------------------|
| Operatives Ergebnis | 107,4 | 93,8 |
| Zu- und Abschreibung auf aufgedeckte stille Reserven aus der Kaufpreisallokation | – 7,4 | – 5,4 |
| Erträge und Aufwendungen aus Unternehmenskäufen und Übernahmetransaktionen | – 0,2 | – 0,8 |
| Erträge und Aufwendungen aus Umstrukturierungs- und Optimierungsprojekten | – 5,3 | – 10,2 |
| Personalaufwendungen aus langfristigen aktienbasierten Prämiensystemen | – 1,5 | – 0,7 |
| Ergebnis aus der Währungsumrechnung | 0,6 | – 0,4 |
| Aufwendungen und Erträge aus Einmaleffekten und anderen außergewöhnlichen Sachverhalten | – 5,0 | – 3,4 |
| Hervorgehobene Posten gesamt | – 18,9 | – 20,9 |
| Angepasstes operatives Ergebnis | 126,3 | 114,7 |

1) Gerundet

10

Während die Salden aus Zu- und Abschreibungen auf aufgedeckte stille Reserven aus der Kaufpreisallokation und der Erträge und Aufwendungen aus Einmaleffekten und anderen außergewöhnlichen Sachverhalten gesunken sind, stiegen die Aufwendungen aus Reorganisations- und Optimierungsprojekten im Wesentlichen durch Kapazitätsanpassungen in Europa im dritten Quartal auf insgesamt minus 10,2 Millionen Euro an. Ebenfalls angestiegen sind die Aufwendungen aus der Währungsumrechnung.

Das **EBITDA** verringerte sich um 6,4 Millionen Euro auf 144,6 Millionen Euro, das **EBIT** um 11,7 Millionen auf 97,0 Millionen Euro. Die sonstigen Abschreibungen haben sich in Folge der Investitionen in neue Systeme um 7,4 Millionen Euro wie geplant erhöht.

Das **sonstige Finanzergebnis**, das ist der Saldo aus sonstigen Finanzerträgen und sonstigen Finanzaufwendungen, konnte von minus 20,1 Millionen Euro in der Vorjahresperiode auf minus 19,9 Millionen leicht verbessert werden. Zum Halbjahr hatte es aufgrund eines verschlechterten Währungsergebnisses noch über dem Vorjahreswert gelegen.

Der Steueraufwand ist gegenüber dem Vorjahr um 2,8 Millionen Euro gesunken. Die **Steuerquote** stieg von 35,8 Prozent im Vorjahreszeitraum auf 37,5 Prozent, was im Wesentlichen darauf zurückzuführen ist, dass für Verlustvorträge in einzelnen Gesellschaften aktive latente Steuern nicht angesetzt werden konnten.

3. CASHFLOW UND INVESTITIONEN

Der **Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit** für die ersten neun Monate 2014 konnte gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 7,6 Prozent auf 132,9 Millionen Euro verbessert werden. Das Working Capital wurde insgesamt um 11,1 Millionen Euro abgebaut. In der Vergleichsperiode war der Cashflow im Zusammenhang mit den Steuernachzahlungen in der Türkei mit 8,1 Millionen Euro belastet.

Der Mittelabfluss aus **Investitionstätigkeit** ging hauptsächlich wegen verminderter Akquisitionstätigkeit um 24,2 Millionen Euro auf 60,9 Millionen Euro zurück. Für Akquisitionen wurden, nach 33,9 Millionen Euro im Vergleichszeitraum, im laufenden Jahr bisher nur 5,7 Millionen Euro ausgegeben, da wie geplant der Fokus auf organisches Wachstum gelegt wird. Insbesondere aufgrund des Panelaufbaus in Brasilien stiegen die Investitionen in Sachanlagen von 13,5 Millionen Euro auf 21,7 Millionen Euro an. Die Auszahlungen für den Erwerb immaterieller Vermögenswerte waren mit 31,5 Millionen Euro gegenüber 36,7 Millionen Euro im Vorjahreszeitraum etwas geringer.

Die Nettokreditaufnahme ging im Vergleich zum Vorjahreszeitraum stark zurück. Nach einer Nettoaufnahme von 30,9 Millionen Euro wurden im bisherigen Jahresverlauf netto 12,1 Millionen Euro zurückgeführt.

Aufgrund des verbesserten operativen Cashflows und der verminderten Akquisitionstätigkeit stieg der **frei verfügbare Cashflow nach Akquisitionen, sonstigen Investitionen und Anlagenabgängen** um 33,6 Millionen Euro auf 71,9 Millionen Euro.

Zum Ende September 2014 verfügte GfK über **liquide Mittel** in Höhe von 89,5 Millionen Euro (30. September 2013: 81,6 Millionen Euro). Die nicht in Anspruch genommenen Kreditlinien betragen Ende September 270,5 Millionen Euro (30. September 2013: 266,8 Millionen Euro).

4. VERMÖGENS- UND FINANZSTRUKTUR

Während der ersten neun Monate 2014 erhöhte sich die Bilanzsumme der GfK SE gegenüber dem Jahresende 2013 um 6,3 Prozent auf 1.696 Millionen Euro. Der Zuwachs stammt größtenteils aus der Auswirkung von Währungsschwankungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte und in geringerem Maße aus einer Erhöhung der immateriellen Vermögenswerte aufgrund des Panelaufbaus.

Die Eigenkapitalquote stieg von 39,1 Prozent zum Jahresende 2013 auf 41,1 Prozent. Das Grundkapital der GfK SE blieb mit 153 Millionen Euro unverändert.

Die **Nettoverschuldung** belief sich Ende September 2014 auf 405,9 Millionen Euro. Dies entspricht im Vergleich zum Jahresende 2013 einer Reduktion um 21,6 Millionen Euro.

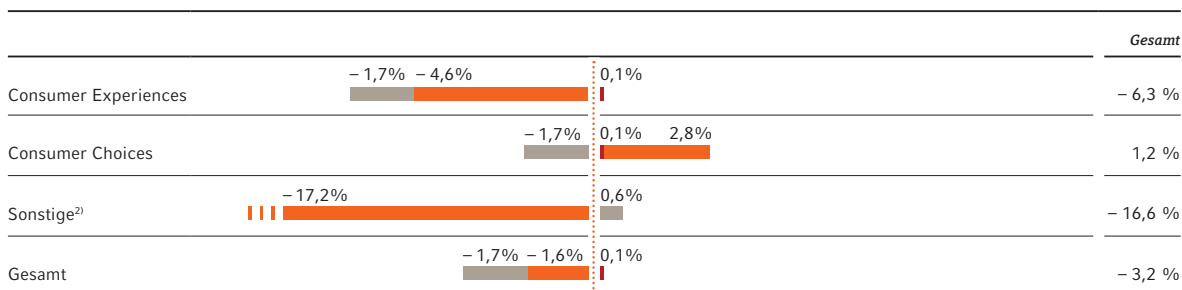
Zum 30. September 2014 betrug das Verhältnis der modifizierten Nettoverschuldung zum EBITDA 1,85 (30. September 2013: 2,24) Auch die mit den Banken vereinbarten Covenants werden weiterhin komfortabel eingehalten. Die Revolving Credit Facility über 200 Millionen Euro war zum 30. September nicht gezogen.

Die Gesamtzahl der im Umlauf befindlichen Aktien der GfK SE lag zum 30. September 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⁾



1) Zahlen aus dem Management-Informationssystem – gerundet

● Währung ● Akquisitionen ● Organisch

2) Bereich Sonstige

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 | Q1 - Q3 | | Veränderung in % |
|---------------------------------|---------|-------|---------------------|
| | 2013 | 2014 | |
| Umsatz | 637,2 | 597,2 | -6,3 |
| Angepasstes operatives Ergebnis | 26,6 | 31,5 | 18,4 |
| Marge in % ²⁾ | 4,2 | 5,3 | |

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. Innovative, globale Produkte treiben zunehmend das Geschäft. Über diese wird ein zunehmender Teil des Geschäfts abgewickelt und sie waren auch im dritten Quartal wieder ein wesentlicher Faktor bei der Akquisition neuer Aufträge. Globale, vereinheitlichte Produkte machen weltweit bereits 37 Prozent des Consumer Experiences Geschäfts aus.

In den ersten neun Monaten 2014 ging der Umsatz des Sektors Consumer Experiences gegenüber der Vorjahresperiode um 6,3 Prozent auf 597,2 Millionen Euro zurück. Davon waren 1,7 Prozentpunkte auf Währungseffekte zurückzuführen. Im Berichtszeitraum insgesamt waren die Währungseffekte allerdings geringer als im ersten Halbjahr. Organisch sank der Umsatz um 4,6 Prozent. Im isolierten Quartal hat sich der Rückgang mit minus 3,7 Prozent gegenüber den minus 5,0 Prozent im ersten Halbjahr verlangsamt. Neben der Bereinigung des Projektportfolios hat sich die bereits im Sechsmonatsbericht beschriebene Reduktion des Auftragsvolumens eines einzelnen Herstellers im Bereich Consumer Electronics in Nordeuropa

auch weiterhin ausgewirkt. Bei diesem Auftrag handelte es sich nicht um klassische Marktforschung, sondern um Field-Marketing, also verkaufsfördernde Maßnahmen am Point of Sale. Im Zuge der Neuausrichtung des Sektors wird dieses Geschäftsfeld reduziert. Der weitere Umsatzrückgang ist unter anderem darauf zurückzuführen, dass sich GfK im Bereich Consumer Experiences auf margenstarke Projekte und Produkte gegenüber lokalen, nicht skalierbaren Lösungen fokussiert und sich aus Randbereichen zurückzieht. In Bereichen der klassischen Marktforschung wie Telefon- und persönliche Interviews war der Rückgang aufgrund einer Nachfrageschwäche im bisherigen Jahresverlauf stärker als erwartet.

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 18,4 Prozent auf 31,5 Millionen Euro. Die Marge hat sich von 4,2 Prozent im Vorjahreszeitraum auf 5,3 Prozent verbessert. Die positive Entwicklung ist auf konsequente Preispolitik aber auch strengere Kostendisziplin bei der Projektdurchführung zurückzuführen.

CONSUMER CHOICES¹⁾

| in Millionen Euro | Q1 – Q3 | | Veränderung in % |
|---------------------------------|---------|-------|---------------------|
| | 2013 | 2014 | |
| Umsatz | 449,0 | 454,6 | 1,2 |
| Angepasstes operatives Ergebnis | 107,3 | 95,5 | - 11,0 |
| Marge in % ²⁾ | 23,9 | 21,0 | |

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 454,6 Millionen Euro. Das organische Wachstum betrug 2,8 Prozent, Währungsschwankungen hatten einen negativen Einfluss von 1,7 Prozentpunkten.

Das Geschäft wurde insbesondere in der Region Asien und Pazifik ausgebaut, die Region Lateinamerika konnte ebenfalls deutlich zulegen. Im Bereich Retail Tracking zeigen große Produktkategorien wie Telekommunikation oder Haushaltsgüter (Small- /Major Domestic Appliances) weiterhin robustes Wachstum. Aber auch die relativ jungen Produktkategorien Automotive und Health konnten deutlich wachsen.

Neben dem Retail-Tracking-Geschäft trug auch der Bereich Audience Measurement, der sich von einem europäisch ausgerichteten zu einem global agierenden Geschäftsbereich wandelt, zur positiven Umsatzentwicklung bei. Unter anderem wurden im Berichtszeitraum erstmalig Umsätze aus der Messung der Radioeinschaltquoten in Australien realisiert. Der im ersten Halbjahr begonnene Panelaufbau für die neu gewonnenen Fernsehforschungsprojekte in Brasilien und Saudi Arabien wurde vorangetrieben. Diese Aufträge werden ab Mitte des Jahres 2015 wie geplant zum organischen Wachstum beitragen. Gebremst wurde das Wachstum des Sektors von Bereichen, die nicht zu den Kerngeschäften Retailtracking und Media gehören und in denen zurzeit strukturelle Veränderungen vorgenommen werden.

Das Ergebnis des Sektors Consumer Choices ging im Berichtszeitraum um 11,0 Prozent auf 95,5 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 23,9 Prozent auf 21,0 Prozent zurückging. Gut zwei Prozentpunkte davon sind auf Aufwendungen für mobile Produkte und nicht aktivierbare Posten für den Aufbau neuer Panels zurückzuführen.

SONSTIGE¹⁾

| in Millionen Euro | Q1 – Q3 | | Veränderung in % |
|---------------------------------|---------|--------|---------------------|
| | 2013 | 2014 | |
| Umsatz | 3,7 | 3,1 | - 16,6 |
| Angepasstes operatives Ergebnis | - 7,7 | - 12,4 | - 61,5 |

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 neun Monaten des Jahres 2014 bei 3,1 Millionen Euro (Vorjahr: 3,7 Millionen Euro). Die Kostenunterdeckung in diesem Bereich belief sich auf 12,4 Millionen Euro gegenüber 7,7 Millionen Euro

im entsprechenden Vorjahreszeitraum. Die Kosten waren insbesondere im Zuge der Modernisierung von IT-Infrastruktur und Anwendungssystemen angestiegen.

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⁾

| | | | | | Gesamt |
|------------------------|---------|--------|-------|--|----------|
| Nordeuropa | - 7,0% | 0,1% | 1,3% | | - 5,6 % |
| Süd- und Westeuropa | - 2,1% | 0,1% | | | - 2,0 % |
| Zentral Osteuropa/META | - 8,2% | | 10,0% | | 1,8 % |
| Lateinamerika | - 14,2% | | 2,5% | | - 11,7 % |
| Nordamerika | - 2,5% | - 0,5% | | | - 3,0 % |
| Asien und Pazifik | - 4,6% | 0,2% | 7,2% | | 2,9 % |
| Gesamt | - 1,7% | - 1,6% | 0,1% | | - 3,2 % |

1) Zahlen aus dem Management-Informationssystem – gerundet

● Währung ● Akquisitionen ● Organisch

In der Region **Nordeuropa** ging der Umsatz in den ersten neun Monaten um 5,6 Prozent von 441,6 Millionen Euro auf 417,0 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 195,6 Millionen Euro um 2,0 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. Diese Bestrebungen wurden auch im dritten Quartal intensiv vorangetrieben.

Erneut gut entwickelte sich das Geschäft in der Region **Zentral Osteuropa/META** (Middle East, Turkey, Africa). Der Umsatz wurde organisch um 10,0 Prozent gesteigert, allerdings standen dieser guten Entwicklung starke Währungseffekte entgegen. Der Umsatz wuchs deshalb insgesamt nur um 1,8 Prozent auf 94,3 Millionen Euro. Das Geschäft in Russland konnte auch im dritten Quartal wachsen, doch zeigen sich im Auftragsbuch erste Auswirkungen der Ukraine-Krise.

Besonders ausgeprägt waren die Währungseffekte in der Region **Lateinamerika**. Obwohl das organische Wachstum hier 2,5 Prozent betrug, drückten Währungseffekte das Gesamtwachstum auf minus 11,7 Prozent. Der Umsatz lag bei 42,5 Millionen Euro.

UMSATZENTWICKLUNG DER REGIONEN¹⁾

| in Millionen Euro | 2013 | Q1 – Q3 | | Veränderung in % |
|------------------------|----------------|----------------|------|------------------|
| | | 2013 | 2014 | |
| Nordeuropa | 441,6 | 417,0 | | - 5,6 |
| Süd- und Westeuropa | 199,6 | 195,6 | | - 2,0 |
| Zentral Osteuropa/META | 92,6 | 94,3 | | 1,8 |
| Lateinamerika | 48,1 | 42,5 | | - 11,7 |
| Nordamerika | 192,9 | 187,2 | | - 3,0 |
| Asien und Pazifik | 115,0 | 118,3 | | 2,9 |
| Gesamt | 1.090,0 | 1.054,9 | | - 3,2 |

1) Zahlen aus dem Management-Informationssystem – gerundet

Der Umsatz in der Region **Nordamerika** ging in den neun Monaten organisch um 0,5 Prozent auf 187,2 Millionen Euro zurück. Der Rückgang des im Umbruch befindlichen Consumer Experiences Geschäfts konnte vom wachsenden Bereich Media weitgehend ausgeglichen werden. Währungseffekte belasteten weiter die Entwicklung, im Neunmonatszeitraum war dieser Einfluss aber geringer als im ersten Halbjahr.

Die GfK-Unternehmen in der Region **Asien und Pazifik** steigerten ihren Umsatz um 2,9 Prozent auf 118,3 Millionen Euro. Wie in den anderen Wachstumsregionen standen negative Währungseffekte einem starken organischen Wachstum von 7,2 Prozent gegenüber. Zur Umsatzsteigerung hat insbesondere die gute Geschäftsentwicklung in China beigetragen.

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 der globalen und digitalen Produkte, die weitere Erneuerung der IT-Kernsysteme, der Rollout des ERP-Systems und die Einführung eines einheitlichen Systems zur Messung der Ressourcenauslastung in der Datenerfassung und -produktion.

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. September 2014 waren in der GfK Gruppe 13.332 Mitarbeiter beschäftigt. Das sind 392 Beschäftigte mehr als zum Jahresende 2013 und 129 mehr als zum Ende des zweiten 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 wurde zum Beispiel die Mitarbeiterzahl im Coding der neuen Handelspanels erhöht, in Brasilien wurden Mitarbeiter zum Aufbau des Fernsehpanels eingestellt. In den Regionen Süd- und Westeuropa sowie Nordamerika wurde die Zahl der Mitarbeiter als Reaktion auf die schwache Auftragslage dagegen verringert. Der Personalaufwand ist in den ersten neun Monaten des laufenden Jahres um 3,4 Prozent auf 523,3 Millionen Euro gestiegen. Dieser Anstieg beinhaltet um 5,6 Millionen Euro höhere Abfindungszahlungen als im Vorjahr. Bereinigt um diesen Effekt liegt die Personalaufwandsquote, das Verhältnis von Personalaufwand zu Umsatz, bei 49,1% Prozent. In der Vorjahresperiode lag sie bereinigt um den Pensionseffekt in der Schweiz bei 47,1 Prozent.

9. FORSCHUNG UND ENTWICKLUNG

Im laufenden Jahr hat GfK einen optimierten Innovationsprozess für Verfahren und Produkte eingeführt. Dieser Prozess ermöglicht es, aufkommende Ideen über drei Stufen effizient zur Marktreife zu bringen, ohne dabei den strategischen Fokus zu verlieren. Seit Einführung dieses neuen Prozesses wurden bereits zahlreiche Ideen aufgrund ihrer Bewertung als vielversprechend für die weitere Prüfung und Entwicklung priorisiert. Die Bewertung sämtlicher Ideen nach strategischen Kriterien gewährleistet die Ausrichtung der Entwicklung auf ihre konkrete kommerzielle Anwendbarkeit.

Im dritten Quartal wurden unter anderem folgende Projekte vorangetrieben:

„Datafication“ von Spielen: Angeregt vom Erfolg digitaler Spiele wird vielfach untersucht, wie „Gamification“ eingesetzt werden kann, um die Aufmerksamkeit von Konsumenten durch spielerische Elemente zu binden. GfK dreht diese Idee um, indem sie versucht, aus dem Spielverhalten selbst Daten zu Wahrnehmung, Einstellung und Verhalten von Konsumenten zu gewinnen. Dieser Ansatz hat gegenüber traditionellen Methoden der Marktforschung mehrere Vorzüge. Probanden werden durch das Spiel intrinsisch motiviert, und die passive Erhebungsmethode, die bei diesem Verfahren eingesetzt wird, ist besser geeignet, unverfälschte Daten zu liefern.

Benchmarking von Testergebnissen: Um aussagefähige Ergebnisse beim Testen von Anzeigen, Kampagnen und Produkten zu erhalten, sollten die Testergebnisse vergleichbar sein. Oft ist aber keine hinreichende Zahl vergleichbarer Tests verfügbar. GfK hat ein automatisiertes Verfahren entwickelt, in dem Tests mittels statistischer Methoden (Regularized Logistic Regression), die in unterschiedlichen Kontexten durchgeführt wurden, vergleichbar gemacht werden können. So kann ein Benchmarking durchgeführt werden, wo dies bisher nicht möglich war.

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 zehn verbundene konsolidierte und ein assoziiertes Unternehmen sowie fünf nicht konsolidierte verbundene Unternehmen. Weltweit gehören der GfK Gruppe 139 verbundene konsolidierte und 14 assoziierte Unternehmen, drei Beteiligungen sowie 31 nicht konsolidierte verbundene Unternehmen an. Der Stammsitz ist Nürnberg.

Am 11. August wurde bekannt gegeben, dass der Aufsichtsrat der GfK SE Christian Diedrich, 56, als neuen Finanzvorstand ernannt hat. Seine Ernennung ist zum 15. Oktober 2014 wirksam. Christian Diedrich folgt Pamela Knapp, die aus persönlichen Gründen um die vorzeitige Aufhebung ihres Vertrags gebeten hatte.

11. VERÄNDERUNGEN DER BETEILIGUNGEN IM DRITTEN QUARTAL 2014

Die Zahl der zur GfK Gruppe gehörigen Unternehmen sank gegenüber dem Vorjahr von 198 auf 188 Unternehmen. Vier konsolidierte Unternehmen wurden mit anderen verschmolzen, fünf konsolidierte und drei nicht konsolidierte Unternehmen wurden liquidiert, vier Unternehmen wurden erstmals konsolidiert und eines entkonsolidiert. Zwei Unternehmen wurden akquiriert, davon wird eines konsolidiert. Damit sank die Zahl der konsolidierten Unternehmen von 144 auf 139.

Im dritten Quartal 2014 hat GfK das Geschäft von PanelVet und das Unternehmen Cogenta akquiriert sowie die Beteiligung an dem Tochterunternehmen IFR South America SA aufgestockt. Das in Großbritannien ansässige Unternehmen Cogenta ist ein führender Anbieter für die Analyse und Beobachtung von Preisen im Online-Einzelhandel. Mit der Übernahme baut GfK seine starke Position im Bereich der Handelsdaten weiter aus. Im wichtigen Online-Geschäft können Handel und Hersteller nun umfassende Einblicke in die Preise gewinnen.

PanelVet erhebt und vertreibt Daten aus tierärztlichen Praxen und Kliniken in Frankreich.

VERÄNDERUNGEN IM GfK-NETZWERK WÄHREND DES DRITTEN QUARTALS 2014

| <i>Unternehmen</i> | <i>Investitionsanlass</i> | <i>Anteil in %</i> | <i>Sektor</i> | <i>Regionen</i> |
|----------------------|---------------------------|--------------------|------------------|---------------------|
| PanelVet | Akquisition | Asset Deal | Consumer Choices | Süd- und Westeuropa |
| Cogenta | Akquisition | 100% | Consumer Choices | Nordeuropa |
| IFR South America SA | Anteilserrhöhung | 70% auf 100% | Consumer Choices | Lateinamerika |

12. WICHTIGE EREIGNISSE NACH DEM STICHTAG 30. SEPTEMBER 2014

Im November wurde bekannt gegeben, dass die Star Radio Group, eine der am schnellsten wachsenden Sendergruppen in Malaysia, GfK für die Durchführung der Radio-Reichweitenforschung ausgewählt hat.

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.

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.

14. AUSBLICK

GfK erwartet, dass sich das Wachstum der Weltwirtschaft im weiteren Jahresverlauf verhalten fortsetzt. In ihrem Monatsbericht von Oktober geht die Europäische Zentralbank von einer Festigung des globalen BIP-Wachstums in der zweiten Jahreshälfte aus. Allerdings werden die bestehenden fiskalischen und die zuletzt stark gestiegenen geopolitischen Risiken als deutlich negativ für den längerfristigen Ausblick gesehen.

Die Marktforschungsbranche ist zunehmend durch Digitalisierung und „Big Data“ unter Anpassungsdruck. Vor allem im Bereich der Auftragsforschung besteht Preisdruck. Für die Marktforschungsunternehmen bringt dies die Notwendigkeit mit sich, kontinuierlich in den Veränderungsprozess zu investieren. 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 110 Millionen Euro Investitionsvolumen, von denen rund 65 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. GfK wird auch in den kommenden Jahren weiter in Transformation und Digitalisierung investieren.

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 Tracking 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 den neun Monaten des Jahres nicht vollständig durch stärkeres Wachstum im letzten Quartal kompensiert werden kann. Der Vorstand geht deshalb weiterhin von einem Jahresumsatz für 2014 auf Vorjahresniveau (1.495 Millionen Euro) oder leicht darunter aus und erwartet eine organische Umsatzentwicklung zwischen minus 1,5 und 0 Prozent.

Der Zielkorridor für die Marge liegt 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 September waren 93,8 Prozent des erwarteten Jahresumsatzes gebucht oder im Auftragsbestand enthalten. (Vorjahr: 96,1 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. Juli bis zum 30. September 2014 in TEUR (nach IFRS, ungeprüft)

17

| | Q3 2013 ¹⁾ | % vom Umsatz | Q3 2014 | % vom Umsatz | Veränderung abs. | % |
|-----------------------------------------------------------|--------------------------|-----------------|----------------|-----------------|---------------------|----------------|
| Umsatzerlöse | 361.408 | 100,0% | 356.990 | 100,0% | - 4.418 | - 1,2% |
| Umsatzkosten | - 238.533 | - 66,0% | - 238.408 | - 66,8% | 125 | - 0,1% |
| Bruttoergebnis vom Umsatz | 122.875 | 34,0% | 118.582 | 33,2% | - 4.293 | - 3,5% |
| Vertriebs- und allgemeine Verwaltungskosten | - 77.618 | - 21,5% | - 75.593 | - 21,2% | 2.025 | - 2,6% |
| Sonstige betriebliche Erträge | 1.100 | 0,3% | 1.444 | 0,4% | 344 | 31,3% |
| Sonstige betriebliche Aufwendungen | - 6.164 | - 1,7% | - 8.969 | - 2,5% | - 2.805 | 45,5% |
| Operatives Ergebnis²⁾ | 40.193 | 11,1% | 35.464 | 9,9% | - 4.729 | - 11,8% |
| Ergebnis aus assoziierten Unternehmen | 610 | 0,2% | 1.337 | 0,4% | 727 | 119,2% |
| Sonstiges Beteiligungsergebnis | 4 | 0,0% | 49 | 0,0% | 45 | 1.125,0% |
| EBIT | 40.807 | 11,3% | 36.850 | 10,3% | - 3.957 | - 9,7% |
| Sonstige Finanzerträge | 197 | 0,1% | 4.067 | 1,1% | 3.870 | 1.964,5% |
| Sonstige Finanzaufwendungen | - 8.922 | - 2,5% | - 11.434 | - 3,2% | - 2.512 | 28,2% |
| Ergebnis aus laufender Geschäftstätigkeit | 32.082 | 8,9% | 29.483 | 8,3% | - 2.599 | - 8,1% |
| Steuern auf das Ergebnis aus laufender Geschäftstätigkeit | - 13.153 | | - 12.149 | | 1.004 | - 7,6% |
| KONZERNERGEBNIS | 18.929 | 5,2% | 17.334 | 4,9% | - 1.595 | - 8,4% |
| Den Anteilseignern der Muttergesellschaft zuzurechnen: | 15.710 | 4,3% | 13.736 | 3,8% | - 1.974 | - 12,6% |
| Den Minderheitsanteilseignern zuzurechnen: | 3.219 | 0,9% | 3.598 | 1,0% | 379 | 11,8% |
| KONZERNERGEBNIS | 18.929 | 5,2% | 17.334 | 4,9% | - 1.595 | - 8,4% |
| Unverwässertes Ergebnis je Aktie (EUR) | 0,43 | | 0,37 | | - 0,06 | - 14,0% |
| Verwässertes Ergebnis je Aktie (EUR) | 0,43 | | 0,37 | | - 0,06 | - 14,0% |
| Angepasstes Ergebnis je Aktie (EUR) | 0,69 | | 0,66 | | - 0,03 | - 4,3% |
| Nachrichtlich: | | | | | | |
| Personalaufwand | - 165.046 | - 45,7% | - 177.995 | - 49,9% | - 12.949 | 7,8% |
| Abschreibungen | - 14.235 | - 3,9% | - 17.573 | - 4,9% | - 3.338 | 23,4% |
| EBITDA | 55.042 | 15,2% | 54.423 | 15,2% | - 619 | - 1,1% |

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 46.029 Tausend Euro (Q3 2013: 49.891 Tausend Euro) wird auf Seite 10 dargestellt.

KONZERN-GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG DER GfK GRUPPE

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

18

| | Q1 – Q3 2013 ¹⁾ | % vom Umsatz | Q1 – Q3 2014 | % vom Umsatz | Veränderung abs. | % |
|-----------------------------------------------------------|-------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|---------------------|----------------|
| Umsatzerlöse | 1.089.963 | 100,0% | 1.054.906 | 100,0% | - 35.057 | - 3,2% |
| Umsatzkosten | - 725.790 | - 66,6% | - 704.065 | - 66,7% | 21.725 | - 3,0% |
| Bruttoergebnis vom Umsatz | 364.173 | 33,4% | 350.841 | 33,3% | - 13.332 | - 3,7% |
| Vertriebs- und allgemeine Verwaltungskosten | - 250.855 | - 23,0% | - 244.769 | - 23,2% | 6.086 | - 2,4% |
| Sonstige betriebliche Erträge | 3.546 | 0,3% | 4.474 | 0,4% | 928 | 26,2% |
| Sonstige betriebliche Aufwendungen | - 9.474 | - 0,9% | - 16.793 | - 1,6% | - 7.319 | 77,3% |
| Operatives Ergebnis²⁾ | 107.390 | 9,9% | 93.753 | 8,9% | - 13.637 | - 12,7% |
| Ergebnis aus assoziierten Unternehmen | 1.267 | 0,1% | 3.332 | 0,3% | 2.065 | 163,0% |
| Sonstiges Beteiligungsergebnis | 81 | 0,0% | - 65 | 0,0% | - 146 | - 180,2% |
| EBIT | 108.738 | 10,0% | 97.020 | 9,2% | - 11.718 | - 10,8% |
| Sonstige Finanzerträge | 12.011 | 1,1% | 6.571 | 0,6% | - 5.440 | - 45,3% |
| Sonstige Finanzaufwendungen | - 32.124 | - 2,9% | - 26.486 | - 2,5% | 5.638 | - 17,6% |
| Ergebnis aus laufender Geschäftstätigkeit | 88.625 | 8,1% | 77.105 | 7,3% | - 11.520 | - 13,0% |
| Steuern auf das Ergebnis aus laufender Geschäftstätigkeit | - 31.768 | | - 28.932 | | 2.836 | - 8,9% |
| KONZERNERGEBNIS | 56.857 | 5,2% | 48.173 | 4,6% | - 8.684 | - 15,3% |
| Den Anteilseignern der Muttergesellschaft zuzurechnen: | 48.073 | 4,4% | 38.029 | 3,6% | - 10.044 | - 20,9% |
| Den Minderheitsanteilseignern zuzurechnen: | 8.784 | 0,8% | 10.144 | 1,0% | 1.360 | 15,5% |
| KONZERNERGEBNIS | 56.857 | 5,2% | 48.173 | 4,6% | - 8.684 | - 15,3% |
| Unverwässertes Ergebnis je Aktie (EUR) | 1,32 | | 1,04 | | - 0,28 | - 21,2% |
| Verwässertes Ergebnis je Aktie (EUR) | 1,32 | | 1,04 | | - 0,28 | - 21,2% |
| Angepasstes Ergebnis je Aktie (EUR) | 1,83 | | 1,61 | | - 0,22 | - 12,0% |
| Nachrichtlich: | | | | | | |
| Personalaufwand | - 505.897 | - 46,4% | - 523.333 | - 49,6% | - 17.436 | 3,4% |
| Abschreibungen | - 42.172 | - 3,9% | - 47.540 | - 4,5% | - 5.368 | 12,7% |
| EBITDA | 150.910 | 13,8% | 144.560 | 13,7% | - 6.350 | - 4,2% |

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 114.669 Tausend Euro (Q1 – Q3 2013: 126.272 Tausend Euro) wird auf Seite 10 dargestellt.

KONZERN-KAPITALFLUSSRECHNUNG

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

19

| | Q1 – Q3 2013 | Q1 – Q3 2014 |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|-----------------|
| Konzernergebnis | 56.857 | 48.173 |
| Abschreibungen/Zuschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte | 22.104 | 28.674 |
| Abschreibungen/Zuschreibungen auf Sachanlagen | 20.068 | 18.866 |
| Abschreibungen/Zuschreibungen auf sonstige finanzielle Vermögenswerte | 460 | 142 |
| Summe der Abschreibungen/Zuschreibungen | 42.632 | 47.682 |
| Veränderung der Vorräte und der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen | 32.089 | – 555 |
| Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und der Verpflichtungen aus Aufträgen in Bearbeitung | 19.406 | 24.860 |
| Veränderung anderer Aktiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind | – 12.574 | 5.991 |
| Veränderung anderer Passiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind | – 18.961 | – 19.211 |
| Gewinn/Verlust aus dem Abgang von langfristigen Vermögenswerten | – 60 | 304 |
| Ergebnisse aus assoziierten Unternehmen, soweit nicht zahlungswirksam | – 1.104 | – 2.747 |
| Veränderung der langfristigen Rückstellungen | – 2.490 | 3.232 |
| Sonstige zahlungsunwirksame Erträge/Aufwendungen | – 1.022 | 8.666 |
| Zinsergebnis | 14.852 | 13.867 |
| Veränderung der latenten Steuern | – 302 | – 942 |
| Laufender Ertragsteueraufwand | 32.370 | 29.874 |
| Gezahlte Steuern | – 38.186 | – 26.336 |
| a) Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit | 123.507 | 132.858 |
| Auszahlungen für Investitionen in immaterielle Vermögenswerte | – 36.672 | – 31.493 |
| Auszahlungen für Investitionen in Sachanlagen | – 13.545 | – 21.723 |
| Auszahlungen aus dem Erwerb von konsolidierten Unternehmen und sonstigen Geschäftseinheiten | – 33.866 | – 5.728 |
| Auszahlungen für Investitionen in sonstige finanzielle Vermögenswerte | – 1.493 | – 2.275 |
| Einzahlungen aus Abgängen von immateriellen Vermögenswerten | 57 | 57 |
| Einzahlungen aus Abgängen von Sachanlagen | 346 | 217 |
| Einzahlungen aus Abgängen von sonstigen finanziellen Vermögenswerten | 8 | 2 |
| b) Cashflow aus der Investitionstätigkeit | – 85.165 | – 60.943 |
| Dividendenzahlungen an Unternehmenseigner | – 23.728 | – 23.728 |
| Dividendenzahlungen an Minderheitsgesellschafter und sonstige Eigenkapitaltransaktionen | – 4.191 | – 3.367 |
| Einzahlungen aus der Aufnahme von Finanzkrediten | 136.605 | 14.542 |
| Auszahlungen für die Tilgung von Finanzkrediten | – 105.750 | – 26.638 |
| Erhaltene Zinsen | 732 | 1.398 |
| Gezahlte Zinsen | – 18.056 | – 17.183 |
| c) Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit | – 14.388 | – 54.976 |
| Zahlungswirksame Veränderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente (Summe der Zeilen a), b) und c)) | 23.954 | 16.939 |
| Wechselkurs- und bewertungsbedingte Änderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente | – 9.603 | 1.819 |
| Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am Anfang der Periode | 66.376 | 69.706 |
| ZAHLUNGSMITTEL UND ZAHLUNGSMITTELÄQUIVALENTE AM ENDE DER PERIODE | 80.727 | 88.464 |

BERECHNUNG DER NETTOVERSCHULDUNG UND DES FREIEN CASHFLOW IM KONZERN

Werte in TEUR (nach IFRS, ungeprüft)

20

| <i>Berechnung der Nettoverschuldung</i> | 30.09.2013 | 31.12.2013 | 30.09.2014 |
|----------------------------------------------------------------------------------------|------------------|------------------|------------------|
| Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente | 80.727 | 69.706 | 88.463 |
| Kurzfristige Wertpapiere und Festgelder | 908 | 2.323 | 1.005 |
| Liquide Mittel und kurzfristige Wertpapiere | 81.635 | 72.029 | 89.468 |
| Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten | - 230.614 | - 218.593 | - 200.925 |
| Pensionsverpflichtungen | - 57.297 | - 49.450 | - 50.726 |
| Verbindlichkeiten aus Finance Lease | - 624 | - 510 | - 265 |
| Andere verzinsliche Verbindlichkeiten | - 234.783 | - 230.956 | - 243.439 |
| Verzinsliche Verbindlichkeiten | - 523.318 | - 499.509 | - 495.355 |
| Nettoverschuldung | - 441.683 | - 427.480 | - 405.887 |
| | | | |
| <i>Berechnung des freien Cashflow</i> | | Q1 – Q3 2013 | Q1 – Q3 2014 |
| Konzernergebnis | | 56.857 | 48.173 |
| Abschreibungen/Zuschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte | | 22.104 | 28.674 |
| Abschreibungen/Zuschreibungen auf Sachanlagen | | 20.068 | 18.866 |
| Abschreibungen/Zuschreibungen auf sonstige finanzielle Vermögenswerte | | 460 | 142 |
| Sonstiges | | 24.018 | 37.003 |
| Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit | | 123.507 | 132.858 |
| Erhaltungs- und Ersatzinvestitionen | | - 50.217 | - 53.216 |
| Freier Cashflow vor Akquisitionen, sonstigen Investitionen und Anlagenabgängen | | 73.290 | 79.642 |
| Akquisitionen | | - 33.962 | - 6.950 |
| Sonstige Finanzinvestitionen | | - 1.397 | - 1.053 |
| Anlagenabgänge | | 411 | 276 |
| Freier Cashflow nach Akquisitionen, sonstigen Investitionen und Anlagenabgängen | | 38.342 | 71.915 |

KONZERNBILANZ

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

AKTIVA

| | 30.09.2013 ¹⁾ | 31.12.2013 | 30.09.2014 |
|-------------------------------------------------------|--------------------------|------------------|------------------|
| Geschäfts- oder Firmenwerte | 900.186 | 778.982 | 831.466 |
| Sonstige immaterielle Vermögenswerte | 259.783 | 246.274 | 261.253 |
| Sachanlagen | 103.631 | 103.598 | 107.397 |
| Anteile an assoziierten Unternehmen | 15.951 | 13.210 | 17.173 |
| Sonstige finanzielle Vermögenswerte | 5.888 | 6.491 | 8.940 |
| Latente Steueransprüche | 50.456 | 38.154 | 41.735 |
| Langfristige sonstige Vermögenswerte und Abgrenzungen | 9.234 | 7.850 | 9.410 |
| Langfristige Vermögenswerte | 1.345.129 | 1.194.559 | 1.277.374 |
| Forderungen aus Lieferungen und Leistungen | 356.726 | 373.271 | 383.861 |
| Kurzfristige Ertragsteuerforderungen | 15.439 | 17.306 | 9.883 |
| Kurzfristige Wertpapiere und Festgelder | 908 | 2.323 | 1.005 |
| Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente | 80.727 | 69.706 | 88.463 |
| Kurzfristige sonstige Vermögenswerte und Abgrenzungen | 49.063 | 39.213 | 42.702 |
| Kurzfristige Vermögenswerte | 502.863 | 501.819 | 525.914 |
| AKTIVA | 1.847.992 | 1.696.378 | 1.803.288 |

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

KONZERNBILANZ

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

22

PASSIVA

| | 30.09.2013 ¹⁾ | 31.12.2013 | 30.09.2014 |
|------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|------------------|------------------|
| Gezeichnetes Kapital | 153.316 | 153.316 | 153.316 |
| Kapitalrücklage | 212.403 | 212.403 | 212.403 |
| Gewinnrücklagen | 451.461 | 349.176 | 362.870 |
| Sonstige Rücklagen | - 89.121 | - 95.807 | - 37.525 |
| Den Anteilseignern der Muttergesellschaft zuzurechnendes Eigenkapital | 728.059 | 619.088 | 691.064 |
| Minderheitsanteile am Eigenkapital | 44.125 | 44.621 | 50.809 |
| EIGENKAPITAL | 772.184 | 663.709 | 741.873 |
| Langfristige Rückstellungen | 73.679 | 67.016 | 67.196 |
| Langfristige verzinsliche Finanzverbindlichkeiten | 413.697 | 409.071 | 363.740 |
| Latente Steuerverbindlichkeiten | 82.414 | 75.449 | 81.838 |
| Langfristiges sonstiges Fremdkapital und Abgrenzungen | 3.997 | 8.402 | 10.234 |
| Langfristiges Fremdkapital | 573.787 | 559.938 | 523.008 |
| Kurzfristige Rückstellungen | 29.283 | 22.473 | 23.159 |
| Kurzfristige Ertragsteuerverbindlichkeiten | 15.957 | 15.936 | 12.476 |
| Kurzfristige verzinsliche Finanzverbindlichkeiten | 52.324 | 40.988 | 80.889 |
| Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen | 82.366 | 92.524 | 90.794 |
| Verpflichtungen aus Aufträgen in Bearbeitung | 162.829 | 137.570 | 173.506 |
| Kurzfristiges sonstiges Fremdkapital und Abgrenzungen | 159.262 | 163.240 | 157.583 |
| Kurzfristiges Fremdkapital | 502.021 | 472.731 | 538.407 |
| FREMDKAPITAL | 1.075.808 | 1.032.669 | 1.061.415 |
| PASSIVA | 1.847.992 | 1.696.378 | 1.803.288 |
| Eigenkapitalquote | 41,8% | 39,1% | 41,1% |

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

GESAMTERGEBNISRECHNUNG

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

| | Q1 – Q3 2013 | Q1 – Q3 2014 |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|-----------------|
| Konzernergebnis | 56.857 | 48.173 |
| Bestandteile, die nicht aufwands- oder ertragswirksam umgegliedert werden: | | |
| Versicherungsmathematische Gewinne / Verluste aus leistungsorientierten Pensionsplänen | 269 | – 223 |
| Bestandteile, die in späteren Perioden aufwands- oder ertragswirksam umgegliedert werden: | | |
| Unterschied aus der Währungsumrechnung | – 37.244 | 60.906 |
| Bewertung von Net Investment Hedges für ausländische Tochtergesellschaften | – 42 | – 493 |
| Bewertung von Cashflow Hedges (effektiver Teil) | 14 | – 148 |
| Marktbewertung von Wertpapieren | 0 | – 3 |
| Sonstiges Ergebnis (nach Steuern) | – 37.003 | 60.039 |
| Gesamtergebnis | 19.854 | 108.212 |
| Davon: | | |
| Den Anteilseignern der Muttergesellschaft zuzurechnen | 13.252 | 96.311 |
| Den Minderheitsanteilseignern zuzurechnen | 6.602 | 11.901 |
| Gesamtergebnis | 19.854 | 108.212 |

KONZERN-EIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG DER GfK GRUPPE

in TEUR für die Zeit vom 1. Januar bis zum 30. September 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. SEPTEMBER 2013 | 153.316 | 212.403 |
| Stand am 1. Oktober 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 | | |
| Erwerb von Minderheitsanteilen | | |
| Sonstige Veränderungen | | |
| Transaktionen mit Unternehmenseignern, direkt im Eigenkapital erfasst | 0 | 0 |
| STAND AM 30. SEPTEMBER 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 |
| 48.073 | | | | | 48.073 | 8.784 | 56.857 |
| | - 35.060 | | | | - 35.060 | - 2.184 | - 37.244 |
| | | - 42 | | | - 42 | | - 42 |
| | | 14 | | | 14 | | 14 |
| | | | | 267 | 267 | 2 | 269 |
| 0 | - 35.060 | - 28 | 0 | 267 | - 34.821 | - 2.182 | - 37.003 |
| 48.073 | - 35.060 | - 28 | 0 | 267 | 13.252 | 6.602 | 19.854 |
| | | | | | | | |
| - 23.728 | | | | | - 23.728 | - 5.340 | - 29.068 |
| - 600 | | | | | - 600 | - 211 | - 811 |
| 237 | | | | | 237 | - 43 | 194 |
| - 24.091 | 0 | 0 | 0 | 0 | - 24.091 | - 5.594 | - 29.685 |
| 451.461 | - 84.422 | 18.574 | 3 | - 23.276 | 728.059 | 44.125 | 772.184 |
| 451.461 | - 84.422 | 18.574 | 3 | - 23.276 | 728.059 | 44.125 | 772.184 |
| | | | | | | | |
| - 102.090 | | | | | - 102.090 | 3.173 | - 98.917 |
| | - 12.233 | | | | - 12.233 | - 932 | - 13.165 |
| | | 391 | | | 391 | | 391 |
| | | - 74 | | | - 74 | | - 74 |
| | | | | 5.230 | 5.230 | 40 | 5.270 |
| 0 | - 12.233 | 317 | 0 | 5.230 | - 6.686 | - 892 | - 7.578 |
| - 102.090 | - 12.233 | 317 | 0 | 5.230 | - 108.776 | 2.281 | - 106.495 |
| | | | | | | | |
| | | | | | 0 | - 1.770 | - 1.770 |
| - 7 | | | | | - 7 | - 58 | - 65 |
| - 188 | | | | | - 188 | 43 | - 145 |
| - 195 | 0 | 0 | 0 | 0 | - 195 | - 1.785 | - 1.980 |
| 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 |
| | | | | | | | |
| 38.029 | | | | | 38.029 | 10.144 | 48.173 |
| | 59.146 | | | | 59.146 | 1.760 | 60.906 |
| | | - 493 | | | - 493 | | - 493 |
| | | - 148 | | | - 148 | | - 148 |
| | | | - 3 | | - 3 | | - 3 |
| 0 | 59.146 | - 641 | - 3 | - 220 | 58.282 | 1.757 | 60.039 |
| 38.029 | 59.146 | - 641 | - 3 | - 220 | 96.311 | 11.901 | 108.212 |
| | | | | | | | |
| - 23.728 | | | | | - 23.728 | - 5.645 | - 29.373 |
| - 319 | | | | | - 319 | - 42 | - 361 |
| - 288 | | | | | - 288 | - 26 | - 314 |
| - 24.335 | 0 | 0 | 0 | 0 | - 24.335 | - 5.713 | - 30.048 |
| 362.870 | - 37.509 | 18.250 | 0 | - 18.266 | 691.064 | 50.809 | 741.873 |

ANHANG ZUM KONZERNABSCHLUSS DER GfK SE

zum 30. September 2014

26

1. ALLGEMEINE ANGABEN

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

2. KONSOLIDIERUNGSGRUNDSÄTZE, BILANZIERUNGS- UND BEWERTUNGSMETHODEN

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

| <i>in TEUR</i> | <i>vor Anpassung</i> | <i>Anpassung</i> | <i>nach Anpassung</i> |
|------------------------------------|----------------------|------------------|-----------------------|
| Sonstige betriebliche Erträge | 15.605 | - 12.059 | 3.546 |
| Sonstige betriebliche Aufwendungen | - 21.533 | 12.059 | - 9.474 |
| Sonstige Finanzerträge | 18.953 | - 6.942 | 12.011 |
| Sonstige Finanzaufwendungen | - 39.066 | 6.942 | - 32.124 |

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 dritte Quartal 2014 die Vorjahresperiode entsprechend angepasst. Hier-von sind die Umsatzkosten (-11.708 TEUR) und die Vertriebs- und allgemeinen Verwaltungskosten (+11.708 TEUR) betroffen.

3. SCHÄTZUNGEN

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

4. KONSOLIDIERUNGSKREIS UND WESENTLICHE AKQUISITIONEN

Zum 30. September 2014 umfasste der Konsolidierungskreis neben der Muttergesellschaft 139 (31.12.2013: 144) Tochterunternehmen.

Im Berichtsjahr wurde eine Beteiligung von 100 Prozent an der Genius Digital Ltd, Reading, Berkshire, Großbritannien, erworben. Die Gesellschaft wurde zum 1. Januar 2014 erstmals konsolidiert. Zum 1. August 2014 wurde die mit Wirkung zu diesem Tag erworbene 100-Prozent-Beteiligung an der Cogenta Systems Ltd., Windsor, Berkshire, Großbritannien, erstmals konsolidiert.

Der Kaufpreis aus diesen Akquisitionen betrug im Berichtsjahr insgesamt 8.718 TEUR, die in Höhe von 4.318 TEUR durch Zahlungsmittel geleistet wurden. Aus diesen Akquisitionen resultierte ein Geschäfts- oder Firmenwert in Höhe von 7.680 TEUR, der den Sektor Consumer Choices betrifft (davon 5.032 TEUR Cogenta). Der Geschäfts- oder Firmenwert repräsentiert vor allem das Know-how der Mitarbeiter dieser Firmen, welches nicht gesondert aktiviert werden kann.

Im Rahmen der angesprochenen Erwerbsvorgänge wurden bisher nicht bilanzierte immaterielle Vermögenswerte sowie darauf entfallende latente Steuern in Höhe von per Saldo 1.545 TEUR aufgedeckt (davon 1.361 TEUR Cogenta). Hierbei handelt es sich insbesondere um Software sowie sonstige immaterielle Vermögenswerte.

| | <i>Vor Zusammen-</i> <i>schluss</i> | <i>Zum Erwerbs-</i> <i>zeitpunkt</i> |
|-----------------------------------------------------|----------------------------------------|-----------------------------------------|
| Langfristige Vermögenswerte | 39 | 2.007 |
| davon: Cogenta | 23 | 1.757 |
| Kurzfristige Vermögenswerte | 677 | 677 |
| davon: Cogenta | 455 | 455 |
| Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente | 142 | 142 |
| davon: Cogenta | 95 | 95 |
| Verbindlichkeiten und Rückstellungen | 2.011 | 2.434 |
| davon: Cogenta | 677 | 1.050 |

Das kumulierte Ergebnis dieser Gesellschaften für die Zeit ihrer Zugehörigkeit zur GfK Gruppe beträgt -755 TEUR (davon -41 TEUR Cogenta). Zum Konzernumsatz der GfK Gruppe für die ersten drei Quartale 2014 haben diese Gesellschaften mit 563 TEUR beigetragen (davon 171 TEUR Cogenta).

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 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. Beide 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 umbenannt wurde. Zum 9. April 2014 wurde die im Bereich Consumer Experience tätige GfK SirValUse Consulting GmbH, Hamburg, auf die GfK SE verschmolzen.

Im Bereich Consumer Choices wurde zum 19. August 2014 die GfK Enigma GmbH, Wiesbaden, auf die Media Markt Analysen GmbH & Co. KG, Frankfurt/Main, verschmolzen, die anschließend in GfK Media and Communication Research GmbH & Co. KG umbenannt wurde.

Die im Berichtszeitraum liquidierten Gesellschaften Intomart GfK Group B.V., Hilversum, Niederlande, AFI Investments ULC, London, Großbritannien, BIL Holdco Limited, Lincoln, Großbritannien, und GfK Bridgehead Limited, Lincoln, Großbritannien, wurden zum 1. Januar 2014 entkonsolidiert. Die Gesellschaft Modata GmbH i.L., Berlin, wurde ebenfalls im Berichtszeitraum liquidiert und zum 30. Juni 2014 entkonsolidiert. Die MERC Analistas de Mercados C.A., Caracas, Venezuela, wurde zum 1. Januar 2014 entkonsolidiert.

Diese konzerninternen Verschmelzungen, Entkonsolidierungen und Liquidationen dienen 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. September 2014 1,04 EUR (1. Januar bis 30. September 2013: 1,32 EUR). Das verwässerte Ergebnis je Aktie beträgt ebenfalls 1,04 EUR (1. Januar bis 30. September 2013: 1,32 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. September 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 23.224 TEUR (31.12.2013: 16.325 TEUR). Die korrespondierenden Zinsaufwendungen betragen 200 TEUR (30.09.2013: 188 TEUR).

Des Weiteren bestanden Verbindlichkeiten aus noch nicht ausgezahlten Ergebnisanteilen in Höhe von 3.465 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 die ersten neun Monate 2013 und 2014 werden in der folgenden Tabelle abgebildet.

| <i>in TEUR</i> | <i>Erträge mit Dritten</i> | | <i>Angepasstes operatives Ergebnis</i> | |
|----------------------|----------------------------|---------------------|----------------------------------------|---------------------|
| | <i>Q1 – Q3 2013</i> | <i>Q1 – Q3 2014</i> | <i>Q1 – Q3 2013</i> | <i>Q1 – Q3 2014</i> |
| Consumer Experiences | 637.227 | 597.236 | 26.648 | 31.541 |
| Consumer Choices | 449.020 | 454.570 | 107.295 | 95.514 |
| Überleitung | 3.716 | 3.100 | - 7.671 | - 12.386 |
| Gruppe | 1.089.963 | 1.054.906 | 126.272 | 114.669 |

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

30

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

32

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

33

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 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⁾*

¹⁾ Die Veröffentlichung erfolgt
voraussichtlich vor Börsenbeginn

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: 12. November 2014

Bericht für die ersten
neun Monate 2014