

Tisková zpráva

GfK vykazuje výrazný nárůst tržeb

3. December 2012

Bernhard Wolf
Investor Relations
T +49 911 395-2012
F +49 911 395-4075
bernhard.wolf@gfk.com

Marion Eisenblätter
Corporate Communications
T +49 911 395-2645
F +49 911 395-4041
marion.eisenblaetter@gfk.com

Norimberk, 3. prosinec 2012 - GfK Group dosáhla za prvních devět měsíců roku 2012 výrazného nárůstu tržeb v objemu 9,8 procenta na úroveň 1 096,8 milionu €. Ve strategických růstových regionech, kterými jsou Jižní Amerika, Asie a Pacifik, byl zaznamenán organický růst na dvouciferné úrovni. Obchod rostl organicky i v regionech Severní Amerika, jižní a západní Evropa, a to především ve třetím kvartále. Velké mezinárodní objednávky potvrzují sílu nové strategie GfK Group. Marže na úrovni 11,5 procenta odráží náklady na produktové inovace a rozvoj na nových trzích. Byla proto o něco nižší než číslo za stejné období z loňského roku. Na fiskální rok 2012 se předpokládají celkové tržby ve výši 1,5 miliardy €.

Strategická reorganizace GfK Group poskytuje vysokou výkonnost na základě organizace soustředěné kolem klienta. Cílem nové strategie nazvané "Own the Future" je z globálního hlediska využívat více silných stránek pro specifické klientské skupiny a v různých regionech světa.

Nové velké mezinárodní kontrakty už potvrdily správnost tohoto rozhodnutí. V Číně společnost GfK získala jako nového zákazníka telekomunikačního operátora. GfK má za úkol zanalyzovat spokojenost firemních zákazníků ve více než 80 zemích, což zahrnuje přes 20 jazyků. Dlouhodobá globální smlouva byla rovněž podepsána se společností Microsoft, v jejímž rámci bude GfK zkoumat vnímání značky a reakce na produktové kampaně.

Matthias Hartmann, CEO společnosti GfK SE, vysvětluje: „Naše strategie zaměřit se na požadavky klientů s globálními aktivitami se ukazuje jako úspěšná. Expandujeme v zemích, které představují budoucnost našich klientů a to nám umožňuje podstatně zvyšovat tržby a budovat naši tržní pozici na těchto růstových trzích.“

Pozitivní trend v obou sektorech

Za prvních devět měsíců roku 2012 zaznamenal sektor Consumer Choices opět výrazný nárůst tržeb na úrovni 6,7 procenta na 423,6 milionu €. Organický růst v objemu 3,5 procentního bodu, představoval organický růst největší podíl tohoto přírůstku. Sektor Consumer Experiences zaznamenal nárůst ve výši 1,9 procenta na úroveň 669,5 milionu €.

GfK SE
Nordwestring 101
D-90419 Nuremberg

T +49 911 395 0
F +49 911 395 2209
public.relations@gfk.com
www.gfk.com

Management Board:
Matthias Hartmann (CEO)
Pamela Knapp (CFO)
Dr. Gerhard Hausruckinger
Debra A. Pruent

Supervisory Board Chairman:
Dr. Arno Mahler

Commercial register
Nuremberg HRB 25014

Silný organický růst ve strategických regionech

Obchodní trend byl mimořádně příznivý v regionu Asie a Pacifik. Z hlediska organických čísel za prvních devět měsíců tržby vzrostly o 16,0 procent, zatímco v samotném třetím čtvrtletí dosáhl organický růst 18,5 procenta. K tomuto úspěchu výrazně přispěli zákazníci z automobilového průmyslu v Číně.

V Jižní Americe se za prvních devět měsíců roku z hlediska organického růstu tržby zvýšily o 10,1 procenta. Region Severní Amerika také dosáhl v daném období organického nárůstu, a to na úrovni 2,4 procenta. Ve třetím čtvrtletí však dosáhl organický růst potěšujících 5,7 procenta. Akvizice společnosti Knowledge Networks výrazně posílila tržní pozici GfK v Severní Americe. Tržby v daném regionu za prvních devět měsíců v roce 2012 dosáhly 196,8 milionu €, což představuje nárůst o 34 procent. Společnosti v GfK Group v jižní a západní Evropě také dosáhli ve třetím kvartále roku výrazný organický růst na úrovni 5,3 procenta.

Příjmy ovlivněny výdaji, které podpoří budoucí růst

Upravený provozní výsledek dosáhl za prvních devět měsíců roku 125,8 milionu €, což představuje pokles o 3,9 procenta oproti stejnému období loňského roku. Marže GfK Group dosáhla 11,5 procenta ve srovnání s 13,1 procenta za stejné období v loňském roce. Dodatečné náklady na expanzi a zajištění obchodu v objemu 11,1 milionu € měly negativní dopad na celkovou bilanci. Sektor Consumer Choices investoval objemné částky do expanze technologických systémů pro nové produkty, například do projektu nazvaného Network Intelligence Solution (NIS). V sektoru Consumer Experiences bylo např. vynaloženo 2,4 milionu € na zajištění obchodních aktivit v Jižní Koreji a na panel v Turecku

GfK Group: Klíčová čísla

V milionech €	Q3 2011	Q3 2012	Změna v procentech	Q1-Q3 2011	Q1-Q3 2012	Změna v procentech
Tržby	338,5	376,7	11,3	998,5	1.096,8	9,8
Upravený provozní výsledek	47,0	44,4	-5,4	130,9	125,8	-3,9
Marže v procentech ¹⁾	13,9	11,8		13,1	11,5	
Provozní výsledek	44,4	36,1	-18,8	118,0	103,7	-12,1
EBITDA	62,0	50,6	-18,5	163,4	147,6	-9,7
EBIT	45,3	35,8	-20,9	121,4	104,7	-13,8
Jiné finanční příjmy / výdaje	-8,1	-6,6	-18,0	-14,3	-15,1	5,3
Daň z příjmu z provozních činností	-7,5	-14,4	90,9	-31,7	-33,5	5,7
Konsolidovaný celkový příjem	29,7	14,8	-50,0	75,4	56,1	-25,7
Cash flow z provozních činností	71,7	48,1	-32,9	125,2	73,4	-41,4
Nezředitelný zisk na akcii v euro	0,73	0,35	-52,1	1,80	1,31	-27,2
Upravený zisk na akcii v euro ²⁾	0,80	0,58	-27,5	2,16	1,92	-11,1

1) Upravený provozní zisk v poměru k tržbám

2) Konsolidovaný celkový zisk, který si připsí majitelé mateřské společnosti plus zvýrazněné položky vydělené průměrným počtem akcií během účetního období

Výhled

Rizika týkající se ekonomického prostředí se v průběhu roku zvýšily. Zatím nejsou viditelné žádné náznaky rychlého vyřešení euro krize. Zároveň čelí Spojené státy rozhodnutím v daňové politice, která budou mít rozhodující dopad na celkový ekonomický vývoj. Na rozvíjejících se trzích je evidentní zpomalování i přes pozitivní růstová čísla. Tyto nejistoty také ovlivňují odvětví průzkumu trhu. Klienti jsou méně nakloněni k novým objednávkám a zavádění úprav, a spíše prodlužují původní smlouvy.

Na konci září bylo zanesených do účetních knih celkově 87,2 procenta tržeb očekávaných na celý rok 2012. Přestože je toto procento o něco nižší než loňských 91,0 procenta, pouze za jeden měsíc byl tento rozdíl oproti minulému roku zredukován z 3,8 procentního bodu na 2,8 procentního bodu ke konci října 2012.

Na fiskální rok 2012 společnost GfK potvrzuje své očekávané tržby ve výši zhruba 1,5 miliardy € (+9 procent oproti předchozímu roku) a silný růst z organické perspektivy. Cílový rozsah ziskové marže je někde mezi 12,2 až 12,7 procenty.

O společnosti GfK

GfK je jednou z největších výzkumných společností na světě. Pracuje pro ni 12 000 expertů, kteří se snaží každý den objevit nové pohledy na způsob, jakým lidé žijí, myslí a nakupují ve více než 100 zemích světa. GfK se soustavně věnuje inovaci a používá nejnovější a nejinteligentnější technologie a metody, aby umožnila svým klientům zřetelně pochopit ty nejdůležitější lidi na světě: jejich vlastní zákazníky. V roce 2011 tržby společnosti GfK dosáhly 1,37 miliardy €.

S platností od 1. ledna 2012 se aktivity GfK zaměřují na dva navzájem se doplňující sektory nazvané Consumer Choices a Consumer Experiences.

Sektor Consumer Choices se zkoumá, co se prodává, kdy a kde. Zaměřuje se také na kontinuální vyhodnocování segmentů a trendů na trhu tak, že analyzuje všechny zásadní prodejní a informační kanály a média. Do tohoto sektoru patří obchodní aktivity bývalého sektoru Retail and Technology, jakož i měření sledovanosti TV, rádia a tištěných médií.

Sektor Consumer Experiences se soustředí na postoje, vnímání, chování spotřebitelů a nabízí odpovědi na otázky, kdo nakupuje výrobky nebo služby, proč je nakupuje a jakým způsobem. Tyto oblasti jsou zkoumány pomocí vysoce kreativní, silné a flexibilní metodiky. GfK je průkopníkem v nových sofistikovaných způsobech chápání a zkoumání zkušeností spotřebitelů se značkami a službami. Do tohoto nového sektoru patří obchodní aktivity bývalého sektoru Custom Research a ad hoc průzkumy v sektoru Media.



Pro podrobnější informace navštivte náš web na www.gfk.com , nebo sledujte GfK na Twitteru: https://twitter.com/GfK_en

Odpovědnost podle tiskového zákona

Bernhard Wolf
Nordwestring 101
D-90419 Nuremberg
T +49 911 395-2012
F +49 911 395-4075
public.relations@gfk.com