



GfK. Growth from Knowledge

Die GfK Gruppe 2012

Agenda

- 1 Die GfK
- 2 Unsere Branche
- 3 Unsere Strategie
- 4 Unsere Aktie

1 Die GfK

Mission Statement

Unsere Business Information Services liefern das grundlegende Wissen, das Industrie und Handel, Dienstleistungsunternehmen und Medien benötigen, um ihre Marktentscheidungen zu treffen.



Unternehmen müssen Entscheidungen fällen,
Entscheidungen basieren auf Wissen.



Als Lieferant von Wissen wollen wir weltweit Spitzenpositionen in den Märkten, in denen wir tätig sind, einnehmen – im Interesse unserer Kunden, unserer Mitarbeiter, des Unternehmens selbst, der Aktionäre sowie der Öffentlichkeit.

Meilensteine

5

1925

Gründung des „Instituts für Wirtschaftsbeobachtung der deutschen Fertigware“



1984

Ausgliederung des operativen Geschäfts in eine GmbH; GfK-Nürnberg e.V. bleibt Non-Profit-Organisation

September 1999

Im Amtlichen Handel an der Börse Frankfurt am Main notiert

Global ausgerichtetes reines Marktforschungsunternehmen



Februar 2009

Umwandlung in eine europäische Aktiengesellschaft Societas Europaea (SE)
Repräsentiert internationale Unternehmenskultur

1934

Gründung des GfK-Nürnberg e.V.



1990

Umwandlung in eine Aktiengesellschaft
Fokus auf Internationalisierung

Mai 2005

Übernahme von NOP World
Growth from Knowledge mit einer neuen Dimension



April 2011

GfK begibt erstmals Anleihe

Charakteristika

6

Kerngeschäft

Als reines Marktforschungsunternehmen liefert die GfK Informationsservices an Dienstleister, Medien, Konsumgüter- und Pharmahersteller weltweit

Marktposition

Größtes Marktforschungsunternehmen in Deutschland, in Europa und weltweit auf Platz 5

USP

Full Service weltweit: vier Fünftel der Top 50 Kunden konsultieren die GfK in beiden Sektoren und zwei Drittel in fünf unserer sechs Regionen

Eckdaten 2010

1.294 Millionen Euro Umsatz, Marge¹⁾ von 14,3% und 10.546 Vollzeitbeschäftigte

Netzwerk

Marktforschungsdienstleistungen mit 150 Unternehmen in über 100 Ländern

1) Verhältnis des angepassten operativen Ergebnisses zum Umsatz

Vorstand

7



**Matthias
Hartmann**

CEO

23 Berufsjahre
seit 12/2011 GfK



**Pamela
Knapp**

Personal- und
Finanzvorstand

25 Berufsjahre
seit 2009 GfK



**Dr. Gerhard
Hausruckinger**

COO

Sektor
Consumer
Choices

20 Berufsjahre
seit 2010 GfK



**Debra A.
Pruent**

COO

Sektor
Consumer
Experiences

24 Berufsjahre
seit 2006 GfK

GfK-Zahlen im Überblick: Steigerung auf der ganzen Linie

8

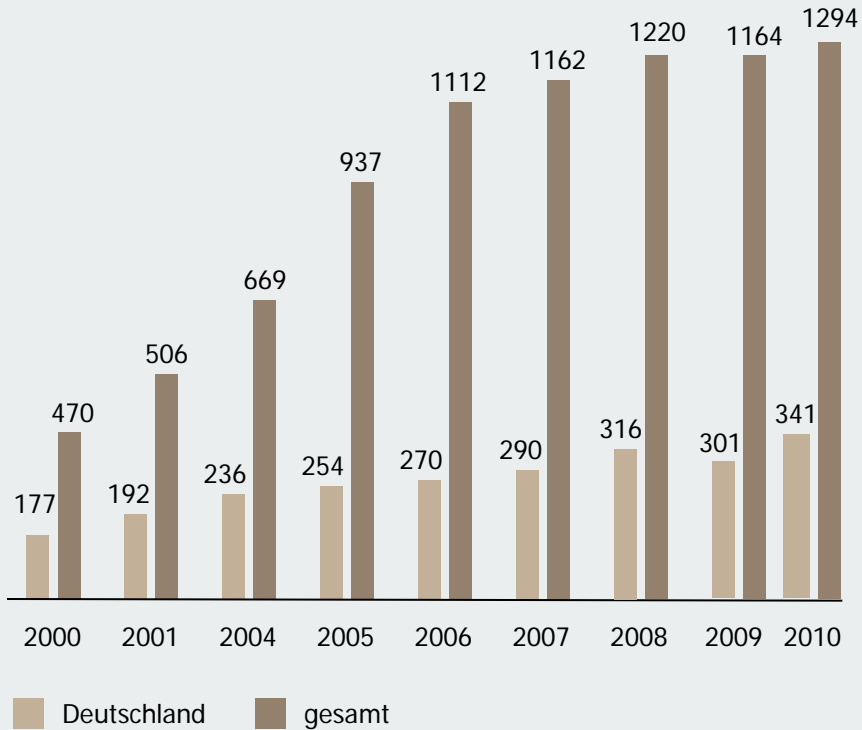
2009**2010**

| | | | |
|------------------|------------------------------------------------|------------------|---|
| 1.164,5 Mio. EUR | Umsatz | 1.294,2 Mio. EUR | ↑ |
| 147,2 Mio. EUR | Angepasstes operatives Ergebnis | 185,0 Mio. EUR | ↑ |
| 12,6 Prozent | Marge | 14,3 Prozent | ↑ |
| 134,7 Mio. EUR | Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit | 172,0 Mio. EUR | ↑ |
| 1,42 EUR | Ergebnis pro Aktie | 1,99 EUR | ↑ |
| 36,3 Prozent | Eigenkapitalquote | 41,1 Prozent | ↑ |
| 0,30 EUR | Dividendenvorschlag an die Hauptversammlung | 0,48 EUR | ↑ |

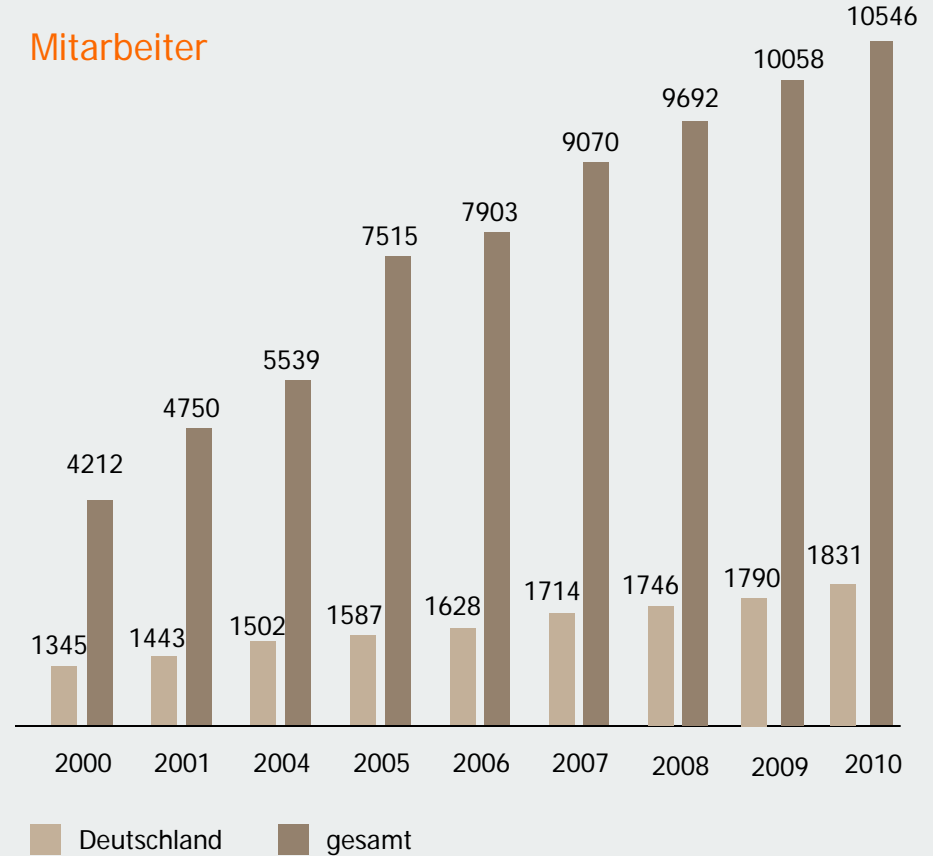
Entwicklung der letzten 10 Jahre

9

Umsatz in Millionen Euro

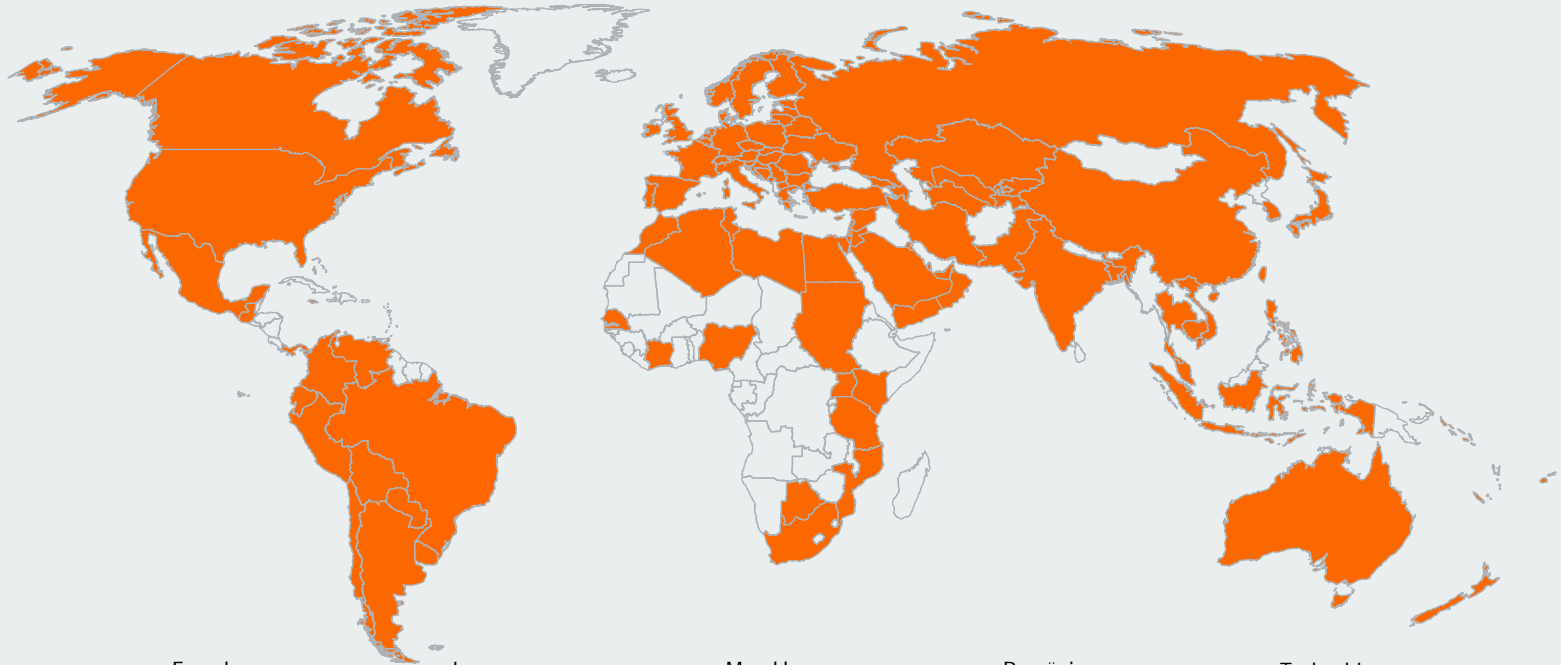


Mitarbeiter



Marktforschung von A – Z in über 100 Ländern

10



Albanien
 Ägypten
 Algerien
 Argentinien
 Aserbaidschan
 Australien
 Bahrain
 Bangladesh
 Belgien
 Bolivien
 Bosnien-Herzegowina
 Botswana
 Brasilien
 Bulgarien
 Chile
 China
 Dänemark
 Deutschland

Ecuador
 Elfenbeinküste
 Estland
 Finnland
 Frankreich
 Georgien
 Griechenland
 Großbritannien
 Guatemala
 Hong Kong
 Indien
 Indonesien
 Irak
 Iran
 Irland
 Israel
 Italien
 Japan

Jemen
 Jordanien
 Kambodscha
 Kanada
 Kasachstan
 Katar
 Kenia
 Kirgisistan
 Kolumbien
 Korea
 Kroatien
 Kuba
 Kuwait
 Lettland
 Libanon
 Libyen
 Litauen
 Malaysia

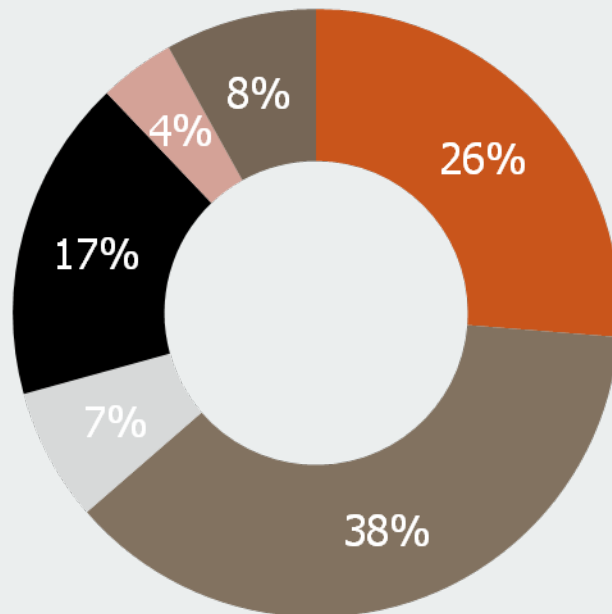
Marokko
 Mazedonien
 Mexiko
 Montenegro
 Mozambique
 Neuseeland
 Niederlande
 Nigeria
 Norwegen
 Oman
 Österreich
 Pakistan
 Panama
 Paraguay
 Peru
 Philippinen
 Polen
 Portugal

Rumänien
 Russland
 Saudi-Arabien
 Schweden
 Schweiz
 Senegal
 Serbien
 Singapur
 Slowakische Republik
 Slowenien
 Spanien
 Sudan
 Südafrika
 Syrien
 Tadschikistan
 Taiwan
 Tansania
 Thailand

Tschechien
 Türkei
 Tunesien
 Turkmenistan
 Uganda
 Ukraine
 Ungarn
 Uruguay
 USA
 Usbekistan
 Venezuela
 Vereinigte Arabische Emirate
 Vietnam
 Weißrussland
 Zypern

Umsatz nach Regionen

11



- Deutschland
- Westeuropa/Mittlerer Osten/Afrika
- Zentral- und Osteuropa
- Nordamerika
- Lateinamerika
- Asien und Pazifik

2 Unsere Branche

Marktforschung macht Daten zu Wissen

13



Die Treiber der Marktforschungsbranche

14

Technologie

- Digitale Technologien erhöhen die Komplexität
- Neue Informationsquellen (z.B. Social Media)
- Neue Untersuchungsmethoden

Kunden

- Globalisierung der Markenwelt
- Steigende Nachfrage durch Wachstum in Schwellenländern
- Steigende Nachfrage nach Mehrwert der Forschung

Verbraucher

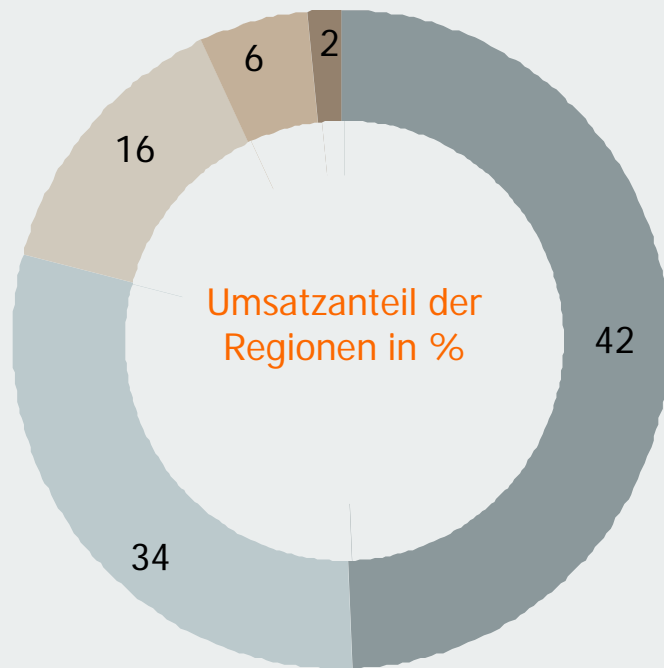
- Verfügbarkeit von Daten zu Verbrauchern und Märkten wächst explosionsartig
- Zunehmende Komplexität der Verbrauchergewohnheiten

Der Markt ist bereit

- für Global Player
- mit breitem Portfolio
- die Zusammenhänge herstellen können
- und Innovations- und Technologieführer sind

Umsatz nach Regionen

15



| | Umsatz in Mio. US\$ | Wachstum in % (Landeswährung) |
|-------------------------|---------------------|-------------------------------|
| Europa | 13.143 | 3,3 |
| Nordamerika | 10.614 | 4,8 |
| Asien und Pazifik | 5.082 | 5,6 |
| Lateinamerika | 1.828 | 20,4 |
| Mittlerer Osten/ Afrika | 573 | 10,1 |
| Weltweit | 31.239 | 5,2 |

Die Top 10 Marktforschungsunternehmen

16

| Rang | Unternehmen | Marktanteil 2010 | Umsatz 2010 in Mio US\$ |
|------|--------------------------------------------------|------------------|----------------------------|
| 1 | Nielsen, USA | 15.9 % | 4,958.0 |
| 2 | Kantar Group, UK | 10.2 % | 3,183.6 |
| 3 | Ipsos (inkl. Synovate), Frankreich ¹⁾ | 7.6 % | 2,397.6 |
| 4 | IMS Health, USA | 7.1 % | 2,211.6 |
| 5 | GfK, Deutschland | 5.5 % | 1,716.2 |
| 6 | SymphonyIRI, USA | 2.3 % | 727.0 |
| 7 | Westat, USA | 1.5 % | 455.3 |
| 8 | INTAGE, Japan | 1.3 % | 416.2 |
| 9 | Arbitron, USA | 1.3 % | 395.4 |
| 10 | NPD, USA | 0.77 % | 240.1 |

1) Nach der Akquisition von Synovate durch Ipsos werden ab 1. Oktober 2011 die Geschäftszahlen von Synovate im Konzernergebnis von Ipsos konsolidiert.
Die Zahlen 2010 basieren auf Schätzungen.

Quelle: Honomichl Global 25 Report 2011

3 Unsere Strategie

Own the Future: Neu für das globale und digitale Zeitalter aufgestellt

18

Seit dem 1. Januar 2012 ist „Own the Future“, die neue Strategie der GfK, in Kraft.

Wir bauen ein zukunftsorientiertes globales Unternehmen, das alle unsere Stärken unter dem Dach von „One GfK“ vereint.

So ermöglichen wir es uns und unseren Kunden, Wachstum und Effizienz auf ein neues Niveau zu heben.

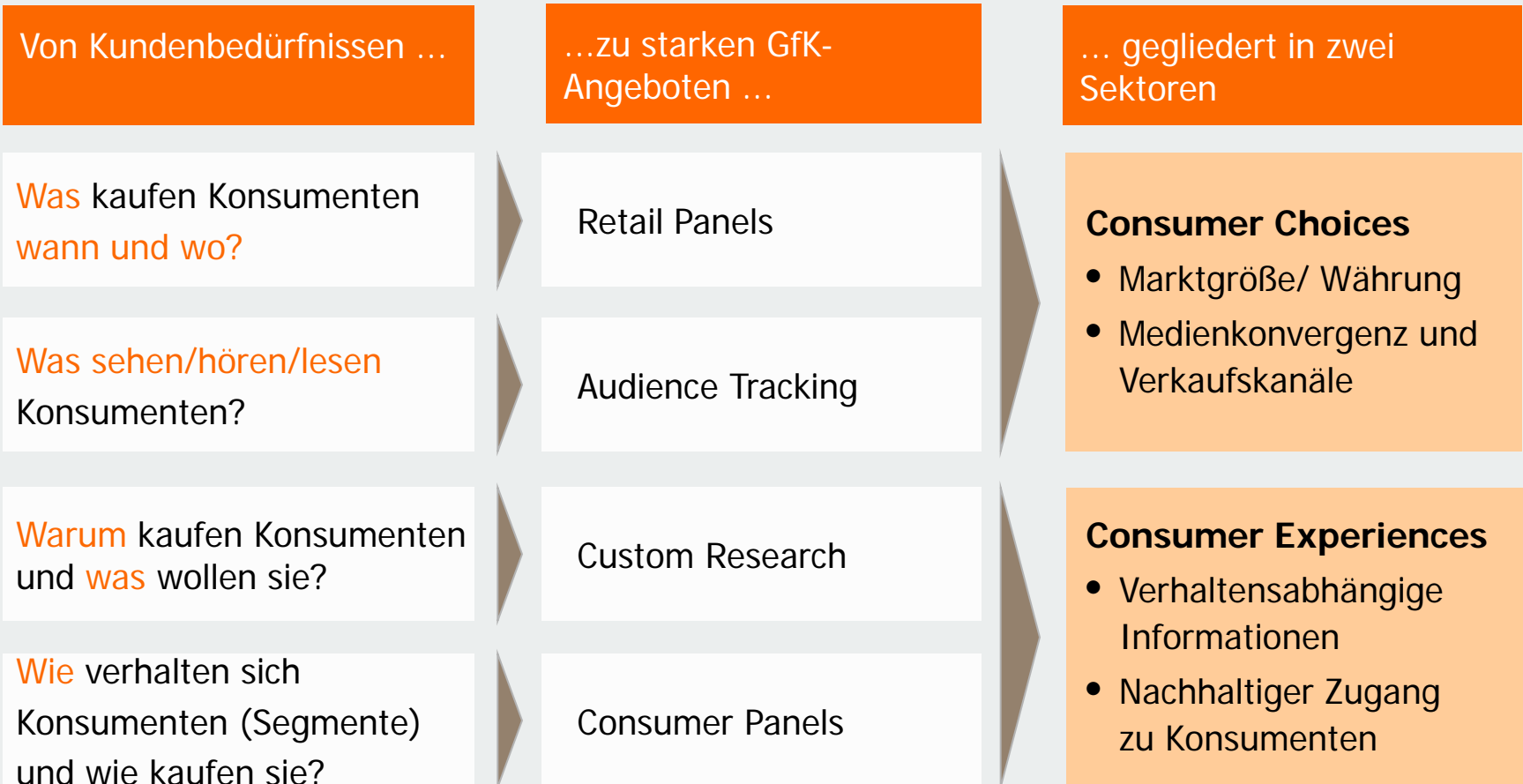
Das neue GfK-Haus

19



Unsere beiden neuen Sektoren basieren auf Kundenbedürfnissen

20



Unsere neuen Sektoren decken die gesamte Customer Journey ab

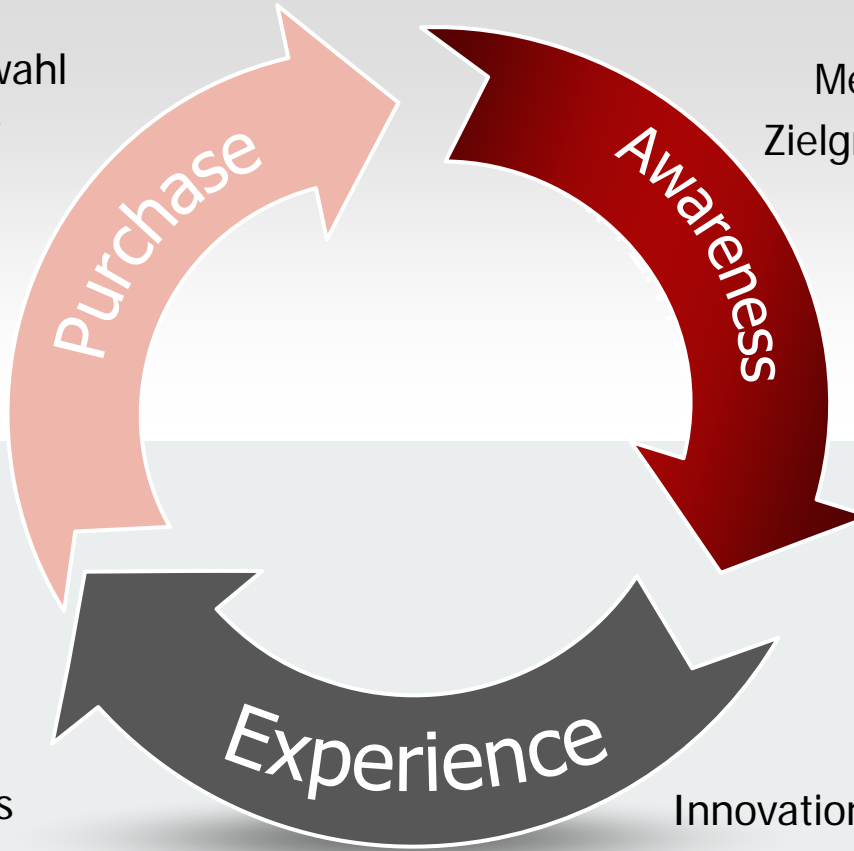
21

Was? Wann? Wo?

Produktauswahl
Auswahl der
Kanäle

Medienauswahl
Zielgruppenprofile

CONSUMER
CHOICES



Einfluss von
Communities
Evaluierungsprozesse
Dienstleistungserlebnis

Innovationsevaluierung
Markenerfahrung
Suchprozesse

CONSUMER
EXPERIENCES

Wer? Warum? Wie?

Unsere neue Strategie erfindet GfK auf mehreren Ebenen neu

GfK 2010



Erfolgreich mit individuellen Unternehmen



Full-Service-Angebot



International präsent



Starkes lokales Unternehmertum



Akquisitionen und organisches Wachstum

OWN THE FUTURE



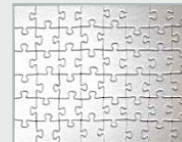
Global erfolgreich mit einzigartigen Produkten



Fokus auf große, attraktive Kundengruppen



Echtes globales Unternehmen und Support-Plattform



„One GfK“ mit lokalen und globalen Unternehmern



Leidenschaft für Innovation/Digital und organisches Wachstum

4 **Unsere Aktie**

Kennzahlen

24

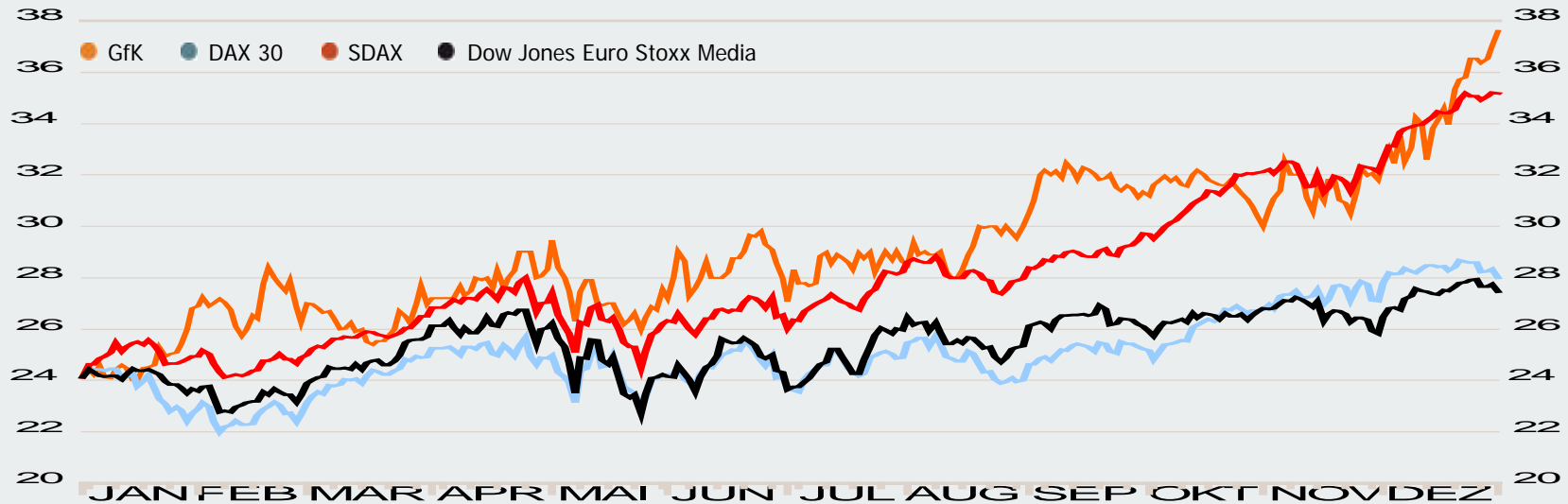
| | Einheit | 2009 | 2010 |
|-------------------------------------------------|-----------|------------|------------|
| Hoch | Euro | 24,29 | 38,30 |
| Tief | Euro | 13,67 | 23,80 |
| Jahresschlusskurs | Euro | 24,13 | 37,60 |
| Durchschnittlicher Tagesumsatz | Stück | 21.745 | 15.897 |
| Anzahl Stückaktien zum 31.12. | Stück | 35.947.363 | 36.274.090 |
| Börsenkapitalisierung zum 31.12. | Mio. Euro | 867,4 | 1.351,7 |
| Rang im SDAX | | | |
| nach Umsatz | | 19 | 24 |
| nach Börsenkapitalisierung | | 4 | 2 |
| Indexgewicht nach Börsenkapitalisierung im SDAX | | 4,4 | 4,7 |
| Dividende ¹⁾ | Euro | 0,30 | 0,48 |
| Dividendensumme ¹⁾ | Mio. Euro | 10,8 | 17,4 |
| Ergebnis je Aktie | Euro | 1,42 | 1,99 |
| Freier Cashflow je Aktie | Euro | 2,38 | 3,43 |

1) Gilt für das Geschäftsjahr 2010: Vorschlag für die Hauptversammlung am 26.5.2011.

Aktienentwicklung

25

Kursentwicklung der GfK-Aktie im Vergleich zu Indizes im Jahr 2010¹⁾



| Vergleich zu Indizes | 2009 | 2010 |
|----------------------------|--------|--------|
| GfK-Aktie | +9,6% | +55,8% |
| DAX 30 | +23,8% | +16,1% |
| SDAX | +26,7% | +45,8% |
| Dow Jones Euro Stoxx Media | +10,4% | +8,2% |

| GfK-Aktie | 2009 | 2010 |
|-------------------|-------|--------|
| Jahreshöchstkurs | 24,29 | 38,30 |
| Jahrestiefstkurs | 13,67 | 23,80 |
| Jahresschlusskurs | 24,13 | 37,60 |
| Veränderung p.a. | +9,6% | +55,8% |

1) Alle Werte sind auf den Kurs der GfK-Aktie indiziert, Schlusskurse, in Euro

Aktionärsstruktur

26

Größter Aktionär: GfK Verein

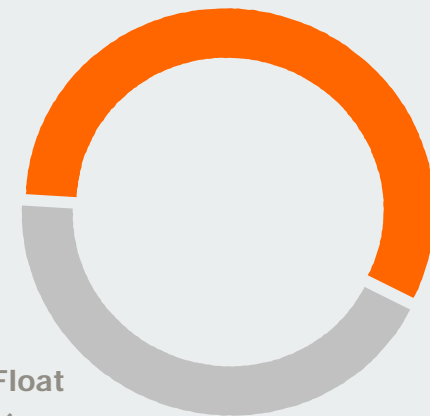
Ca. 600 Mitglieder (Unternehmen und Personen aus Privatwirtschaft und öffentlichem Sektor, überwiegend Auftraggeber der GfK)

Non-Profit-Organisation, nicht operativ tätig

Vereinszweck: Förderung der Marktforschung

Grundlegendes Interesse an der langfristigen Wertsteigerung der GfK SE

GfK Verein
56,4%



Free Float
43,6%

| | |
|------|--------------------------------------|
| 45 % | Deutschland |
| 44% | Privatinvestoren |
| 1% | Institutionelle Investoren |
| 32% | USA |
| 13% | Großbritannien |
| 6% | Frankreich |
| 4% | Andere Länder |
| 1% | Aufsichtsrat und Vorstand der GfK SE |

Disclaimer

Diese Präsentation ist weder ein Angebot noch eine Aufforderung, Wertpapiere der GfK SE oder eines gegenwärtigen oder zukünftigen Mitglieds ihrer Gruppe zu zeichnen oder auf anderem Wege zu erwerben, ist auch nicht Teil eines solchen Angebots und nicht als solches zu verstehen. Die Präsentation oder ein Teil von ihr sollte auch nicht die Grundlage eines Vertrags zum Erwerb oder zur Zeichnung von Wertpapieren der GfK SE oder eines Mitglieds ihrer Gruppe oder im Zusammenhang mit einem solchen Vertrag als Gewähr dienen.

Alle in dieser Präsentation enthaltenen Informationen wurden sorgfältig ermittelt. Dennoch können wir ihre Zuverlässigkeit oder Vollständigkeit nicht garantieren, und die in dieser Präsentation enthaltenen Informationen sind nicht als eine solche Garantie zu verstehen.

Die in dieser Präsentation enthaltenen Informationen können ergänzt, abgeändert oder aktualisiert werden. Bestimmte in dieser Präsentation enthaltene Aussagen können Erwartungen für die Zukunft zum Ausdruck bringen, die auf den aktuellen Auffassungen und Annahmen des Managements beruhen und sind mit bekannten und unbekanntem Risiken und Unsicherheiten behaftet. Die tatsächlichen Ergebnisse, Leistungen oder Ereignisse können erheblich von den in diesen Aussagen enthaltenen Angaben abweichen, unter anderem infolge sich verändernder Geschäfts- oder Marktbedingungen und der vom Management der GfK SE prognostizierten Wachstumsaussichten. Diese und andere Faktoren können die in dieser Präsentation beschriebenen Ergebnisse und finanziellen Auswirkungen ungünstig beeinflussen. Die GfK SE übernimmt keine Verpflichtung, Aussagen über zukünftige Entwicklungen zu aktualisieren oder zu revidieren, sei es aufgrund neuer Informationen, zukünftiger Ereignisse oder aus anderen Gründen. Niemand sollte sich auf die Aussagen über zukünftige Entwicklungen verlassen, die nur die Erwartungen zum Datum dieser Präsentation wiedergeben.

Dieses Dokument ist kein Angebot von Wertpapieren zum Verkauf in den Vereinigten Staaten von Amerika. Wertpapiere dürfen in den Vereinigten Staaten von Amerika ohne Registrierung oder Befreiung von der Registrierung nach dem U.S. Securities Act von 1933 in derzeit gültiger Fassung weder angeboten noch verkauft werden.



GfK. Growth from Knowledge

Die GfK Gruppe 2012