

RELEVANZ

DAS WICHTIGE
ERKENNEN.

GESCHÄFTSBERICHT 2016

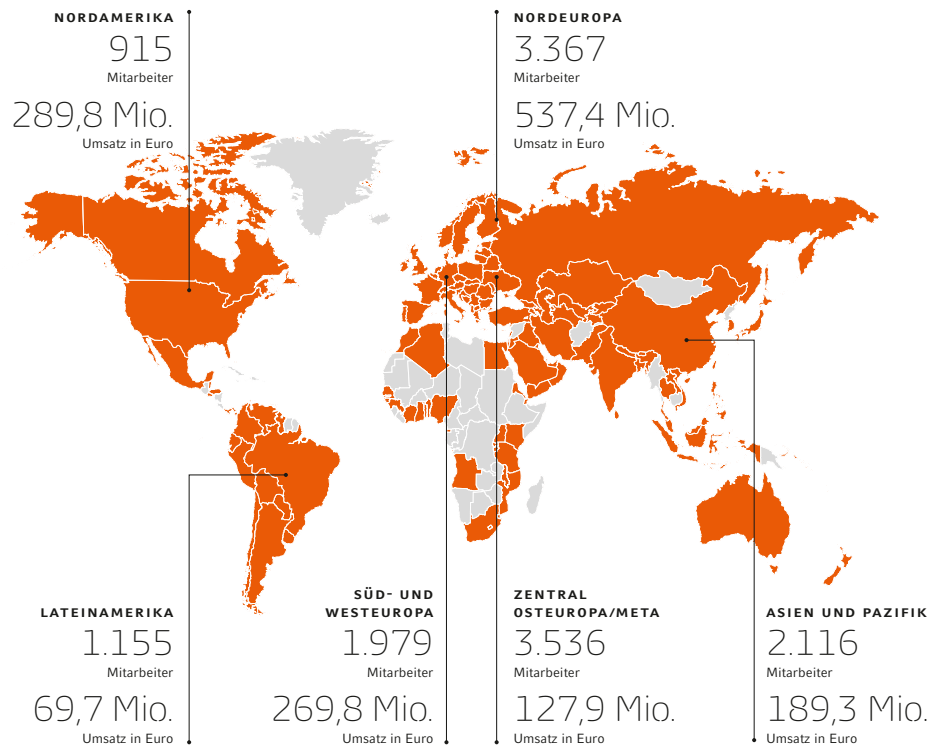
GfK GRUPPE 2016: WICHTIGE KENNZAHLEN

		2015	2015 ¹⁾	2016	2016 ¹⁾	Veränderung in % ¹⁾
Umsatz	Mio. Euro	1.543,4	1.543,4	1.483,8	1.483,8	-3,9
EBITDA	Mio. Euro	231,2	231,2	183,1	183,1	-20,8
Angepasstes operatives Ergebnis ²⁾	Mio. Euro	187,6	187,6	155,3	155,3	-17,2
Marge ³⁾	Prozent	12,2	12,2	10,5	10,5	-
Operatives Ergebnis	Mio. Euro	104,2	143,6	-55,2	81,7	-43,1
Ergebnis aus laufender Geschäftstätigkeit	Mio. Euro	87,9	127,3	-62,8	74,2	-41,7
Konzernergebnis	Mio. Euro	40,7	80,1	-136,5	0,5	-99,4
Steuerquote	Prozent	53,7	37,0	-117,5	99,3	-
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	Mio. Euro	170,9	170,9	146,2	146,2	-14,5
Ergebnis je Aktie	Euro	1,01	2,09	-3,85	-0,10	-104,7
Dividende je Aktie	Euro	0,65	0,65	0,00	0,00	-100,0
Dividendensumme	Mio. Euro	23,7	23,7	0,0	0,0	-100,0
Zahl der Mitarbeiter zum Jahresende	Vollzeitstellen	13.485	13.485	13.069	13.069	-3,1

1) Ohne Berücksichtigung der jeweiligen Goodwill-Impairment-Abschreibungen in Höhe von -39,4 Millionen Euro (2015) bzw. -136,9 Millionen Euro (2016).

2) Das angepasste operative Ergebnis wird aus dem operativen Ergebnis ermittelt. Folgende Aufwendungen und Erträge wurden eliminiert: 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, Aufwendungen aus Rechtsstreitigkeiten, Compliance-Fällen und nicht fortgeführten Projekten sowie sonstige hervorgehobene Posten.

3) Verhältnis des angepassten operativen Ergebnisses zum Umsatz in Prozent.



»INDEM WIR ERKENNTNISBEDARF UND INSIGHTS
ZUSAMMENBRINGEN, SCHAFFEN WIR RELEVANZ.
UND HELFEN UNSEREN KUNDEN, DAS RICHTIGE ZU TUN.
ZUR RICHTIGEN ZEIT UND AM RICHTIGEN ORT.»

DR. GERHARD HAUSRUCKINGER

Sprecher des Vorstands und CCO

INHALT

AN DIE AKTIONÄRE DER GfK GRUPPE

Umschlag: Wichtige Kennzahlen

- 30 Bericht des Aufsichtsrats
- 37 Der Aufsichtsrat
- 38 Brief an die Aktionäre
- 42 Der Vorstand
- 46 Highlights 2016
- 48 Die Aktie

KONZERNLAGEBERICHT

- 52 Grundlagen des Konzerns
- 54 Wirtschaftsbericht
- 73 Forschung und Entwicklung
- 74 Human Resources
- 82 Organisation und Verwaltung
- 83 Erklärung zur Unternehmensführung
nach § 289a HGB
- 83 Beschaffung
- 84 Umwelt
- 84 Marketing und Kommunikation
- 85 Internes Kontrollsystem bezogen auf
den Konzernrechnungslegungsprozess
- 87 Chancen- und Risikobericht
- 97 Ausblick



RELEVANZ

DAS WICHTIGE ERKENNEN.

6–27 Magazin zum Geschäftsbericht 2016



KONZERNABSCHLUSS

- 104 Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung
- 105 Konzern-Gesamtergebnisrechnung
- 106 Konzernbilanz
- 107 Konzern-Kapitalflussrechnung
- 108 Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung
- 110 Konzernanhang für das Geschäftsjahr 2016
- 168 Aufsichtsrat
- 169 Vorstand
- 170 Anteilsbesitz der GfK Gruppe
- 174 Erklärung zum deutschen Corporate Governance Kodex
- 175 Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers

WEITERE INFORMATIONEN

- 180 Mehrjahresübersicht
- 184 Abkürzungsverzeichnis der erwähnten GfK-Gesellschaften
- 186 Impressum und Kontakt
- Umschlag: Voraussichtliche Finanztermine**

RELEVANZ DAS WICHTIGE ERKENNEN.



06
RELEVANZ
DEN WEG WEISEN.

10
WAS MAN MIT **510 SPEZIALISTEN**
IN EINEM TEAM ANSTELLEN KANN?

16
WAS MAN MIT **DATEN**
AUS VERSCHIEDENEN MÄRKTEN,
INDUSTRIEN UND GESCHÄFTEN
AUS ALLER WELT MACHEN KANN?

22
WAS MAN AUS **TAUSENDEN**
EINKAUFSKÖRBEN ABLESEN KANN?

RELEVANZ

DEN WEG WEISEN.

Wer eine Marke, ein Projekt oder ein Unternehmen führt, trifft Entscheidungen. Wer Entscheidungen trifft, fällt zwangsläufig (auch) falsche. Manche von ihnen bleiben folgenlos, andere führen zum Scheitern von Projekten oder Produkten, einige besonders gravierende bedeuten in letzter Konsequenz den Untergang eines Unternehmens. Dabei liegen die Ursachen fast nie im Mangel an Informationen, sondern ganz im Gegenteil in ihrem Überfluss. Aus dem Meer an Daten, Fakten und Trends jene herauszulösen, die für ein Unternehmen oder eine Marke entscheidend sind, ist eine Kunst, die zunehmend schwerer zu beherrschen ist.

„Viele Kunden spiegeln uns, dass die Informationsflut sie überfordert“, sagt Alessandra Cama, Chief Operations Officer von GfK. „Sie müssen heute in einer hypervernetzten, sich extrem schnell wandelnden Welt ihren Weg finden. Das ist weitaus komplexer als früher.“ Hinzu kommt, dass viele Entscheider und Projektverantwortliche unter bisher ungekanntem Zeit- und Budgetstress stehen. Von ihnen werden in immer kürzerer Zeit Entscheidungen verlangt, die immer weitreichendere und häufig unabsehbare Folgen nach sich ziehen. Die unvermeidliche Folge: Sie machen Fehler.

Welches sind die wesentlichen Urteilsgrundlagen? Was ist jetzt tatsächlich entscheidend? Und was ist lediglich dringend, aber nicht wirklich wichtig?

1

DEN RICHTIGEN FILTER WÄHLEN

Zur Beantwortung dieser Fragen brauchen Entscheider einen Filter, der das Wichtige vom Unwichtigen und die Spreu vom Weizen trennt. Dieser Filter heißt Relevanz. Der Begriff leitet sich vom lateinischen *re-levare* ab, wörtlich: „eine Sache (erneut) in die Höhe heben“. Relevanz besteht also in der Fähigkeit, aus dem unaufhörlichen Grundrauschen die entscheidenden Signale herauszulösen. Sie jenen zur Kenntnis zu bringen, die Entscheidungen zu treffen haben. Ihnen zu ermöglichen, bessere und schnellere Entschlüsse zu fassen. Relevanz ist daher so etwas wie der Goldstandard der Wissensgesellschaft.

Genau aus diesem Grund sind die Analysen von GfK heute so wertvoll. Einst ein klassisches deutsches Marktforschungsunternehmen, ist GfK heute das Paradebeispiel eines globalen Analyse-Anbieters. Wir beobachten Konsumtrends und Verbraucherverhalten in mehr als 100 Ländern der Erde. Wir erfassen gleichzeitig die tatsächlichen (Kauf-)Entscheidungen von Konsumenten über Branchen, Medien, Sprachen und Märkte hinweg – ganz egal, ob sie diese stationär oder mobil, digital oder analog fällen. Wir wissen also genau, was Konsumenten tun und warum sie es tun. Wir sind daher weitaus besser als andere in der Lage, relevante Entwicklungen schneller, präziser und tiefer zu durchdringen. Vor allem aber: Wir können sie in konkrete Handlungsempfehlungen für unsere Kunden übersetzen.

2

DIE TIEFSTEN QUELLEN AUSSCHÖPFEN

Eine wesentliche Grundlage für diese Fähigkeit liegt im gewaltigen Datenreservoir, das wir permanent mit aktuellen Daten, Erkenntnissen und Studien aus unterschiedlichen Regionen und Branchen anreichern. Aus ihm können unsere Analysten je nach Auftrag und Fragestellung aus dem Vollen schöpfen – von spezifischen Umsatzzahlen aus verschiedensten Branchen bis zu Mediennutzungsdaten und Consumer-Experiences-Studien aus nahezu jeder Konsumentengruppe und Region der Welt. Wenn man diese enorme Bandbreite an Themen mit der jahrzehntelangen Historie der GfK-Datensammlung multipliziert, kommt man auf Hunderte Terabyte an Daten, die wir einsetzen, um auf Fragen relevante Antworten zu geben. Wichtig dabei: Sie werden nach denselben Standards erhoben und mit denselben Prozessen verarbeitet und aufbereitet. Vier GfK Global Service Centers (GSCs) rund um den Globus sorgen dafür, dass wir unseren Kunden genau jene relevanten Daten in kürzester Zeit zur Verfügung stellen können, die sie jetzt für ihren Erfolg brauchen. Wie das funktioniert, beschreiben wir am Beispiel des [GSC in Sofia ab Seite 10](#).

In diesen relevanten Daten liegt der Schlüssel, um aus Vergangenheit und Gegenwart die Zukunft zu dechiffrieren. Oder, wie es der Trendforscher John Naisbitt umschrieb: „Der verlässlichste Weg, um die Zukunft zu antizipieren, liegt im Verstehen der Gegenwart.“ Wir gehen allerdings noch einen Schritt weiter. Mit unserer Strategie „One GfK“, die Erkenntnisse aus den Sektoren Consumer Choices und Consumer Experiences zusammenbringt, ermöglichen wir unseren Kunden, nicht lediglich die Zukunft zu antizipieren, sondern sie aktiv in ihrem Sinne zu gestalten.

Ein wertvolles Werkzeug dafür ist die intelligente Analyse digitaler Verbraucherdaten – und damit genau das, was unter anderem Netquest leistet. Der Anbieter von Access Panels mit Sitz in Barcelona, seit Februar 2016 ein Teil von GfK, gilt als führend bei hoch qualitativen, geräteübergreifenden digitalen Panels und verhaltensbezogenen Daten aus knapp zwei Dutzend Ländern der Erde. Das in Lateinamerika führende Tool für Online-Befragungen gehört ebenso zur firmeneigenen Technologie wie hochwertige, ISO-zertifizierte Online-Panels. Beide werden wir in nächster Zeit weltweit ausbauen. Über die Tochter Wakoopa bietet Netquest außerdem weltweit Tracking-Software, Technologiedienstleistungen sowie Support für die geräteübergreifende Messung von Daten zum Verbraucherverhalten an. Auf sie kommt es beispielsweise an, wenn man junge Märkte und Produktsegmente wie den [Wearables-Markt](#) verstehen will, für die es kaum verlässliche Vergleichsdaten gibt. Wie wir für unsere Kunden dennoch für Durchblick sorgen, lesen Sie ab [Seite 16](#).

Der jüngste Neuzugang im GfK-Firmenportfolio bildet somit eine hoch relevante Ergänzung zu unseren bestehenden Datenquellen. Hinzu kommen öffentlich zugängliche Daten, Social Media Feeds und Informationen des jeweiligen Kunden, die wir mit unserem eigenen Wissen kombinieren. Aus Big Data wird so Smart Data. Aus Rohdaten wird wertvolles Wissen. Und aus unstrukturierten, hochkomplexen Informationen formt sich ein klares Bild. Relevanz entsteht.

3

DAS GESCHÄFT VERSTEHEN

Das wiederum ist so, als würde man jemandem am Ufer eines schier endlosen Ozeans ein starkes Präzisionsfernglas in die Hand drücken: Plötzlich wird sehr schnell sehr viel deutlicher, welcher Kurs in die Irre gehen würde. Und welcher zum Erfolg führt.

Dafür allerdings braucht es ein tiefes Verständnis des Kundengeschäfts. „Einen Großteil unserer Energie wenden wir auf, um genau herauszufinden, wohin für unsere Kunden in ihrer Branche die Reise geht“, sagt Dr. Gerhard Hausruckinger, als GfK Chief Commercial Officer verantwortlich für den Sektor Consumer Choices und seit September 2016 Sprecher des Vorstands. Wie ein Lotse, der einen Kapitän auf Untiefen und herannahende Stürme hinweist, betreuen bei GfK sogenannte Industry Leads einzelne Branchen und Unternehmenskunden. Als intime Branchenkenner wissen sie, welche Fragen in der jeweiligen Industrie momentan am dringendsten und wichtigsten sind. Gleichzeitig kennen sie alle wichtigen Analysetools und Insights von GfK, die für die Kunden relevant und erfolgsentscheidend sind. Indem sie Erkenntnisbedarf und Insights zusammenbringen, schaffen sie Relevanz. Und helfen ihren Kunden, das Richtige zu tun. Zur richtigen Zeit und am richtigen Ort.

4

DAS MOMENTUM NUTZEN

Relevanz braucht auch Geschwindigkeit. „Wissen“, das wusste schon der Mathematiker und Philosoph Alfred North Whitehead, „hält nicht länger als Fisch.“ Niemandem ist mit Informationen geholfen, die ihm heute erklären, was er gestern hätte tun müssen. Worauf es vielmehr ankommt, ist das Wissen um die Erfolgsfaktoren von morgen.

Und mit genau diesen versorgen wir unsere Kunden immer schneller. Ein Beispiel sind die Point-of-Sales-Daten, die wir in über 80 Ländern der Welt erheben. Sie zeigen unseren Kunden die tatsächlichen Kaufentscheidungen ihrer Kunden, der Konsumenten. Früher waren diese Daten einige Wochen nach dem Einkauf verfügbar. Heute können sie spätestens zwei Wochen nach Ende des jeweiligen Monats und in einigen Märkten sogar bereits Woche für Woche abgerufen werden, in Japan tagtäglich. „Entscheidungen müssen zum entscheidenden Zeitpunkt getroffen werden, und dafür braucht es nun einmal relevante Informationen zum richtigen Zeitpunkt“, weiß Dr. Gerhard Hausruckinger.

5

DAS RICHTIGE TUN

Wie relevant Informationen sind, zeigt sich letztlich darin, wie sehr sie Verantwortliche ermächtigen, das Relevante zu tun. Und dazu braucht es neben relevanten Informationen auch das Wissen um die richtigen Schlussfolgerungen, die aus ihnen zu ziehen sind. Im hart umkämpften Konsumgütermarkt beispielsweise haben wir Händlern mit einem neuartigen Ansatz zu bahnbrechenden Erfolgen verholfen. „Shopping Missions“ übersetzt die Erkenntnisse aus Verbraucherdaten in ein Konzept, mit dem sich Händler plötzlich weitaus relevanter positionieren können als bisher (mehr dazu ab Seite 22). In Dänemark, wo der Shopping-Missions-Ansatz entwickelt wurde, setzen heute nahezu alle großen Händler auf unser Konzept. Denn er steht nicht nur für interessante Analysen, sondern vor allem für höchste Relevanz im geschäftlichen Wettbewerb.

„Unsere Kunden benötigen nicht Datenberge, sondern konkrete Handlungsempfehlungen“, sagt David Krajicek, Chief Commercial Officer verantwortlich für den Sektor Consumer Experiences bei GfK. „Letztlich steht hinter all unserem Tun eine einfache Frage. Wie können wir die Ergebnisse unserer Kunden verbessern? Das ist die zentrale Aufgabe, die unsere rund 13.000 Mitarbeiter mit Leidenschaft erfüllen.“

Wer auf diese Weise kontinuierlich die für ihn relevanten Informationen erhält, verwandelt sich vom Getriebenen zur treibenden Kraft. Aus einem Follower wird ein Leader. Einer, für den die Frage immer weniger lautet, mit welchen Entscheidungen er auf die Handlungen anderer reagiert – sondern immer mehr, mit welchen Entscheidungen er selbst für sich und andere die Agenda setzt.

Darum geht es GfK.





WAS MAN MIT **510 SPEZIALISTEN** IN EINEM TEAM ANSTELLEN KANN?

In Rekordzeit relevante Antworten geben, zum Beispiel.



GLOBAL SERVICE CENTER BULGARIEN



Hoch qualifizierte Experten
arbeiten mit einheitlichen
Prozessen, Werkzeugen und höchsten
Qualitätsstandards.





VON SOFIA IN DIE GANZE WELT

Es mag zunächst überraschen, aber die Geschichte der „Global Service Centers“ und damit auch jene von **Lyudmila Peykova** lässt sich trefflich anhand der Philosophie Henry Fords erzählen. Der Automobilpionier stand bekanntlich für die Erkenntnis, nach der „Erfolg darin besteht, dass man **genau jene Fähigkeiten hat, die im Moment gefragt sind**“. Henry Fords Erfolgsgeheimnis lag in seiner Fähigkeit, Automobile serienmäßig, in bis dato ungekannter Geschwindigkeit und Qualität sowie zu einem unerreicht günstigem Preis fertigen zu können. Für Lyudmila Peykova wiederum, Leiterin eines Teams von 60 Programmierern im GfK Global Service Center (GSC) in Sofia, besteht Erfolg darin, genau jene Services und Informationen bereitzuhalten, die Kunden von GfK irgendwo auf der Welt gerade dringend benötigen. Und diese Aufgabe erledigen Peykova und ihre Kollegen mit höchster Präzision.

EIN NETZWERK ÜBER ZEITZONEN HINWEG

„Unser Ziel ist es, höchste Relevanz unserer Leistungen mit maximaler Effizienz zu verbinden“, sagt die diplomierte Mathematikerin, die vor acht Jahren zu GfK stieß. Peykovas Arbeitsplatz in der Innenstadt von Sofia ist eines von insgesamt vier GfK Global Service Centern, die die Sektoren Consumer Experiences und Consumer Choices unterstützen. Als globales Netzwerk, das in unterschiedlichen Zeitzonen und mit einer großen Bandbreite an Kompetenzen operiert, vermögen die GSCs binnen kurzer Zeit ganz unterschiedliche Leistungen zu erbringen – je nachdem, was Kunden von GfK gerade benötigen. Doch egal ob in Malaysia, Indien, Rumänien oder Bulgarien: Alle Service Centers arbeiten dabei mit denselben einheitlichen Prozessen und Werkzeugen, höchsten Qualitätsstandards und mit hoch qualifizierten Experten an Bord. Nur die wenigsten Kunden von GfK dürften daher überhaupt bemerken, woher ihr Umfrageskript oder die Codierung eines Panels stammt. Was sie indes durchaus feststellen, sind die **hohe Schnelligkeit und Qualität, in der sie ihre Leistungen erhalten.**



»UNSER ZIEL IST ES, HÖCHSTE RELEVANZ
UNSERER LEISTUNGEN MIT
MAXIMALER EFFIZIENZ ZU VERBINDEN.«

LYUDMILA PEYKOVA

Team Manager im Global Service Center Bulgarien, GfK

END-TO-END-LÖSUNGEN FÜR UNTERSCHIEDLICHSTE PRODUKTGRUPPEN

Das GSC in Sofia beispielsweise, das im zweiten Stock eines Gründerzeithauses in einer der größten Straßen Sofias untergebracht ist, übernimmt momentan etwa 40 Prozent aller Programmieraufgaben innerhalb von GfK. Seine rund 510 Mitarbeiter agieren in neun Sprachen (Programmiersprachen nicht eingerechnet) und liefern End-to-End-Lösungen für mehr als 560 GfK-Produktgruppen aus dem Sektor Consumer Choices, arbeiten aber auch eng mit den Teams Brand and Customer Experience (BaCe) und Market Opportunities & Innovation des Sektors Consumer Experiences zusammen. Dazu gehören die Umfrageprogrammierung, Datenverarbeitung, Rechercheunterstützung und Crossmedia Services für Consumer-Experiences-Projekte genauso wie Codierung und Data-out-Aktivitäten für Consumer Choices. Während die Solution Delivery Managers des GSCs die operationale Seite betreuen, übernehmen Service Managers den Kontakt zu Kunden innerhalb des globalen GfK-Netzwerks.

EIN JUNGES, HOCH QUALIFIZIERTES TEAM

„Wesentliche Erfolgsfaktoren sind dabei die Kompetenzen und Erfahrungen der Mitarbeiter“, sagt Peykova. Rund 81 Prozent ihrer Kollegen verfügen über einen Universitätsabschluss, ihr Durchschnittsalter liegt bei 29 Jahren, das Tempo ist hoch, der Anspruch ambitioniert und die Effizienz enorm. Durch die Zentralisierung ihrer Backoffice-Kompetenzen in GSCs wie jenem in Sofia kann GfK schneller, schlagkräftiger und kostengünstiger agieren, als es mit einer Vielzahl regional verankerter Backoffices jemals möglich wäre.

INDIVIDUELLE ANTWORTEN AUF UNTERSCHIEDLICHSTE FRAGEN

Während Henry Ford aber der Meinung war, seine Kunden könnten für ihre Automobile „jede gewünschte Farbe haben, solange sie schwarz ist“, stehen die globalen Dienstleister von GfK gleichzeitig für **höchst individuelle Services**. Peykovas Team im Global Service Center in Bulgarien hat beispielsweise in den letzten Wochen unter anderem ein Projekt für ein globales Software-Unternehmen programmiert, das Umfrageskript für ein Unternehmen der Gesundheitsbranche erstellt und parallel das Coding für einen führenden Automobilhersteller übernommen – Aufgaben und Branchen, wie sie unterschiedlicher nicht sein könnten. Alle aber hat das Center mit einer Effizienz erledigt, die weltweit ihresgleichen sucht.



WELTWEITES NETZWERK, EINHEITLICHE STANDARDS

01 Vier Global Service Centers (GSCs) in vier Ländern (Bulgarien, Rumänien, Indien und Malaysia) und zwei Regional Service Centers (RSCs) in zwei Ländern (Pakistan, Chile) stehen für ein schlagkräftiges Expertennetzwerk von GfK.

02 Als Backoffices der Geschäftsbereiche Consumer Experiences und Consumer Choices übernehmen die GSCs und RSCs unterschiedlichste Coding- und Scripting-Aufgaben. Der Vorteil: maximale Effizienz und Geschwindigkeit bei konsistenter Qualität und reduzierten Kosten (Economies of Scale).

03 Mitarbeiter der GSCs und RSCs sind gut ausgebildete Experten. Ein hoher Prozentsatz von ihnen verfügt über einen Hochschulabschluss. Ein weiteres Merkmal der GSCs: ihre Vielfalt an Sprachen und kulturellen Hintergründen. Als globale Service Hubs agieren die GSCs in den unterschiedlichsten Zeitzonen, Kulturkreisen und Branchen.



WAS MAN MIT
DATEN ALS
VERSCHIEDENEN
MÄRKTEN,
INDUSTRIEN UND
GESCHÄFTEN
ALS ALLER WELT
MACHEN KANN?

Den goldenen Zeitpunkt für einen Markteintritt
bestimmen, zum Beispiel.



POINT OF SALES TRACKING WEARABLES

PASSGENAUE ANALYSEN AUS UNTERSCHIEDLICHEN DATENQUELLEN

Wenn **Dr. Jan Wassmann** zu einer Runde Jogging aufbricht, begleitet ihn seit einigen Jahren ein **Wearable an seinem linken Handgelenk**. Das kleine Gerät verrät dem GfK-Analysten präzise, wie schnell er unterwegs ist, welche Strecke er zurücklegt und wie hoch währenddessen sein Puls schlägt. Für Wassmann, der ein- bis zweimal in der Woche eine acht Kilometer lange Strecke in seiner Nachbarschaft absolviert, bietet das Gerät wertvolle Hinweise, wo und wie er seine Leistung verbessern kann.

Umgekehrt generieren Wassmann und seine Kollegen fortlaufend Daten für die Hersteller dieser Geräte zur Frage, wie sie ihre Performance am Markt verbessern können. Und, noch wichtiger: Die GfK-Analysten finden heraus, welche Märkte heute und morgen überhaupt vielversprechend sind. Denn Wassmann, Global Product Manager Wearables bei GfK, kann für seine Analysen auf unterschiedlichste Datenquellen zugreifen, die für das dynamische Segment der Wearables ein äußerst präzises Bild ergeben. „Für jeden, der seine Chancen im Wearables-Markt nutzen will, liefern wir die relevanten Daten, um genau zur richtigen Zeit am richtigen Markt und vor allem am richtigen Verkaufsort zu starten“, erklärt Wassmann. Es sind Insights, die so nur GfK den Kunden bieten kann – die für sie aber über den Erfolg oder das Scheitern von millionenteuren Marktoffensiven mitentscheiden.

DIE RICHTIGEN MÄRKTE ERKENNEN

Da ist zum Beispiel die höchst relevante Frage nach dem regionalen Fokus: Wo sollte man zurzeit seine Marketing- und Investmentschwerpunkte setzen? Welche Region, die gestern noch ordentliche Umsätze generierte, ist morgen möglicherweise zweitrangig? Und wo sollte man übermorgen präsent sein, um ein Maximum an Geschäft zu generieren? „Wir beobachten geografisch höchst unterschiedliche Tendenzen, wie Wearables von Konsumenten angenommen werden“, erklärt Wassmann.

Während in Großbritannien beispielsweise 19 Prozent aller Verbraucher über 15 Jahre ihre Fitness über eine App oder ein Wearable kontinuierlich messen, sind es in China bereits 45 Prozent. Die Erfassung und Auswertung von Fitnessdaten ist derzeit immer noch ein starkes Argument für den Kauf solcher Geräte. Dementsprechend sind die Märkte in diesen Ländern unterschiedlich ausgeprägt. Zudem sind insbesondere in Asien regionale Anbieter am Markt, die mit lokalen Marken zu weitaus günstigeren Preispunkten ganz neue Konsumentengruppen erschließen können.



»DER ZUGRIFF AUF
TATSÄCHLICHE ABSATZZAHLEN
ERMÖGLICHT UNS
NICHT NUR WESENTLICH
STABILERE PROGNOSEMODELLE,
SONDERN AUCH
DIE VERKNÜPFUNG VON
DATEN ÜBER VERSCHIEDENE
MÄRKTE, REGIONEN UND
ZEITRÄUME HINWEG.«

CLAUDIA SPADONI

Analystin im Team Trends & Forecasting bei GfK

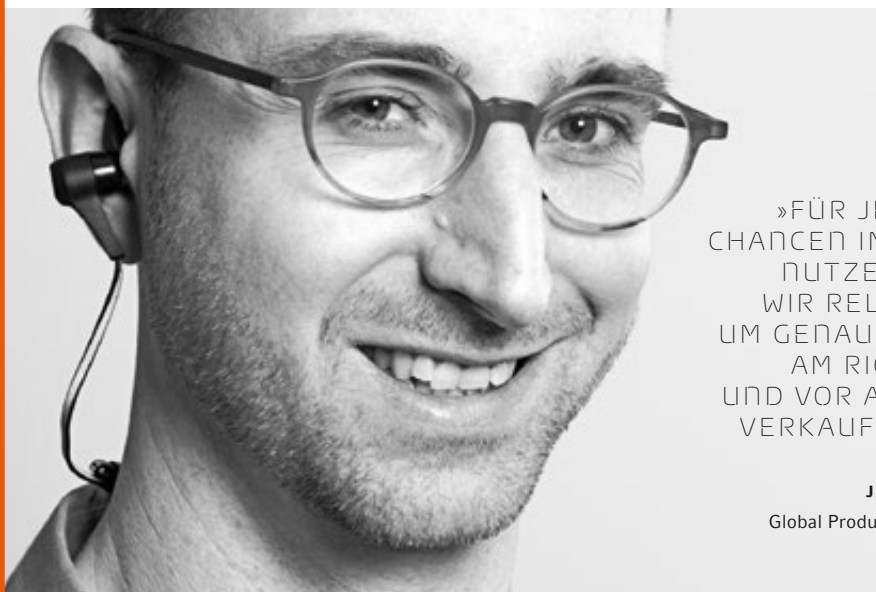


DAS PRODUKT PRÄZISE VERSTEHEN – UND SEINE KÄUFER GLEICH MIT

Was aber ist ein Wearable eigentlich genau? Und als was verstehen (und nutzen) es seine Käufer? Als Fitness-Tracker? Armbanduhr? Messaging-Zentrale? Schmuckstück? Alles in einem? Tatsächlich zeigen GfK-Analysen unter anderem, dass auf dem deutschen Markt Smartwatches in bestimmten Preisklassen in eine verwandte Produktkategorie hineindrängen und somit zunehmend traditionelle Armbanduhren ersetzen. „Um ein ganzheitliches Bild der Marktpotenziale zu erhalten, braucht es profunde Expertise aus ganz unterschiedlichen Industrien, wie Technologie, Sport und Gesundheit, Mode, das heißt aus verschiedensten Produkt- und Marktsegmenten – vom Smart Home bis zur vernetzten Automobilität“, erklärt Experte Wassmann. „Hier kommt uns zugute, dass wir in allen Industrien jahrelange Erfahrung haben. Dieses Netzwerk innerhalb von GfK ist dabei entscheidend. So können wir unseren Kunden die Expertise bieten, die sie in diesem von Konvergenz geprägten Umfeld benötigen.“

HARTE VERKAUFZAHLEN STATT WEICHER PROGNOSEN

Kunden von GfK profitieren in besonderem Maße davon, dass diese profunden Marktkenntnisse permanent durch Daten zur aktuellen Konsumentennachfrage auf dem neuesten Stand gehalten werden. Die Basis dafür bilden Point-of-Sales-Panels, mit denen GfK in dutzenden Märkten weltweit die harten Absatzzahlen eruiert. Während viele Marktteilnehmer ihre Prognosen auf der Grundlage der selbst ausgelieferten Produkte anfertigen müssen, kann GfK auf die tatsächlichen Verkaufszahlen aus über 80 Ländern der Welt zugreifen, die nach denselben standardisierten Methoden erhoben werden. „Der Zugriff auf tatsächliche Absatzzahlen ermöglicht uns nicht nur wesentlich stabilere Prognosemodelle, sondern auch die Verknüpfung von Daten über verschiedene Märkte, Regionen und Zeiträume hinweg“, erklärt Claudia Spadoni, Analystin im Team Trends & Forecasting von GfK. Kurzum: GfK-Analysen schärfen den Blick fürs Wesentliche. Und von diesem Einblick profitieren neben vielen Playern im Wearables-Segment auch zahlreiche Investoren, die momentan nach Investitionschancen in der Branche Ausschau halten.



»FÜR JEDEN, DER SEINE
CHANCEN IM WEARABLES-MARKT
NUTZEN WILL, LIEFERN
WIR RELEVANTES WISSEN,
UM GENAU ZUR RICHTIGEN ZEIT
AM RICHTIGEN MARKT
UND VOR ALLEM AM RICHTIGEN
VERKAUFSORT ZU STARTEN.«

JAN WASSMANN

Global Product Manager Wearables bei GfK

DIE CHANCEN DES MOMENTS NUTZEN – DEN RISIKEN AUSWEICHEN

Denn klar ist: Wearables sind aktuell ein höchst vielversprechendes Produktsegment. In den wichtigsten europäischen Märkten hat der Verkauf im Jahr 2016 um 45 Prozent zugelegt. Für 2017 prognostiziert GfK weltweite Verkaufszahlen von mehr als 183 Millionen Einheiten – ein Plus von 50 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Aus diesem imposanten Wachstum aber zu schließen, Investments ins Wearables-Segment seien momentan generell lohnenswert, wäre ein teurer Trugschluss. Denn die Entwicklung verläuft nach Region, Produktsegment, Konsumentengruppe und Wearables-Kategorie höchst unterschiedlich.

Wie sagte noch Mark Twain? „Es sind nicht die Dinge, die wir nicht wissen, die uns Probleme bereiten“, erklärte der Literat. „Es sind vielmehr die Dinge, die nicht so sind, wie sie zu sein scheinen, die uns in Schwierigkeiten stürzen.“ Genau diese Schwierigkeiten sind es, vor denen Jan Wassmann und seine Kollegen all jene bewahren helfen, die sich gerade in den vielversprechenden Wearables-Markt stürzen.



RELEVANTES WISSEN FÜR ERFOLGREICHE MARKTOFFENSIVEN

01 Im relativ jungen Segment der Wearables ist Expertise aus ganz unterschiedlichen Branchen und Produktsegmenten notwendig – und damit eine Helikoptersicht, wie sie so nur GfK bieten kann.

02 Der Markt bietet enorme Wachstumsmöglichkeiten bei gravierenden regionalen Unterschieden. Um Investments präzise platzieren zu können, benötigt man alle relevanten Marktdaten.

03 Statt vager Absatzschätzungen verfügt GfK über exakte Verkaufszahlen bei Smartphones aus 83 Ländern und bei Wearables (derzeit über 30 Länder) weltweit. Das ermöglicht weitaus präzisere Analysen und Prognosen, als sie die meisten Wettbewerber bieten können.





WAS MAN AUS TAUSENDEN EINKAUFSKÖRBEIN ABLESEN KANN?

Zum Beispiel, wie man Einzelhändlern dabei hilft, relevanter für ihre Kunden zu werden.



SHOPPING MISSIONS

»FÜR HÄNDLER KOMMT ES DARAUFG AN,
ALS DER RICHTIGE EINKAUFSORT
WAHRGENOMMEN ZU WERDEN.«

PETER GLAVIND

Experte für Einzelhandel und Consumer Panels bei GfK Dänemark



Jede Shopping Mission wird durch eine bestimmte Kombination von Bedürfnissen geprägt.

Was wir einkaufen und wie wir das tun, mag sich über die letzten zehn Jahre drastisch verändert haben, eines ist aber gleich geblieben. Tag für Tag sitzen Hunderttausende Verbraucher an ihren Küchentischen, einen Stift und einen Zettel – oder ihr Smartphone – vor sich, und überlegen: Was muss ich heute einkaufen? Was esse ich heute Abend? Und wo kaufe ich am besten ein? Sie alle definieren, so würde es in der Marktforschung und speziell im Bereich Shopper heißen, ihren Kaufanlass.

Händler zerbrechen sich den Kopf darüber, wie sich die Bedürfnisse der Kunden am besten bedienen lassen, und sie versuchen, die Wünsche hinter den Einkaufstouren zu entschlüsseln. Denn im schrumpfenden Markt mit schnelldrehenden Konsumgütern (Fast Moving Consumer Goods) müssen die Discounter und Supermärkte – sowohl on- als auch offline – heftig um Besucher kämpfen, die tendenziell immer seltener einkaufen gehen. Heutzutage lautet für Einzelhändler also die alles entscheidende Frage: „Wie erreiche ich, dass mein Laden ausgewählt wird?“ Wie ziehen sie also letztlich Kunden in ihr Geschäft?

DIE ALLERERSTE AUFGABE JEDES HÄNDLERS: RELEVANT BLEIBEN

Der Rückgang der Einkaufstouren bedeutet, es gibt weniger Gelegenheiten für Einzelhändler, Kunden mit ihrem Geschäft und Angebot von sich zu überzeugen. „Besondere Angebote, die Preise, das Sortiment die Aufteilung und Einrichtung eines Geschäfts – all das ist für einen Händler vergebens, wenn er auf den Radarschirmen seiner Kunden nicht mehr auftaucht“, sagt Peter Glavind, Experte für Einzelhandel und Consumer Panels bei GfK Dänemark. „Für Händler kommt es deshalb zunächst einmal darauf an, als der richtige Einkaufsort wahrgenommen zu werden.“ Es geht, mit anderen Worten, um Relevanz.

Wie aber positionieren sich Einzelhändler unter den verschiedenen Wettbewerbern als das beste Ziel für den nächsten Einkauf? Für diese Aufgabe haben Glavind und seine Kollegen vor einigen Jahren ein Konzept entwickelt, das ob seiner Schlüssigkeit und Durchschlagskraft überrascht. Ihr Ansatz basiert auf Analysen unzähliger Einkaufskörbe, deren Inhalte tatsächlich so gekauft und im Verbraucher-Panel registriert wurden. Diese Masse an Daten erlaubte es Glavind und seinem Team, die Einkaufskörbe in verschiedene Gruppen mit gleichen charakteristischen Merkmalen einzuteilen – die Kaufanlässe. Jede „Shopping Mission“ wird also von einer bestimmten Kombination von Bedürfnissen geprägt. Sie können Händler nun zu bedienen versuchen, um als lohnendes Einkaufsziel für Kunden relevant zu sein. Darüber hinaus kann die Analyse der Shopping Missions dabei helfen, das Erlebnis der tatsächlich kommenden Kunden weiter zu verbessern.



Nur wer versteht, was seine Kunden wirklich umtreibt, ist als Händler auch relevant.

FÜNF SHOPPING MISSIONS STEHEN FÜR GRUNDVERSCHIEDENE BEDÜRFNISSE

„Ein Familienvater, der abends kurz vor Ladenschluss beim kleinen innenstädtischen Supermarkt an der Ecke eine Packung Babynahrung einkauft, hat einen ganz anderen Kaufanlass als ein Familienvater, der am Samstag mit dem Wagen beim Hypermarkt vorfährt“, erklärt Glavind, der mit seinen Kollegen fünf grundverschiedene Shopping Missions identifiziert hat. **Jede dieser Kaufanlässe unterscheidet sich in puncto Produktkategorien, Umsatz, Preissensibilität und Interesse an Sonderangeboten, Wochentag, Grad der Planung oder des Impulses im Einkaufskorb.**

Der „One Need“-Kunde beispielsweise, der spätabends noch Babynahrung kauft, zeichnet sich aus durch eine präzise Vorstellung vom benötigten Produkt und die Bereitschaft, auch hohe Preise zu zahlen. Sein primäres Ziel ist es, einen offenen Laden zu finden. Und wenn er ihn gefunden hat, ist die Zahlungsbereitschaft auch entsprechend hoch. Der Umsatz pro Einkauf von „One Need“-Kunden – das beschreibt auch diese Situation – ist aber vergleichsweise gering. In Dänemark entfallen 23 Prozent der Einkaufstouren, aber nur zehn Prozent der Umsätze in diesem Markt auf „One Need“ Shopping Missions. Kunden der Kategorie „Maxi Basket“ hingegen packen typischerweise mindestens zehn Produktkategorien in ihre Einkaufswagen. Diese Großeinkäufer stehen demnach für nur neun Prozent der Einkäufe, aber gewaltige 26 Prozent des Umsatzes.

DIE WERKZEUGBOX FÜR HÖHERE UMSÄTZE UND PROFITE IM HANDEL

„Mit unserem Konzept erhalten Händler eine klare Analyse, in welchen Bereichen sie unter ihren Möglichkeiten bleiben – und was sie konkret tun können, um das zu ändern“, erklärt Glavind. So lassen sich beispielsweise Promotion-Aktionen zielgenauer auf (potenzielle) Kunden, deren Shopping Missions und die Wochentage zuschneiden, an denen Angebote die größte Wirkung entfalten. Auch ihr Warenangebot, das Layout ihrer Geschäfte und selbst die Regalkomposition können GfK-Kunden passgenau auf Shopping Missions hin optimieren.

Um diesen Prozess noch einen Schritt weiterzutreiben, werden die Kunden dabei von GfK NORM unterstützt, einem Marktforschungsunternehmen aus Stockholm, das auf digitale Methoden im Bereich Käuferforschung spezialisiert ist und seit 2015 zu GfK gehört.

Verbraucher geben zwar pro Einkauf mehr aus, gehen aber immer seltener einkaufen.



„Shopping Missions helfen dabei, den Shopper noch besser zu verstehen. Anstatt den Konsumenten nach Alter oder Geschlecht anzusprechen, können Händler ihr Geschäft für die jeweiligen Einkaufstouren ihrer Kunden präparieren. Das Verhalten der Konsumenten führt also zu konkretem Handeln aufseiten des Händlers. Nur wer den Kaufanlass kennt, ist als Händler auch relevant“, sagt Adrian Sanger, Global Head Shopper bei GfK.

Wie relevant dieses Konzept für Einzelhändler ist, lässt sich an einer Zahl ablesen: Mit einer einzigen Ausnahme setzen heute sämtliche großen Händler und Handelsketten in Dänemark auf den Shopping-Missions-Ansatz. Für unsere Kunden ist er somit ein wertvolles Instrument im Kampf um Relevanz und Wachstum.

Daten von GfK weisen also den Weg. Und sobald Händler den Shopper ins Zentrum ihres Handelns rücken, könnte man sagen: „Mission accomplished.“

DIE RICHTIGEN SIGNALE SETZEN

01 Der Markt für Fast Moving Consumer Goods (FMCG) ist hart umkämpft. Verbraucher geben zwar pro Einkauf mehr aus, gehen aber immer seltener einkaufen.

02 Für Händler kommt es umso mehr darauf an, ins „Relevant Set“ ihrer potenziellen Kunden aufzurücken. GfK hat dafür das Konzept der Shopping Missions entwickelt. Der Ansatz: Nur wer versteht, was seine Kunden wirklich umtreibt, kann sie und ihren Umsatz für sich gewinnen.

03 Die fünf grundlegenden Shopping Missions von GfK beschreiben alle Shopping Trips im FMCG-Markt und identifizieren die Stärken oder Schwächen von Händlern und Markenprodukten. Für den Handel lassen sich aus ihnen präzise Verbesserungsansätze für Promotion, Shop-Layout, Warenangebot und Produktkategorien ableiten.

04 In Dänemark setzen heute nahezu alle großen Händler und Markenhersteller auf das Konzept. Die Shopping Missions sind mittlerweile zur gemeinsamen Sprache zwischen Händlern und Herstellern in ihrem gemeinsamen Streben nach höheren Umsätzen geworden. Das Verständnis der Kaufanlässe erleichtert das gemeinsame Ziel: die Relevanz der Händler und Hersteller beim Kunden zu steigern.

05 Mittlerweile steht das Shopping-Missions-Konzept von GfK auch in vielen anderen Märkten zur Verfügung.

AN DIE AKTIONÄRE DER GfK GRUPPE



30
BERICHT DES AUFSICHTSRATS

37
DER AUFSICHTSRAT

38
BRIEF AN DIE AKTIONÄRE

42
DER VORSTAND

46
HIGHLIGHTS 2016

48
DIE AKTIE

BERICHT DES AUFSICHTSRATS



RALF KLEIN-BÖLTING
Aufsichtsratsvorsitzender
der GfK SE

*Sehr geehrte Aktionärinnen und
sehr geehrte Aktionäre,*

der Aufsichtsrat hat 2016 sowohl die Unternehmensstrategie als auch die Akzeptanz der Unternehmenstransformation kritisch begleitet. Besonderen Wert legte er darauf, dass die Neuausrichtung des Unternehmens von Führungskräften und Mitarbeitern auf breiter Front getragen, erfolgreich umgesetzt und auch von externen Stakeholdern unterstützt wird. Hierzu hat er sich die Ergebnisse der Mitarbeiterbefragung erläutern lassen, Gespräche mit Kunden geführt und unter Beachtung der rechtlichen Rahmenbedingungen den direkten Austausch mit institutionellen Aktionären gesucht. Der damalige Aufsichtsratsvorsitzende Dr. Arno Mahler und die Stellvertretende Aufsichtsratsvorsitzende Sandra Hofstetter haben an der Führungskräftekonferenz „Think Future“ teilgenommen. Insgesamt hat der Aufsichtsrat den Eindruck gewonnen, dass innerhalb des Unternehmens ein konstruktives und zielgerichtetes Miteinander herrscht.

Für die geleistete Arbeit spricht der Aufsichtsrat den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, den Vertreterinnen und Vertretern der Arbeitnehmer sowie dem Vorstand seinen Dank aus. Dank und Anerkennung gelten auch den Kunden und Geschäftspartnern der GfK Gruppe. Sie haben auch im Jahr 2016 den GfK-Unternehmen und ihren Dienstleistungen vertraut und mit vielen Anregungen zur Verbesserung unseres Angebots beigetragen.

VERÄNDERUNGEN IM AUFSICHTSRAT UND VORSTAND

Mit der letztjährigen ordentlichen Hauptversammlung am 20. Mai 2016 ergaben sich Änderungen im Aufsichtsrat der GfK SE. Die Aufsichtsratsmitglieder Dr. Bernhard Düttmann, Dr. Wolfgang C. Berndt und Hauke Stars sind aus dem Aufsichtsrat ausgeschieden; Hans Van Bylen war bereits zum 30. April 2016 ausgeschieden. Als Nachfolger wurden Ralf Klein-Bölting und Prof. Dr. Raimund Wildner als Vertreter des GfK Vereins sowie Bruno Piacenza (Vorstand der Henkel Management AG) und Prof. Dieter Kempf (bis 31. März 2016 Vorstandsvorsitzender der DATEV eG) von der Hauptversammlung in den Aufsichtsrat gewählt. In seiner Sitzung am gleichen Tag hat der Aufsichtsrat Sandra Hofstetter, Vertreterin der Arbeitnehmer im Aufsichtsrat, zur Stellvertretenden Aufsichtsratsvorsitzenden gewählt.

FÜR DIE GELEISTETE ARBEIT SPRICHT DER AUFSICHTSRAT
DEN MITARBEITERINNEN UND MITARBEITERN, DEN
VERTRETERINNEN UND VERTRETERN DER ARBEITNEHMER SOWIE
DEM VORSTAND SEINEN DANK AUS.

Bereits im Jahr 2015 waren einige dieser Veränderungen im Aufsichtsrat absehbar. So hatte Dr. Wolfgang C. Berndt bereits bei seiner Wiederwahl angekündigt, sein Mandat im Hinblick auf das Erreichen der Regelgrenze für die Zugehörigkeit zum Aufsichtsrat entsprechend den Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex nicht über die volle Amtszeit ausüben zu wollen. Des Weiteren hatte Hauke Stars, Mitglied im Vorstand der Deutsche Börse AG, die Gesellschaft bereits Ende 2015 darüber informiert, ihr Mandat vor Ablauf der Amtszeit zum 20. Mai 2016 niederlegen zu wollen. In Anbetracht seiner künftigen Aufgabe als Vorstandsvorsitzender der Henkel Management AG ab dem 1. Mai 2016 hatte zudem Hans Van Bylen die Gesellschaft davon in Kenntnis gesetzt, sein Mandat mit Wirkung zum 30. April 2016 niederzulegen. Dieter Wilbois, einer der Vertreter der Arbeitnehmer im Aufsichtsrat, ist im Rahmen des Vorruhestands zum 31. August 2016 aus seiner aktiven Tätigkeit bei GfK und damit aus dem Aufsichtsrat ausgeschieden.

Der Aufsichtsrat bedankt sich bei allen ausgeschiedenen Mitgliedern für den langjährigen Einsatz und die ausgezeichnete Zusammenarbeit.

Dr. Wolfgang C. Berndt war seit Mitte 2002 Aufsichtsratsmitglied. Er hat viele Weichenstellungen von GfK durch seine globale Erfahrung mit geprägt und das Unternehmen sowohl in der Wachstums- als auch in der Umbruchphase unterstützt.

Hauke Stars war seit Mai 2009 im Aufsichtsrat vertreten. Mit ihrer internationalen Erfahrung insbesondere auf dem Gebiet der IT hat sie die Kompetenz des Aufsichtsrats weiter verbreitert und GfK auf dem Weg der Digitalisierung wichtige Impulse gegeben.

Dr. Bernhard Düttmann war für fünf Jahre Mitglied des Aufsichtsrats und seit 17. Mai 2013 Stellvertretender Aufsichtsratsvorsitzender. Als Leiter des Audit Committees hat er die wirtschaftliche Entwicklung eng begleitet.

Seit Mai 2013 war Hans Van Bylen Aufsichtsratsmitglied der GfK. Aufgrund seiner Managementexpertise, sowohl im Industrie- als auch im Konsumentengeschäft der Henkel AG & Co. KGaA, war er ein wichtiger Ratgeber. Für seine Aufgaben als Vorstandsvorsitzender wünscht ihm der Aufsichtsrat das Allerbeste.

Auf der Arbeitnehmerseite ist Dieter Wilbois nach 29 Jahren Betriebszugehörigkeit bei GfK zum 1. September 2016 in den Vorruhestand gegangen. Dieter Wilbois war bis zu seinem Ausscheiden Stellvertretender Vorsitzender des europäischen SE Works Council und Vorsitzender des Konzernbetriebsrats in Deutschland. Der Aufsichtsrat dankt Herrn Wilbois für sein langjähriges und großes Engagement für GfK und ihre Beschäftigten.

Im Laufe der Beratungen über die Neubesetzung des Aufsichtsrats hat der GfK Verein die Gesellschaft bereits im Dezember 2015 darüber informiert, seine Rolle als Mehrheitsaktionär der Gesellschaft künftig aktiv gestalten und Verantwortung im Aufsichtsrat übernehmen zu wollen. Er hat daher zwei Vertreter zur Wahl in den Aufsichtsrat vorgeschlagen.

Ralf Klein-Bölting gehört seit 2009 dem Präsidium des GfK Vereins an. Nach seiner Wahl zum Aufsichtsratsvorsitzenden hat Herr Klein-Bölting sein Amt als Vizepräsident des Vereins ruhen lassen. Der Diplom-Kaufmann verfügt über mehr als 25 Jahre Erfahrung in den Bereichen Marketing, Branding und Kommunikation. Er ist geschäftsführender Gesellschafter der NEXTBRAND Markenberatung und war zuvor Mitglied des Vorstands und der Geschäftsführungen bei Tchibo, Deutsche Bahn und OTTO.

Prof. Dr. Raimund Wildner ist seit 1984 bei der GfK Gruppe tätig. Nach seinem Einstieg als Vorstandsassistent hat der promovierte Statistiker ab 1985 den Mikrotestmarkt GfK BEHAVIORSCAN® mit aufgebaut und ab 1988 die Methoden- und Produktentwicklung der GfK Gruppe aufgebaut und bis 2009 geleitet. 1995 wurde er darüber hinaus zum Geschäftsführer des GfK Vereins berufen und übernahm zehn Jahre später zusätzlich den Posten des Vizepräsidenten. Weiterhin wurden Bruno Piacenza und Prof. Dieter Kempf als unabhängige Vertreter in den Aufsichtsrat gewählt.

FÜR DEN AUFSICHTSRAT IST DAS ZIEL DIESER TRANSAKTION,
DEN STRATEGISCHEN WANDEL VON GfK ZU UNTERSTÜTZEN UND
ZU FORCIEREN.

Bruno Piacenza startete seine Karriere als Berater bei Bain & Company und ist seit 1990 im Henkel-Konzern tätig, wo er verschiedene leitende Positionen im In- und Ausland innehatte. Seit 2011 ist der gebürtige Franzose im Vorstand der Henkel-Gruppe und verantwortet derzeit den Geschäftsbereich Laundry & Home.

Prof. Dieter Kempf war seit 1991 bei der DATEV eG Mitglied des Vorstands und von 1996 an dessen Vorsitzender. Ende März 2016 ist er aus dem Unternehmen ausgeschieden und in den Ruhestand getreten. Er begann seine berufliche Laufbahn bei Ernst & Young. Dieter Kempf ist unter anderem Präsident des Bundesverbands der Deutschen Industrie (BDI), Mitglied des Aufsichtsrats der Deutschen Messe AG sowie Mitglied des Verbandsrats des Genossenschaftsverbands Bayern (GVB). Er war von 2011 bis 2015 Präsident des Branchenverbands BITKOM.

Als Nachfolgerin von Dieter Wilbois ist Jackie Megahey als eine von vier Vertretern der Arbeitnehmer zum 1. September 2016 in den Aufsichtsrat eingetreten. Die Britin Jackie Megahey ist langjährige Mitarbeiterin von GfK in Großbritannien und wurde 2016 zum Regional Research & Quality Director Northern Europe ernannt. Frau Megahey ist eine der beiden Stellvertretenden Vorsitzenden des europäischen GfK SE Betriebsrats. Mit Jackie Megahey kommt eine weitere Frau auf der Arbeitnehmerseite in den Aufsichtsrat.

Der Aufsichtsrat freut sich auf die Zusammenarbeit mit den fünf neu in den Aufsichtsrat gewählten beziehungsweise eingetretenen Personen.

Am 11. August 2016 hat Dr. Arno Mahler angekündigt, sein Mandat als Aufsichtsratsvorsitzender wegen unterschiedlicher Auffassungen in der Zusammenarbeit mit dem Großaktionär GfK Verein zum 12. September 2016 niederzulegen.

Ebenfalls am 11. August 2016 hatte sich der GfK-Vorstandsvorsitzende Matthias Hartmann mit dem Aufsichtsrat einvernehmlich darauf verständigt, dass er zum Ende des Geschäftsjahres am 31. Dezember 2016 wegen unterschiedlicher Ansichten zur geschäftspolitischen Ausrichtung des Unternehmens aus dem Vorstand ausscheiden wird. Bis zur Bestimmung eines Nachfolgers wurde Dr. Gerhard Hausruckinger zum 1. September 2016, zusätzlich zu seiner Aufgabe als Vorstand des Sektors Consumer Choices, interimistisch die Rolle als Sprecher des Vorstands übertragen.

Matthias Hartmann war seit 2011 Vorstandsvorsitzender der GfK SE. In seine Verantwortung fiel auch die Neuordnung und Digitalisierung des Unternehmens, die er sofort nach seinem Eintritt in Angriff nahm. Im Zentrum standen die Integration des Unternehmens und die Fokussierung auf chancenreichere Geschäftsfelder, die heute für GfK die Ausgangsbasis für eine erfolgreiche Zukunft bilden.

Dr. Arno Mahler war seit 2004 Aufsichtsratsmitglied, seit Ende 2004 Stellvertretender und seit 2008 Vorsitzender dieses Gremiums. In seiner Amtszeit hat er die Globalisierung der Gesellschaft mit gestaltet und gemeinsam mit dem Vorstand die neue Unternehmensstrategie „Own the Future“ entwickelt, die den kontinuierlichen Ausbau des digitalen Geschäftsmodells zum Ziel hatte.

Der Aufsichtsrat der GfK SE dankt beiden Herren für ihr hohes Engagement, ihren tatkräftigen Einsatz sowie die erzielten Erfolge und wünscht ihnen beruflich wie privat weiterhin alles Gute.

Am 25. August 2016 hat der Aufsichtsrat in einer außerordentlichen Sitzung Ralf Klein-Böling zum neuen Vorsitzenden des Aufsichtsrats gewählt. Er übernahm diese Position am 13. September 2016 von Dr. Arno Mahler.

Die durch das Ausscheiden von Dr. Mahler entstandene Vakanz im Aufsichtsrat hat die Gesellschaft durch gerichtliche Bestellung von Peter Goldschmidt, President, Sandoz Inc., und als Head North America verantwortlich für das Nordamerika-Geschäft des Pharmaunternehmens Sandoz, am 2. Dezember 2016 wieder besetzt. Peter Goldschmidt verfügt über breite Kenntnisse und Erfahrung in den Bereichen Marktforschung und Marketing, Vertrieb, Produktion und Entwicklung, bis hin zur Unternehmensführung in Unternehmen mit Milliardenumsatz. Aus seiner Tätigkeit für Sandoz bzw. Novartis in Europa, Asien und den USA bringt er umfangreiche internationale Managementenerfahrung in das Kontrollgremium ein. Der Aufsichtsrat freut sich, dass Peter Goldschmidt seine Impulse und vielfältige Erfahrung aus einer Branche einbringen wird, die eine der wichtigsten für die Marktforschung ist.

ÜBERNAHMEANGEBOT DER ACCELERATIO CAPITAL N.V.

Die Acceleratio Capital N.V. mit Sitz in Amsterdam/Niederlande, eine Holdinggesellschaft im Besitz von Fonds, die durch Kohlberg Kravis Roberts & Co. L.P. („KKR“) beraten werden, veröffentlichte am 21. Dezember 2016 eine Angebotsunterlage für ein freiwilliges öffentliches Übernahmeangebot (Barangebot) für alle nicht von der Acceleratio Capital N.V. gehaltenen Aktien der GfK SE zu einem Preis von 43,50 Euro pro Aktie in bar. Das Übernahmeangebot unterliegt mehreren, in der Angebotsunterlage erläuterten Bedingungen, unter anderem einer Mindestannahmequote von 18,54 Prozent. Der Vollzug der Transaktion bedarf der Zustimmungen der in der Angebotsunterlage genannten Kartell- und Investitionskontrollbehörden. Für die Einzelheiten des Angebots wird auf die Angebotsunterlage verwiesen.

Aufsichtsrat und Vorstand veröffentlichten ihre gemeinsame Stellungnahme zur Angebotsunterlage gemäß § 27 Absatz 1 des Wertpapiererwerbs- und Übernahmegesetzes am 30. Dezember 2016, die sie am 29. Dezember 2016 in einer Vorstands- und einer anschließenden Aufsichtsratsitzung beschlossen hatten; sie ist im Internet unter www.gfk.com/de/investoren/uebersicht-investoren/ abrufbar.

In ihrer Stellungnahme haben Vorstand und Aufsichtsrat nach einem sorgfältigen Prüfungsprozess den Aktionären empfohlen, das Angebot anzunehmen. Diese Empfehlung ist in der begründeten Stellungnahme ausführlich erläutert worden, die für die Beurteilung der Angebotsunterlage allein maßgeblich ist. Die Mitglieder von Vorstand und Aufsichtsrat, die persönlich GfK-Aktien halten, haben das Angebot angenommen und ihre Aktien angedient.

Im Hinblick auf das Übernahmeangebot hatten zuvor GfK SE und Acceleratio Capital N.V. nach intensiven Verhandlungen am 8. Dezember 2016 ein sogenanntes Investor Agreement (Investorenvereinbarung) unterzeichnet, das wesentliche Punkte des Übernahmeangebots, insbesondere das wechselseitige Verständnis im Hinblick auf das Übernahmeangebot und seine Umsetzung sowie die zukünftige Organisation der Geschäftstätigkeiten der GfK SE, darlegt. In dem Investor Agreement sind insbesondere die Bedingungen festgelegt, unter denen Aufsichtsrat und Vorstand der GfK SE ihre grundsätzliche Bereitschaft erklärt haben, das Angebot zu unterstützen. Hinsichtlich des Inhalts des Investor Agreement wird auf die veröffentlichte Stellungnahme von Vorstand und Aufsichtsrat zum Übernahmeangebot verwiesen, in der die wesentlichen Bestimmungen des Investor Agreement zusammengefasst dargestellt worden sind. In der Aufsichtsratssitzung am 29. Dezember 2016 hat sich Herr Prof. Dr. Raimund Wildner aufgrund seines Amtes als Geschäftsführer des GfK Vereins der Stimme enthalten.

Der Mehrheitsaktionär GfK Verein und KKR beabsichtigen, gemeinsam den strategischen Wandel von GfK und seinen Weg zu nachhaltigem, profitabilem Wachstum zu unterstützen. GfK wurde darüber informiert, dass der GfK Verein und KKR eine Vereinbarung abgeschlossen haben, wonach der GfK Verein keine Aktien andienen wird und somit Mehrheitsaktionär von GfK bleiben wird. Diese Gesellschaftervereinbarung tritt nach Kenntnis der Gesellschaft mit dem Vollzug des Übernahmeangebots in Kraft.

Für den Aufsichtsrat ist das Ziel dieser Transaktion, den strategischen Wandel von GfK zu unterstützen und zu forcieren. Damit wird das umfassende Wissen des GfK Vereins mit der internationalen Markt- und Branchenexpertise eines führenden globalen Investors verbunden. GfK ist davon überzeugt, dass KKR der richtige Partner ist, um die Strategie des Vorstands zur Neupositionierung von GfK zu unterstützen. Es ist sowohl im Interesse des gesamten Unternehmens als auch seiner Mitarbeiter und Kunden, langfristiges Wachstum zu erzielen.

DER MEHRHEITSAKTIONÄR GfK VEREIN UND KKR BEABSICHTIGEN,
GEMEINSAM DEN STRATEGISCHEN WANDEL VON GfK
UND SEINEN WEG ZU NACHHALTIGEM, PROFITABLEM WACHSTUM
ZU UNTERSTÜTZEN.

Die Frist, während der das Angebot angenommen werden konnte (Annahmefrist), begann mit der Veröffentlichung der Angebotsunterlage am 21. Dezember 2016 und endete am 10. Februar 2017, 24:00 Uhr (Ortszeit Frankfurt am Main)/18:00 Uhr (Ortszeit New York). Innerhalb der Frist wurden 7.052.242 GfK-Aktien, das sind circa 19,32 Prozent des Grundkapitals, der Acceleratio Capital N.V. angedient. Damit ist die Mindestannahmequote in Höhe von 18,54 Prozent erfüllt. Eine weitere Annahmefrist begann am 16. Februar und endete am 1. März 2017, 24:00 Uhr (Ortszeit Frankfurt am Main)/18:00 Uhr (Ortszeit New York). Innerhalb dieser Frist wurden weitere 2.470 Aktien (0,01 Prozent des Grundkapitals) Acceleratio Capital N.V. angedient. Der Bieterin sind darüber hinaus zum Ablauf der weiteren Annahmefrist nach ihrer Auskunft Stimmrechte aus 1.158.665 GfK-Aktien zuzurechnen. Dies entspricht einem Anteil von ca. 3,17 Prozent des Grundkapitals. Darüber hinaus sind der Acceleratio Topco S.à r.l., einer mit der Bieterin gemeinsam handelnden Person, zum Ablauf der weiteren Annahmefrist Stimmrechte aus 2.516.725 GfK-Aktien nach ihrer Auskunft zuzurechnen. Dies entspricht einem Anteil von ca. 6,89 Prozent des Grundkapitals der Stimmrechte der GfK SE. Alle Angebotsbedingungen sind erfüllt.

Weitere Informationen hierzu unter Kapitel 2.1 und im Internet unter: www.gfk.com/de/investoren/uebersicht-investoren/.

SITZUNGEN DES AUFSICHTSRATS UND SEINER AUSSCHÜSSE

Der Aufsichtsrat hat im Geschäftsjahr 2016 die ihm nach Gesetz und Satzung, Deutschem Corporate Governance Kodex und der Geschäftsordnung obliegenden Aufgaben pflichtgemäß wahrgenommen. Er hat den Vorstand bei der Leitung des Unternehmens kontinuierlich beraten und bei der Geschäftsführung der Gesellschaft überwacht. Der Aufsichtsrat war in alle das Unternehmen betreffenden grundlegenden Entscheidungen eingebunden.

Der Vorstand hat den Aufsichtsrat regelmäßig, zeitnah und umfassend in schriftlicher und mündlicher Form über sämtliche für seine Arbeit relevanten Belange informiert. Im Fokus der gemeinsamen Erörterungen standen Themen wie Umsetzung und Weiterentwicklung der Strategie,

Geschäftsverlauf, Ertrags- und Finanzlage, Personal, organisatorische Weiterentwicklung, Geschäftspolitik, Unternehmensplanung, Investitionsvorhaben, Compliance und Risikomanagement sowie das Übernahmeangebot der Acceleratio Capital N.V. Weitere Beratungsschwerpunkte lagen auf den beabsichtigten Akquisitionen und Erhöhungen der Beteiligungsanteile, über die der Vorstand den Aufsichtsrat ausführlich informierte, auch wenn sie nicht genehmigungspflichtig waren. Außerdem wurden der Erfolg der in den letzten Jahren getätigten Investitionen sowie die Auswirkungen der politischen und wirtschaftlichen Entwicklungen weltweit diskutiert.

Zwischen den Gremiumssitzungen erörterten der Vorsitzende des Vorstands, aber auch seine Vorstandskollegen und der Aufsichtsratsvorsitzende alle für die Gesellschaft wesentlichen Themen. Die Stellvertretende Aufsichtsratsvorsitzende sowie die Vorsitzenden des Audit Committee und des Personalausschusses standen ebenfalls im engen Austausch mit dem Vorstand.

Der Aufsichtsrat ist im Geschäftsjahr 2016 zu fünf ordentlichen Präsenzsitzungen und 14 außerordentlichen Telefonkonferenzen zusammengekommen. Die Teilnahmequote lag bei durchschnittlich 87 Prozent und bei drei Mitgliedern zwischen 50 Prozent und 64 Prozent. In diesen Sitzungen wurden die jeweiligen Berichte des Vorstands eingehend diskutiert und die Entwicklungsperspektiven des Unternehmens ausführlich erörtert. Zu den thematischen Schwerpunkten gehörten neben dem Jahresabschluss 2015 die Entwicklung des Geschäftsverlaufs im Jahr 2016, das Budget 2017, Personalthemen, die Umsetzung der Strategie „One GfK“ und die strategische Ausrichtung von GfK sowie das Übernahmeangebot von Acceleratio Capital N.V. Erörtert wurden außerdem Investitions- und Innovationsmaßnahmen, die ein nachhaltiges und überdurchschnittliches Wachstum gewährleisten sollen, das Risikomanagement und Compliance-Themen.

Die Septembersitzung des Aufsichtsrats, die traditionell jeweils in unterschiedlichen Regionen angesetzt wird, fand 2016 in Amsterdam statt. Ziel dieser Sitzungen ist es, die lokalen Märkte und Kunden sowie das lokale Management eingehender kennenzulernen. Berichte und Vorträge lokaler Führungskräfte gaben dem Aufsichtsrat ein detailliertes Bild von den derzeitigen Geschäftsschwerpunkten, den Innovationen und den Stärken und Schwächen. Ein weiterer Schwerpunkt lag auf strategischen Themen. Der Aufsichtsrat hat sich auch 2016 mit den Regeln des Deutschen Corporate Governance Kodex beschäftigt und im Dezember 2016 die Entsprechenserklärung gemäß § 161 AktG abgegeben. GfK erfüllt die verpflichtenden Regeln vollständig.

Um seine Aufgaben effizient wahrzunehmen, wird der Aufsichtsrat durch vier Ausschüsse unterstützt, über deren Arbeit er regelmäßig und umfassend unterrichtet wird. Sämtliche Ausschussprotokolle sind von allen Aufsichtsratsmitgliedern einsehbar.

Das Audit Committee tagte im Berichtszeitraum unter dem Vorsitzenden Prof. Kempf (ab 20. Mai 2016, bis 20. Mai 2016 Dr. Düttmann) neunmal (sieben Präsenztreffen, zwei Telefonkonferenzen). Die Sitzungsteilnahme betrug durchschnittlich 97 Prozent, die niedrigste Teilnahmequote lag im Einzelfall bei mindestens 89 Prozent. Das Audit Committee beschäftigte sich mit dem Geschäftsverlauf, der Ertrags- und Finanzlage sowie mit anstehenden Investitionen der Gruppe und den Quartalsabschlüssen. Weitere Schwerpunkte betrafen Fragen zur Rechnungslegung und Bewertung einschließlich Zwischenberichterstattung, das interne Kontrollsystem, das Internal Audit, das Risikomanagement sowie die Themen Corporate Governance und Integrity.

Der Personalausschuss hat sich in fünf Präsenzsitzungen und einer Telefonkonferenz intensiv mit dem Vergütungssystem für die Vorstandsmitglieder befasst und das bestehende System auf der Grundlage des Vorstandsvergütungsgesetzes weiterentwickelt. Die Leitung liegt bei Ralf Klein-Bölting (seit 25. August 2016, bis 25. August 2016 Dr. Mahler). Die Details sind im Vergütungsbericht im Kapitel 4.6 des Konzernlageberichts erläutert. Eingehend erörtert wurden die Systeme und Fortschritte im Bereich der Personalentwicklungsarbeit inklusive der Potenzialeinschätzung von Führungs- und Nachwuchskräften. Breiten Raum hat die Auswahl eines geeigneten Nachfolgers für Matthias Hartmann eingenommen. In einem mehrstufigen Prozess wurden mehrere Kandidaten im Personalausschuss besprochen. Dieser Auswahlprozess ist abgeschlossen. In der Sitzung des Aufsichtsrats am 10. März 2017 erfolgte die Bestellung des neuen CEO, Herrn Peter Feld.

Der Präsidialausschuss wird von Ralf Klein-Bölting geleitet (seit 25. August 2016, bis 25. August 2016 Dr. Mahler). Er kam im vergangenen Jahr zu vier Präsenztreffen und drei Telefonkonferenzen zusammen. Die Teilnahmequote betrug 100 Prozent. Darüber hinaus fanden mehrere Gespräche zwischen dem Vorsitzenden und einzelnen Mitgliedern statt. Ziel war die Vorbereitung der Aufsichtsratssitzungen, wobei es vor allem um folgende Themen ging: Umsetzung der Unternehmensstrategie, Performance Task Force, Budget 2017 und Compliance sowie das Übernahmeangebot der Acceleratio Capital N.V.

Der Nominierungsausschuss tagte im Geschäftsjahr 2016 nicht.

JAHRESABSCHLUSS UND KONZERNABSCHLUSS

Sowohl der vom Vorstand nach den Regeln des Handelsgesetzbuchs (HGB) aufgestellte Jahresabschluss als auch der Lagebericht der GfK SE und der nach den International Financial Reporting Standards (IFRS) aufgestellte Konzernabschluss und Konzernlagebericht für das Geschäftsjahr 2016 wurden unter Einbeziehung der Buchführung von der KPMG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft geprüft und mit dem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehen. Allen Aufsichtsratsmitgliedern wurden die Prüfungsberichte rechtzeitig zugestellt. Der Aufsichtsrat hat sich von der Unabhängigkeit des Abschlussprüfers und der für den Abschlussprüfer handelnden Personen überzeugt. Alle Aufsichtsratsmitglieder haben die Abschlussunterlagen und die Prüfungsberichte pflichtgemäß selbst geprüft.

Das Audit Committee hat in seiner Sitzung vom 9. März 2017 die Ergebnisse seiner Prüfung erörtert und dem Gesamtaufichtsrat in der Bilanzsitzung vom 10. März 2017 hierüber berichtet.

BREITEN RAUM HAT DIE AUSWAHL EINES GEEIGNETEN
NACHFOLGERS FÜR MATTHIAS HARTMANN EINGENOMMEN.
IN EINEM MEHRSTUFIGEN PROZESS WURDEN MEHRERE
KANDIDATEN IM PERSONALAUSSCHUSS BESPROCHEN.

An beiden Sitzungen nahmen die den Jahres- und Konzernabschluss unterzeichnenden Wirtschaftsprüfer teil. Sie berichteten über die Prüfung insgesamt und über die in der Prüfungsplanung festgelegten Prüfungsschwerpunkte. Darüber hinaus beantworteten sie die Fragen der Mitglieder des Audit Committee und des Aufsichtsrats eingehend. Der Aufsichtsrat nahm die Prüfungsberichte zustimmend zur Kenntnis und billigte nach eigener Prüfung den vom Vorstand aufgestellten Jahresabschluss sowie den Konzernabschluss. Damit sind diese festgestellt. Unter Berücksichtigung der derzeitigen und zu erwartenden finanziellen Situation des Konzerns und der Aktionärsinteressen hat der Aufsichtsrat den Vorschlag des Vorstands zur Verwendung des Bilanzgewinns geprüft, für ausgewogen befunden und sich ihm angeschlossen.

Ferner hat der Aufsichtsrat den vom Vorstand aufgestellten Bericht über Beziehungen zu verbundenen Unternehmen im Geschäftsjahr 2016 eigenverantwortlich entsprechend § 312 Abs. 1 AktG geprüft und mit dem Vorstand und dem Abschlussprüfer, der auch Prüfer des Berichts ist, umfassend erörtert. Der Abschlussprüfer hat über die wesentlichen Punkte seiner Prüfung ausführlich berichtet. Dabei hat sich der Aufsichtsrat eingehend mit dem Bericht über die Prüfung des Berichts durch den Abschlussprüfer befasst. Die Erörterung hat keine Anhaltspunkte für Einwendungen ergeben.

Der Abschlussprüfer hat folgenden Bestätigungsvermerk zum Bericht erteilt:

„Nach unserer pflichtgemäßen Prüfung und Beurteilung bestätigen wir, dass

1. die tatsächlichen Angaben des Berichts richtig sind,
2. bei den im Bericht aufgeführten Rechtsgeschäften die Leistung der Gesellschaft nicht unangemessen hoch war.“

Nach dem abschließenden Ergebnis der umfassenden Prüfung des Berichts durch den Aufsichtsrat erklärt der Aufsichtsrat, dass Einwendungen gegen die Erklärung des Vorstands am Schluss des Berichts über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen im Geschäftsjahr 2016 (Schlussklärung nach § 312 Abs. 3 Satz 1 AktG) nicht zu erheben sind (§ 314 Abs. 3 AktG).

Nürnberg, den 10. März 2017



RALF KLEIN-BÖLTING

DER

AUFSICHTSRAT

RALF KLEIN-BÖLTING

(Mitglied seit 20. Mai 2016,
Vorsitzender seit 13. September 2016)

DR. ARNO MAHLERT

(Mitglied und Vorsitzender bis 12. September 2016)

SANDRA HOFSTETTER

(Stellvertretende Vorsitzende seit 20. Mai 2016)

DR. BERNHARD DÜTTMANN

(Mitglied und Stellvertretender Vorsitzender bis 20. Mai 2016)

DR. WOLFGANG C. BERNDT

(bis 20. Mai 2016)

HANS VAN BYLEN

(bis 30. April 2016)

PETER GOLDSCHMIDT

(seit 2. Dezember 2016)

MARTINA HEŘMANSKÁ

PROF. DIETER KEMPF

(seit 20. Mai 2016)

ALIZA KNOX

STEPHAN LINDEMAN

JACKIE MEGAHEY

(seit 1. September 2016)

BRUNO PIACENZA

(seit 20. Mai 2016)

HAUKE STARS

(bis 20. Mai 2016)

DIETER WILBOIS

(bis 31. August 2016)

PROF. DR. RAIMUND WILDNER

(seit 20. Mai 2016)

AUDIT COMMITTEE

Prof. Dieter Kempf
(Mitglied und Vorsitzender
seit 20. Mai 2016)

Ralf Klein-Bölting
(seit 25. August 2016)

Stephan Lindeman

Prof. Dr. Raimund Wildner
(seit 20. Mai 2016)

Dr. Bernhard Düttmann
(Mitglied und Vorsitzender
bis 20. Mai 2016)

Dr. Wolfgang C. Berndt
(bis 20. Mai 2016)

Dr. Arno Mahlert
(bis 25. August 2016)

PERSONALAUSSCHUSS

Ralf Klein-Bölting
(Mitglied seit 20. Mai 2016,
Vorsitzender seit
25. August 2016)

Sandra Hofstetter

Bruno Piacenza
(seit 20. Mai 2016)

Prof. Dr. Raimund Wildner
(seit 25. August 2016)

Dr. Arno Mahlert
(Mitglied bis 25. August
2016, Vorsitzender vom
20. Mai 2016 bis
25. August 2016)

Hans Van Bylen
(bis 30. April 2016)

Dr. Wolfgang C. Berndt
(Mitglied und Vorsitzender
bis 20. Mai 2016)

NOMINIERUNGS-AUSSCHUSS

Ralf Klein-Bölting
(Mitglied und Vorsitzender
seit 25. August 2016)

Prof. Dieter Kempf
(seit 20. Mai 2016)

Bruno Piacenza
(seit 20. Mai 2016)

Prof. Dr. Raimund Wildner
(seit 20. Mai 2016)

Dr. Arno Mahlert
(Mitglied und Vorsitzender
bis 25. August 2016)

Dr. Wolfgang C. Berndt
(bis 20. Mai 2016)

Dr. Bernhard Düttmann
(bis 20. Mai 2016)

Hauke Stars
(bis 20. Mai 2016)

PRÄSIDENTIALAUSSCHUSS

Ralf Klein-Bölting
(Mitglied seit 20. Mai 2016,
Vorsitzender seit
25. August 2016)

Prof. Dieter Kempf
(seit 20. Mai 2016)

Sandra Hofstetter
(seit 20. Mai 2016)

Bruno Piacenza
(seit 25. August 2016)

Dr. Arno Mahlert
(Mitglied und Vorsitzender
bis 25. August 2016)

Dr. Bernhard Düttmann
(bis 20. Mai 2016)

Hauke Stars
(bis 20. Mai 2016)

Dieter Wilbois
(bis 20. Mai 2016)

Dr. Wolfgang C. Berndt
(bis 20. Mai 2016)

BRIEF AN DIE AKTIONÄRE



DR. GERHARD HAUSRUCKINGER
Sprecher des Vorstands und CCO

Sehr geehrte Damen und Herren,

2016 war ein schwieriges Jahr für GfK. Gleichzeitig konnten wir wichtige Weichen für eine erfolgreiche Zukunft des Unternehmens stellen.

Die Aufstellung unseres Unternehmens haben wir entsprechend den Marktanforderungen zu Jahresbeginn 2016 weiterentwickelt, um unserem Ziel „One GfK: One Industry, One Region und One Operations“ näher zu kommen. Hierbei spielte die Einführung einer Einheit „Operations“ mit einer dedizierten Vorstandsverantwortung eine wichtige Rolle. Und auch in Deutschland, unserem größten Markt weltweit, führen wir unser Geschäft seit April 2016 in einer integrierten Organisation.

Ein Schwerpunkt lag im Bereich der digitalen Innovation. Durch ein einheitliches Panel-Management, die Optimierung der Verarbeitung von Daten aus der Nutzung mobiler Endgeräte und die Konzentration auf globale Service Center und standardisierte Data-Center-Plattformen sollen zusätzliche Wertbeiträge geschaffen werden. Unsere neuen Software-Applikationen wie Retail Scout oder Crossmedia Visualizer nutzen fortschrittliche und leistungsfähige Web-Technologien. Damit bieten wir unseren Kunden noch schnellere und interaktivere Analyseergebnisse.

Wichtige Großprojekte haben wir neu ausgerichtet und uns durch gezielte Zukäufe im digitalen Bereich weiter verstärkt. Gleichzeitig haben wir weniger zukunftssträchtige Aktivitäten reduziert.

Dennoch: Die wirtschaftliche Entwicklung unseres Unternehmens war nicht zufriedenstellend.

Beim Umsatz verzeichnen wir für 2016 einen Rückgang um insgesamt 3,9 Prozent. Zusätzlich zum organischen Umsatzrückgang von 1,7 Prozent wirkten Währungseffekte mit 1,6 Prozent negativ. Wir gehen davon aus, dass wir im weltweiten Markt Anteile verloren haben.

Im Sektor Consumer Experiences lag 2016 der Fokus darauf, die Abläufe zu straffen und die Kundenorientierung zu stärken. In einem wie erwartet herausfordernden Marktumfeld lag die Entwicklung mit einem organischen Umsatzrückgang um 6,4 Prozent und einer Marge in Höhe von 6,7 Prozent unter unseren Erwartungen.

DIE AUFSTELLUNG UNSERES UNTERNEHMENS
HABEN WIR ENTSPRECHEND DEN MARKTANFORDERUNGEN
ZU JAHRESBEGINN 2016 WEITERENTWICKELT, UM
UNSEREM ZIEL „ONE GfK, ONE INDUSTRY, ONE REGION UND
ONE OPERATIONS“ NÄHER ZU KOMMEN.

Im Sektor Consumer Choices sollte ein deutliches Umsatzwachstum erreicht und der Umsatzanteil, bezogen auf den Gruppenumsatz, weiter erhöht werden. Die Marge sollte sich gegenüber dem Vorjahr verbessern. Insgesamt lag hier bei einer organischen Umsatzentwicklung von +4,1 Prozent die Marge mit 16,8 Prozent deutlich unter unseren Erwartungen. Maßgeblich hierfür waren vor allem die noch andauernden Schwierigkeiten bei den beiden Fernsehforschungsaufträgen in Brasilien und im Königreich Saudi-Arabien sowie Verzögerungen bei den Wachstumsinitiativen. Insgesamt verzeichnet der Markt weiterhin Rückgänge in der „traditionellen“ Marktforschung. Beratungsorientierte Unternehmen sowie die Bereiche Online-Forschung und Software wuchsen hingegen. Dieser Entwicklung entsprechend arbeiten wir wie bereits in den Vorjahren daran, unser Produkt- und Leistungsportfolio weiterzuentwickeln und bestehende Produkte zu verbessern. Dabei fokussieren wir uns nach wie vor auf digitale Produkte und Lösungen.

So bauten wir beispielsweise im Sektor Consumer Experiences durch den Kauf von Netquest Anfang des Jahres 2016 unsere Online-Panels und unsere technologischen Plattformen für die Erhebung und Bereitstellung von Daten konsequent weiter aus. Netquest ist ein führender Anbieter von hoch qualifizierten, geräteübergreifenden digitalen Panels und verhaltensbezogenen Daten. Diese Akquisition umfasste auch die Tochtergesellschaft Wakoopa, die führend im Bereich der passiven geräteübergreifenden Messtechnologie ist. Netquest ist derzeit insbesondere auf der iberischen Halbinsel und in Lateinamerika aktiv. Wir treiben die Expansion in weitere wichtige Märkte intensiv voran.

Einen weiteren vielversprechenden Ansatz haben wir 2016 intensiv vorbereitet und vor Kurzem, im Februar 2017, auf den Markt gebracht: SUPERCRUNCH by GfK bietet Kunden eine ganz neue Art automatisierter und benutzerdefinierter Analysen. Damit können schnell und kosteneffizient zentrale Marketingfragen gelöst werden. Basis dafür sind Daten der jeweiligen Kunden, von GfK und aus Drittquellen, die miteinander verknüpft und mithilfe intelligenter Analysetechnologien ausgewertet werden. Zusätzlich zum bisherigen Kernangebot unseres Unternehmens richtet sich bei SUPERCRUNCH by GfK der Fokus vollständig auf die Datenanalyse und ihre technische Implementierung in Entscheidungssystemen bei unseren Kunden, nicht auf die Datenerhebung.

Weniger zukunftssträchtige Aktivitäten haben wir reduziert. Im zweiten Quartal 2016 haben wir beispielsweise den Verkauf der weltweiten Marktforschungsaktivitäten im Bereich Pflanzenschutz und Tiergesundheit abgeschlossen. Sie waren dem Sektor Consumer Choices zugeordnet.

Im vorigen Geschäftsjahr hatten wir unsere Konzernstruktur bereits deutlich vereinfacht, indem wir die Überkreuzbeteiligung mit dem amerikanischen Marktforscher The NPD Group beendet und durch eine vertragliche strategische Partnerschaft ersetzt haben. Seitdem ist der Anteil am Konzerngewinn, der Minderheitsaktionären zusteht, stark zurückgegangen. Eine weitere Vereinfachung der Konzernstruktur wird durch die Zusammenlegung von Gesellschaften möglich. Dadurch steigern wir die Effizienz. Hier sind wir 2016 gut vorangekommen und führen diese Schritte konsequent fort.

Unsere Systeme für Business- und Finanzinformationen haben wir weiter optimiert und standardisiert. Dabei haben wir sowohl Systeme in weiteren Teilen unseres Geschäfts implementiert als auch entsprechend den Veränderungen in unserer geschäftlichen Aufstellung angepasst. Im Jahr 2016 haben wir beispielsweise in zusätzlichen zehn Ländern (vor allem in der Region Asien und Pazifik) Programme eingeführt mit dem Ziel, unsere Prozesse und die Berichterstattung zu vereinheitlichen und zu steuern. In Lateinamerika und weiteren Ländern haben wir die Einführung für 2017 vorbereitet. Damit decken wir zurzeit 83 Prozent des Umsatzes mit unserem neuen System ab. Das erhöht die Transparenz und ermöglicht eine bessere Steuerung unserer Projekte und Prozesse.

Eine wesentliche Weichenstellung für die Zukunft unseres Unternehmens wurde Ende des Jahres mit dem freiwilligen öffentlichen Übernahmeangebot von Acceleratio Capital N.V., einer Holdinggesellschaft im Besitz von Fonds, die durch Kohlberg Kravis Roberts & Co. L.P. beraten werden, erreicht.

DIE TRANSAKTION MIT KKR IST AUS UNSERER PERSPEKTIVE
IM BESTEN INTERESSE DES UNTERNEHMENS DER
AKTIONÄRE, MITARBEITER UND KUNDEN. DAHER FREUEN
WIR UNS SEHR, DASS VIELE AKTIONÄRE DAS ANGEBOT
VON KKR ANGENOMMEN HABEN.

Während unserer intensiven Arbeit an der Transformation von GfK in den letzten Jahren haben wir zusammen mit dem Aufsichtsrat gleichzeitig auch zusätzliche strategische Optionen untersucht. Die Transaktion mit KKR ist aus unserer Perspektive im besten Interesse des Unternehmens, der Aktionäre, Mitarbeiter und Kunden. Daher freuen wir uns sehr, dass viele Aktionäre das Angebot von KKR angenommen haben. Damit haben wir starke Partner an unserer Seite, um unsere Wachstumsstrategie konsequent und schnell umzusetzen. Gemeinsam werden wir GfK fit für die Zukunft machen und unseren Kunden herausragende Produkte und Lösungen bieten.

Auch das Jahr 2017 wird von einer herausfordernden Wettbewerbssituation geprägt sein. Derzeit gehen wir von einer im Vergleich zum Vorjahr leicht ansteigenden Investitionssumme für Erweiterungs- und Ersatzinvestitionen aus. Bei Firmenübernahmen werden wir weiter mit Augenmaß vorgehen und die sich bietenden Möglichkeiten sorgfältig prüfen. Interessant sind für uns vor allem technologiegetriebene und datenzentrierte Unternehmen, die uns schnell Mehrwert bieten.

Im Sektor Consumer Experiences richten wir den Fokus auf die Optimierung und Vereinfachung unserer Abläufe und unseres Produktportfolios. Das Marktumfeld im Ad-hoc-Geschäft wird auch 2017 herausfordernd sein. Vor diesem Hintergrund rechnen wir mit leicht sinkenden Umsätzen und einer Marge auf Vorjahresniveau.

Im Sektor Consumer Choices sollen Wachstums- und Margenpotenziale konsequent genutzt werden. Das Point of Sales Measurement als Stammgeschäft wird weiter durch neue Produktkategorien und Services ausgebaut und durch moderne Online-Auswertungsmöglichkeiten ergänzt. Wir erwarten, dass Consumer Choices moderat wachsen wird. Die Marge sollte sich gegenüber dem Vorjahr verbessern, sofern die anhaltenden Anlaufprobleme bei den beiden Fernsehforschungsprojekten in Brasilien und im Königreich Saudi-Arabien überwunden werden können. Sollten diese Verzögerungen andauern, könnte dies zu Umsatzeinbußen und zusammen mit möglichen Wertberichtigungen auch zu einem Rückgang des angepassten operativen Ergebnisses führen.

IM NAMEN DES VORSTANDS DANKE ICH UNSEREN MEHR ALS
13.000 MITARBEITERINNEN UND MITARBEITERN,
DIE DIE UMFASSENDEN VERÄNDERUNGEN MIT HOHEM EINSATZ
MITTRAGEN UND MITGESTALTEN.

Für 2017 erwartet die Gruppe, in Abhängigkeit von den genannten Anlaufschwierigkeiten, eine leicht über Vorjahr liegende Umsatzentwicklung und eine AOI-Marge (angepasstes operatives Ergebnis zu Umsatz) auf Vorjahresniveau.

Im Namen des Vorstands danke ich unseren mehr als 13.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, die die umfassenden Veränderungen mit hohem Einsatz mittragen und mitgestalten. Sie sind es, die die Bedürfnisse und Aktivitäten der Konsumenten analysieren und mit ihrem Wissen, ihrer Expertise und Leidenschaft unseren Kunden dabei helfen, aktuelle und zukünftige Herausforderungen zu meistern.

Auch unseren Aktionären und dem Aufsichtsrat danke ich im Namen des Vorstands für das Vertrauen und die Unterstützung, die Sie uns in herausfordernden Zeiten entgegenbringen.

Ihr



DR. GERHARD HAUSRUCKINGER

DER VORSTAND



DR. GERHARD HAUSRUCKINGER

Vorstandsmitglied (CCO)

Seit 1. September 2016 zusätzlich
Sprecher des Vorstands



DAVID KRAJICEK

Vorstandsmitglied (CCO)

VERÄNDERUNGEN IM VORSTAND DER GfK SE

David Krajicek und Alessandra Cama sind seit 1. Januar 2016 Vorstandsmitglieder.

Matthias Hartmann war bis zum 31. August 2016 Vorstandsvorsitzender und schied zum 31. Dezember 2016 aus dem Vorstand aus.

Dr. Gerhard Hausruckinger ist zusätzlich zu seiner Aufgabe als Vorstandsmitglied seit dem 1. September 2016 Sprecher des Vorstands.



ALESSANDRA CAMA

Vorstandsmitglied (COO)



MATTHIAS HARTMANN

Vorstandsmitglied bis 31. Dezember 2016

Bis 31. August 2016
Vorstandsvorsitzender (CEO)



CHRISTIAN DIEDRICH

Finanzvorstand (CFO)

DER VORSTAND

DR. GERHARD HAUSRÜCKINGER

Geboren 1961

Seit 1. September 2016 zusätzlich zu seiner Aufgabe als Chief Commercial Officer (CCO) des Sektors Consumer Choices Sprecher des Vorstands der GfK SE und verantwortlich für die Unternehmensfunktion Strategy and Innovation.

Beruflicher Werdegang

Seit 1. September 2016
Sprecher des Vorstands der GfK SE, Nürnberg

Seit 2010
Mitglied des Vorstands der GfK SE, Nürnberg, Bestellung bis 2018

2008–2010
Vorsitzender der Geschäftsführung (CEO) der Emnos GmbH, München

2006–2008
Leiter des Handelssegments sowie Verantwortung für das Management Consulting im Sektor Products bei Accenture, Kronberg

1994–2005
Berater bei Roland Berger Strategy Consultants im Bereich Handel und Konsumgüter, seit 2000 Partner, London und München

1992–1994
Projektmanager Unternehmensplanung bei der Karstadt AG, Essen

Ausbildung

1992
Promotion an der Universität Regensburg

1988
Studienabschluss als Diplom-Kaufmann an der Universität Regensburg

DAVID KRAJICEK

Geboren 1965

Vorstandsmitglied (CCO), verantwortlich für den Sektor Consumer Experiences und seit dem 1. September 2016 auch für die Unternehmensfunktion Marketing and Communications.

Beruflicher Werdegang

Seit 1. Januar 2016
Mitglied des Vorstands der GfK SE, Nürnberg, Bestellung bis 2018

2012–2015
Regional Chief Operating Officer (COO), GfK Consumer Experiences North America

2010–2011
Co-Präsident bei GfK Custom Research North America

2009–2010
Geschäftsführer, GfK Business and Technology North America

2004–2009
Executive Vice President, GfK Brand & Communications North America

1995–2003
Senior Vice President, Arbor, Philadelphia, USA (2004 von GfK übernommen)

1992–1994
Marketing Director, Southern California Edison, Los Angeles, USA

1990–1992
Senior Consultant, The North Bay Group, San Francisco, USA

Ausbildung

1996
Dokortitel in Kognitiver Psychologie der Claremont Graduate University, Claremont, USA

1987
Abschluss in Psychologie an der University of California, San Diego, USA

ALESSANDRA CAMA

Geboren 1967

Vorstandsmitglied (COO), verantwortlich für Operations und seit dem 1. September 2016 auch für die Unternehmensfunktion IT (Strategy, Enterprise Applications, Infrastructure).

Beruflicher Werdegang

Seit 1. Januar 2016

Mitglied des Vorstands der GfK SE, Nürnberg, Bestellung bis 2018

2014–2015

Regional Chief Operating Officer Consumer Choices (COO) bei GfK Asien und Pazifik, Singapur

2011–2013

Geschäftsführerin GfK Consumer Panel Services Deutschland; Global Client Lead Consumer Goods & Retail, GfK Consumer Experiences, Nürnberg

2001–2011

Verschiedene Managerfunktionen bei Roland Berger Strategy Consultants, München

2000–2001

Senior Manager bei Adcore Strategy GmbH, München

1997–2000

Verschiedene Managerfunktionen bei Roland Berger Strategy Consultants, München

1995–1997

Marketing Manager, Barilla Deutschland GmbH, Köln

1990–1995

Verschiedene Funktionen im Produktmanagement bei Unilever Italia, Rom, Italien

1990

Marketing Trainee bei Johnson & Johnson Italia, Rom, Italien

Ausbildung

1989

Abschluss in Betriebswirtschaftslehre an der L.U.I.S.S., Rom, Italien

1985

Abschluss am Liceo Scientifico Leonardo da Vinci, Reggio Calabria, Italien

MATTHIAS HARTMANN

Geboren 1966

Ab 1. September 2016 bis 31. Dezember 2016 Vorstandsmitglied. Bis 31. August 2016 Vorstandsvorsitzender (CEO), verantwortlich für die Unternehmensfunktionen Strategy and Innovation, IT (Strategie, Enterprise Applications, Infrastructure), Human Resources (einschließlich Führungskräfteentwicklung und Kompensation), Integrity, Compliance and Intellectual Property, Internal Audit, Investor Relations und Marketing and Communications.

Beruflicher Werdegang

2011–2016

Mitglied des Vorstands der GfK SE, Nürnberg

1. Dezember 2011 bis 31. August 2016

CEO der GfK SE, Nürnberg

2010–2011

Global Head of Strategy and Industries, IBM Global Business Services, New York, USA

2005–2009

General Manager und Managing Director IBM Deutschland GmbH und General Manager der IBM Global Business Services in Deutschland

2004–2005

Vice President, IBM Corporate Strategy, USA

2003–2004

Vice President bei IBM Strategy & Change Consulting, zuständig für Europa, den Nahen Osten und Afrika (EMEA)

2002–2004

Leiter der Strategie- und Managementberatung der IBM in Europa, dem Nahen Osten und Afrika

2002

Globale Verantwortung für das Change Management und die Kommunikation während der Integration von PricewaterhouseCoopers Consulting (PwCC)

1993–2002

Verschiedene Funktionen bei der IBM Unternehmensberatung GmbH (UBG), Frankfurt und Hamburg, ab 2000 als Geschäftsführer

1988–1993

Verschiedene Funktionen bei IBM in Deutschland, USA, Belgien und Irland

Ausbildung

1988

Studienabschluss als Diplom-Betriebswirt BA mit Schwerpunkt Informationstechnologie an der Berufsakademie Stuttgart, Deutschland

CHRISTIAN DIEDRICH

Geboren 1958

Finanzvorstand (CFO), verantwortlich für die Unternehmensfunktionen Corporate Finance, Corporate Development, Group Controlling, Treasury, Legal, Central Services, Procurement, Sector Finance und Regional Finance. Ab 1. September 2016 zusätzlich verantwortlich für die Unternehmensfunktionen Human Resources (einschließlich Führungskräfte-Entwicklung und Kompensation), Internal Audit und Investor Relations.

Beruflicher Werdegang

Seit 2014

Mitglied des Vorstands der GfK SE, Bestellung bis 2017

2012–2014

Vice President International Corporate Development, IBM Corporation, Schanghai, China

2012

Vice President International M&A Strategy, IBM Corporation, Armonk, USA

2009–2012

Vice President Finance, CFO, IBM Nordosteuropa, Zürich, Schweiz

2005–2008

Geschäftsführer, Vice President Finance, CFO, IBM Deutschland

2002–2005

Director of Financial Operations, IBM Europa, Naher Osten, Afrika, Paris, Frankreich

1998–2002

CFO IBM Global Services, IBM Deutschland, Central Region

1996–1998

Verschiedene Aufgaben im Finanzbereich, IBM Europa, Naher Osten, Afrika, Paris, Frankreich

1993–1996

Verschiedene Aufgaben im Finanzbereich, IBM Deutschland Informationssysteme

1984–1993

Verschiedene Aufgaben im Finanzbereich, IBM Deutschland Entwicklung, Böblingen

Ausbildung

1984

Studienabschluss als Diplom-Ingenieur (Wirtschaftsingenieurwesen; Schwerpunkte: Investition und Finanzierung, Logistik) an der Technischen Universität Berlin

1983

Master of Science in Management (MBA) an der Sloan School of Management, MIT, Cambridge, Massachusetts, USA

HIGHLIGHTS 2016

Q1

JANUAR

Starker Jahresauftakt für Automotive

Unsere Teams in China, Brasilien und Italien gewinnen verschiedene Studienaufträge unter anderem im Bereich Mystery Shopping.



GfK schließt Vertrag über Radioforschung in Neuseeland

Die Radio Broadcasters Association (RBA) beauftragt GfK, die offizielle Radiostudie in Neuseeland durchzuführen. Ab diesem Jahr liefert GfK damit die Währung für Reichweiten im neuseeländischen Radio. Der Vertrag hat eine Laufzeit bis Ende 2020.

Neue integrierte Aufstellung stärkt Kundenorientierung in Deutschland

GfK stellt die Deutschland-Organisation mit Wirkung zum 1. April neu auf. Das bisher in zwei separaten Einheiten geführte Geschäft wird integriert. Damit kann GfK sein Leistungsangebot in Deutschland noch ganzheitlicher anbieten. Die Operations-Aktivitäten der beiden Sektoren werden in einer schlagkräftigeren Einheit zusammengeführt. Die Leitung des Deutschland-Geschäfts übernimmt Michael Müller.



GfK liefert TV-Reichweitendaten in Saudi-Arabien

Im Auftrag der SAUDI MEDIA MEASUREMENT COMPANY (SMMC) hat GfK das erste elektronische System zur Messung der Fernsehreichweiten im Königreich Saudi-Arabien aufgebaut. SMMC erhält von nun an täglich Daten aus den Haushalten des GfK-Panels.

FEBRUAR

Akquisition des führenden digitalen Panel-Spezialisten Netquest verkündet

Am 5. Februar gibt GfK die Akquisition von Netquest, dem führenden Anbieter von Access Panels, bekannt. Dies umfasst auch die Tochtergesellschaft Wakoopa, die führend im Bereich der passiven geräteübergreifenden Messtechnologie ist. Durch die Akquisition kann GfK weltweit hochwertige digitale Panels aus- und aufbauen, GfK Crossmedia Link schneller in Lateinamerika einführen und das Geschäft von Netquest und Wakoopa global ausbauen.

MÄRZ

GfK schließt Vertrag über Radioforschung in Malaysia

Commercial Radio Malaysia (CRM) wählt GfK als offiziellen Forschungspartner einer Radiostudie in Malaysia. GfK liefert damit ab der zweiten Hälfte des Jahres die Währung für Reichweiten im malaysischen Radiomarkt. Der Vertrag läuft bis Ende 2018.

Q2

APRIL

GfK Sozialcharta unterzeichnet

Ziel der GfK Sozialcharta ist es, den respektvollen Umgang miteinander zu stärken. Mit der Unterzeichnung verpflichten sich alle Parteien im Unternehmen, einen fairen Umgang miteinander zu pflegen, offen zu kommunizieren und gute Arbeitsbedingungen auf allen Ebenen und in allen Bereichen und Betrieben zu fördern. Beschäftigte und Dritte werden bei GfK ungeachtet ihres Geschlechts, ihres Alters, ihrer Religion oder Weltanschauung, ihrer sexuellen Identität, ihrer Behinderung oder ethnischen Herkunft gleich behandelt.

Veränderungen im Aufsichtsrat

Mit der ordentlichen Hauptversammlung am 20. Mai ergeben sich Änderungen im Aufsichtsrat der GfK SE: Dr. Wolfgang C. Berndt, Dr. Bernhard Düttmann, Hauke Stars und Hans Van Bylen scheidern aus dem Aufsichtsrat aus. Als Nachfolger werden Prof. Dieter Kempf, ehemaliger Vorsitzender des Vorstands der DATEV eG, die Mitglieder des Präsidiums des GfK Vereins, Ralf Klein-Bölting und Prof. Dr. Raimund Wildner, sowie Bruno Piacenza, Mitglied des Vorstands der Henkel Management AG, gewählt.

JUNI

Großer Auftrag von internationalem Discounter

Das Key Account Management von Consumer Goods & Retail gewinnt in Zusammenarbeit mit dem Mystery Shopping Team von BaCE einen großen Auftrag eines führenden internationalen Discounters.



JULI



GfK spendet für Nürnberger Kinderheim

GfK spendet 30.000 Euro an den Förderverein des Nürnberger Kinder- und Jugendhilfeszentrums Reutersbrunnenstraße. Wie in den letzten Jahren stammt die Spende aus dem Erlös der GfK-Lebkuchendosen und -Weihnachtskarten, deren Motiv von den Kindern- und Jugendlichen gestaltet wurde.

AUGUST

Vorsitzender von Vorstand und Aufsichtsrat kündigen Ausscheiden an

Vorstandsvorsitzender Matthias Hartmann verständigt sich mit dem Aufsichtsrat einvernehmlich darauf, dass er zum Ende des Geschäftsjahres aus dem Vorstand ausscheiden wird. Zudem kündigt Dr. Arno Mahler an, sein Mandat als Aufsichtsratsvorsitzender zum 12. September 2016 niederzulegen.

GfK-Aufsichtsrat wählt Ralf Klein-Bölting zum neuen Vorsitzenden

Der Aufsichtsrat der GfK SE wählt Ralf Klein-Bölting zu seinem neuen Vorsitzenden. Er übernimmt diese Position am 13. September von Dr. Arno Mahler.



OKTOBER

Nürnberger Kohlenhof soll neuer GfK-Hauptsitz werden

Am 14. Oktober wird eine Absichtserklärung unterzeichnet. Darin konkretisiert GfK sein Vorhaben, die Nürnberger Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zukünftig an einem neuen Standort zusammen zu bringen: Es ist geplant, GfK im sogenannten Kohlenhof anzusiedeln. Der Mietvertrag wird im Dezember unterzeichnet.



NOVEMBER

GfK und SKO gewinnen den Tony Twyman Award auf der asi Radio and Television & Video Conference

Im November findet die jährliche asi in Budapest statt. GfK und SKO (der Anbieter für Fernseh-Reichweitenmessung in den Niederlanden) gewinnen den Tony Twyman Award 2016 für das beste Paper „Keeping track of OTT viewing now and in the future in the Netherlands“.

DEZEMBER

GfK und KKR unterzeichnen Investorenvereinbarung zur Unterstützung der langfristigen Wachstumsstrategie von GfK

GfK SE und Acceleratio Capital N.V., eine Holdinggesellschaft im Besitz von Fonds, die durch Kohlberg Kravis Roberts & Co. L.P. (gemeinsam mit verbundenen Unternehmen, „KKR“) beraten werden, unterzeichnen eine Investorenvereinbarung, auf deren Grundlage KKR ein freiwilliges öffentliches Übernahmeangebot für alle ausstehenden, öffentlich gehandelten Aktien von GfK für 43,50 Euro pro Aktie in bar unterbreiten wird. Das Angebot von KKR wird noch vor Weihnachten veröffentlicht.

DIE AKTIE

Die GfK-Aktie startete mit 30 Euro in das Börsenjahr 2016. Im Performancevergleich mit dem SDAX lag sie in den ersten beiden Monaten etwas zurück. Danach schnitt die GfK-Aktie deutlich besser ab als der Vergleichsindex. Mitte August enttäuschte die Veröffentlichung des Halbjahresergebnisses, und die Kursentwicklung lag danach und bis zur Veröffentlichung des Übernahmeangebots etwas unter der Indexentwicklung des SDAX.

Am 8. Dezember 2016 hatten GfK SE und Acceleratio Capital N.V. mit Sitz in Amsterdam/Niederlande, eine Holdinggesellschaft im Besitz von Fonds, die durch Kohlberg Kravis Roberts & Co. L.P. („KKR“) beraten werden, nach intensiven Verhandlungen ein sogenanntes Investor Agreement (Investorenvereinbarung) unterzeichnet, das wesentliche Punkte des Übernahmeangebots, insbesondere das wechselseitige Verständnis im Hinblick auf das Übernahmeangebot und seine Umsetzung sowie die zukünftige Organisation der Geschäftstätigkeiten der GfK SE, darlegt. Vorstand und Aufsichtsrat haben das Angebot begrüßt und unterstützen es. Bis zum Jahresende pendelte die Aktie mit geringen Ausschlägen um den Angebotspreis von 43,50 Euro pro Aktie. GfK wurde darüber informiert, dass ihr Mehrheitsaktionär GfK Verein und KKR eine Vereinbarung abgeschlossen haben, wonach der GfK Verein unter anderem Acceleratio Capital N.V. keine Aktien andienen und somit Mehrheitsaktionär von GfK mit einem Anteil von 56,46 Prozent bleiben wird. Diese Gesellschaftervereinbarung tritt nach Kenntnis der Gesellschaft mit dem Vollzug des Übernahmeangebots in Kraft.

Am 21. Dezember 2016 veröffentlichte die Acceleratio Capital N.V. eine Angebotsunterlage für ein freiwilliges öffentliches Übernahmeangebot (Barangebot) für alle nicht von der Acceleratio Capital N.V. gehaltenen Aktien der GfK SE zu einem Preis von 43,50 Euro pro Aktie in bar. Laut der Acceleratio Capital N.V. enthält das Angebot eine Prämie von rund 44 Prozent auf den volumengewichteten Durchschnittspreis der drei Monate vor der Bekanntgabe der Entscheidung zur Abgabe des Angebots. Das Übernahmeangebot unterliegt mehreren in der Angebotsunterlage erläuterten Bedingungen, unter anderem einer Mindestannahmequote von 18,54 Prozent. Der Vollzug der Transaktion bedarf der Zustimmung der in der Angebotsunterlage genannten Kartell- und Investitionskontrollbehörden. Für die Einzelheiten des Angebots wird auf die Angebotsunterlage verwiesen.

Aufsichtsrat und Vorstand veröffentlichten ihre gemeinsame Stellungnahme zur Angebotsunterlage gemäß § 27 Absatz 1 des Wertpapiererwerbs- und Übernahmegesetzes am 30. Dezember 2016, die sie am 29. Dezember 2016 unabhängig voneinander beschlossen hatten; sie ist im Internet unter www.gfk.com/de/investoren/uebersicht-investoren/ abrufbar. In ihrer Stellungnahme haben Vorstand und Aufsichtsrat nach einem sorgfältigen Prüfungsprozess den Aktionären empfohlen, das Angebot anzunehmen. Diese Empfehlung ist in der begründeten Stellungnahme ausführlich erläutert worden, die für die Beurteilung der Angebotsunterlage allein maßgeblich ist. Die Mitglieder von Vorstand und Aufsichtsrat, die persönlich GfK-Aktien halten, haben das Angebot angenommen und ihre Aktien angedient.

Die Frist, während der das Angebot angenommen werden konnte, begann mit der Veröffentlichung der Angebotsunter-

lage am 21. Dezember 2016 und endete am 10. Februar 2017, 24:00 Uhr (Ortszeit Frankfurt am Main)/18:00 Uhr (Ortszeit New York). Innerhalb der Frist wurden 7.052.242 GfK-Aktien, das sind circa 19,32 Prozent des Grundkapitals, der Acceleratio Capital N.V. angedient. Damit ist die Mindestannahmequote in Höhe von 18,54 Prozent erfüllt. Eine weitere Annahmefrist begann am 16. Februar und endete am 1. März, 24:00 Uhr (Ortszeit Frankfurt am Main)/18:00 Uhr (Ortszeit New York). Innerhalb dieser Frist wurden weitere 2.470 Aktien 0,01 Prozent des Grundkapitals) Acceleratio Capital N.V. angedient. Der Bieterin sind darüber hinaus zum Ablauf der weiteren Annahmefrist nach ihrer Auskunft Stimmrechte aus 1.158.665 GfK-Aktien zuzurechnen. Dies entspricht einem Anteil von ca. 3,17 Prozent des Grundkapitals. Darüber hinaus sind der Acceleratio Topco S.à r.l., einer mit der Bieterin gemeinsam handelnden Person, zum Ablauf der weiteren Annahmefrist Stimmrechte aus 2.516.725 GfK-Aktien nach ihrer Auskunft zuzurechnen. Dies entspricht einem Anteil von ca. 6,89 Prozent des Grundkapitals der Stimmrechte der GfK SE. Alle Angebotsbedingungen sind erfüllt.

Weitere Informationen hierzu unter Kapitel 2.1 und im Internet unter www.gfk.com/de/investoren/uebersicht-investoren/ und unter www.acceleratio-angebot.de/deutsch/home.php.

INTENSIVE INVESTOR-RELATIONS-AKTIVITÄTEN

Im Jahr 2016 setzte das Investor-Relations-Team seine global ausgerichtete Kapitalmarktkommunikation fort. Eine Gelegenheit dazu war der neunte Capital Market Day in Frankfurt am Main, den mehr als 40 Analysten und institutionelle Anleger aus Deutschland, Frankreich und Großbritannien zu Gesprächen mit den GfK-Vorständen nutzten.

Im Jahr 2016 führte das Investor-Relations-Team 302 (2015: 312) Einzelgespräche mit Investoren und Analysten. Auch das operative Management verstärkte seinen Austausch mit Investoren. Weitere Gespräche fanden im Rahmen von insgesamt acht Roadshows (2015: sechs) statt, die das GfK-Team in Europa und Nordamerika durchführte. GfK war darüber hinaus bei elf Kapitalmarktkonferenzen in Deutschland, England, Frankreich und Spanien vertreten (2015: 13).

Die Investor-Relations-Arbeit von GfK wurde im Jahr 2016 erneut mit dem Deutschen Investor-Relations-Preis prämiert, der seit 2001 „herausragende Leistungen im IR-Bereich“ auszeichnet. GfK belegte im Segment der SDAX-Unternehmen den dritten Platz.

MARKTKAPITALISIERUNG STEIGT STARK AN

Die Marktkapitalisierung von GfK auf Basis der im Vergleich zum Vorjahr unveränderten Zahl von 36.503.896 Aktien betrug zum Jahresende rund 1,58 Milliarden Euro (2015: 1,13 Milliarden Euro). Durch die gestiegene Marktkapitalisierung verschob sich die Position von GfK im Marktkapitalisierungsranking des SDAX von Platz 24 (2015) auf Platz 14. Das durchschnittliche

Handelsvolumen an den deutschen Börsen lag 2016, beeinflusst durch das Übernahmeangebot, mit rund 26.200 Stück (2015: 9.900 Stück) deutlich über dem Niveau des Vorjahres. Am Tag der Veröffentlichung des Übernahmeangebots lag der Umsatz bei über 740.000 Stück.

Die GfK-Aktie wurde 2016 vor allem an den deutschen Börsen gehandelt. Der Schwerpunkt lag im Xetra-Handel an der Frankfurter Wertpapierbörse mit einem Anteil von 36 Prozent (2015: 20 Prozent). Nach Angaben von Brokern und Bloomberg wurden nur noch etwas mehr als 37 Prozent (Vorjahr: 67 Prozent) des GfK-Aktienhandels außerbörslich im OTC-Handel umgesetzt. Diese deutliche Verbesserung führte auch zu einer besseren Positionierung gemessen am Handelsumsatz im SDAX. Zum Jahresende stand GfK auf Platz 32 (Vorjahr: Platz 49).

Um die Volatilität seiner Aktie zu verringern, hat GfK drei Designated Sponsors. Ende 2016 lag die Volatilität, bedingt durch das Übernahmeangebot, bei 45,0 Prozent und damit über dem Vorjahreswert (27,2 Prozent). Da die Schwankungsbreite des Vergleichswerts des SDAX von 16,8 Prozent im Jahr 2015 auf 17,4 Prozent 2016 nur leicht gestiegen ist, hat sich der Abstand vergrößert.

KONSTANTE COVERAGE

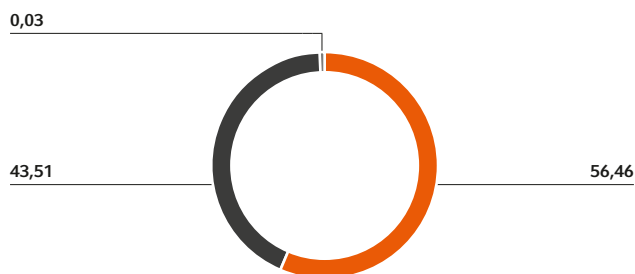
Die Coverage der GfK-Aktie hat sich leicht auf elf Analysten (Vorjahr: zwölf) verringert, liegt aber weiterhin auf einem konstant hohen Niveau. Unsere Aktivitäten zielen darauf ab, internationale und globale Wertpapieranalysen und ein breit gefächertes Research-Angebot zu unterstützen. Zum Jahresende empfahlen vier Analysten die GfK-Aktie zum „Verkauf“, vier stuften sie mit „Halten“ ein, zwei bewerteten ihre Einschätzung als „neutral“ und einer empfahl den „Kauf“. Die Veröffentlichung der gemeinsamen Stellungnahme von Vorstand und Aufsichtsrat zu dem Übernahmeangebot erfolgte am 30. Dezember 2016 und hatte so keinen Einfluss auf die Analystenempfehlungen. Im laufenden Jahr ist das Übernahmeangebot auf überwiegend positive Resonanz gestoßen.

INTERNATIONALE AKTIONÄRSSTRUKTUR

Der Anteil frei handelbarer GfK-Aktien lag zum Jahresende 2016 bei 43,54 Prozent und war damit unverändert gegenüber dem Vorjahr. Zu diesem Zeitpunkt befanden sich 0,03 Prozent der Aktien im Besitz von Vorstand und Aufsichtsrat von GfK. Insgesamt wurden 38,11 Prozent unserer Anteilsscheine von institutionellen und 5,40 Prozent von privaten Investoren gehalten. Der Großaktionär GfK Verein besitzt 56,46 Prozent (Quelle: NASDAQ OMX).

AKTIONÄRSSTRUKTUR DER GfK SE (31.12.2016)

in %

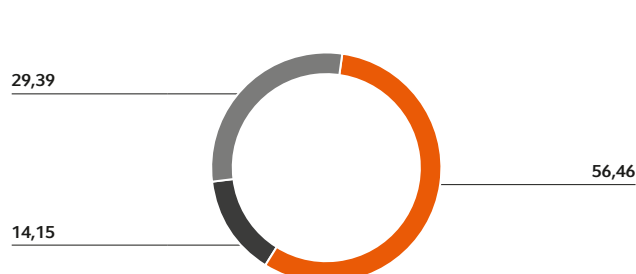


■ GfK Verein ■ Institutionelle und private Investoren ■ Vorstand und Aufsichtsrat

Gesamtzahl der Aktien: 36.503.896
Quelle: eigene Recherche

AKTIONÄRSSTRUKTUR DER GfK SE (3.3.2017)

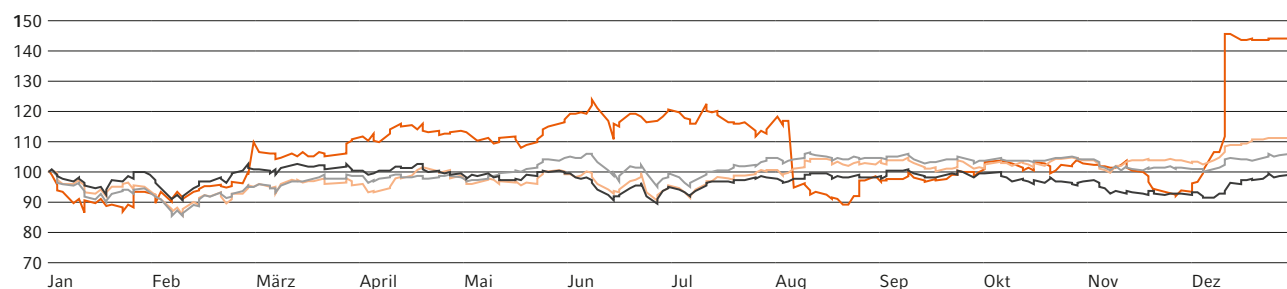
in % (nach Abwicklung des Übernahmeangebots)



■ GfK Verein ■ Streubesitz ■ Acceleratio*

Gesamtzahl der Aktien: 36.503.896
Quelle: eigene Recherche
* Acceleratio Capital N.V. und Acceleratio Topco S.à.r.l.

KURSENTWICKLUNG DER GfK-AKTIE IM VERGLEICH ZU INDIZES GESAMTJAHR 2016¹⁾



■ GfK (Xetra) ■ DAX ■ SDAX ■ DJ Euro Stoxx Media

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

KONZERN- LAGEBERICHT



52
GRUNDLAGEN DES KONZERNS

54
WIRTSCHAFTSBERICHT

73
FORSCHUNG UND ENTWICKLUNG

74
HUMAN RESOURCES

82
ORGANISATION UND
VERWALTUNG

83
ERKLÄRUNG ZUR
UNTERNEHMENSFÜHRUNG
NACH § 289A HGB

83
BESCHAFFUNG

84
UMWELT

84
MARKETING UND
KOMMUNIKATION

85
INTERNES KONTROLLSYSTEM
BEZOGEN AUF DEN KONZERN-
RECHNUNGSLEGUNGSPROZESS

87
CHANCEN- UND
RISIKOBERICHT

98
AUSBLICK

KONZERNLAGEBERICHT

1. GRUNDLAGEN DES KONZERNS

1.1 GESAMTWIRTSCHAFT 2016: ENTSCHLEUNIGTES WACHSTUM

Stagnierender Welthandel, schwache Investitionsneigung und zunehmende politische Unsicherheiten haben die wirtschaftliche Dynamik im vergangenen Jahr deutlich gebremst. Mit 3,3 Prozent sank das weltweite Wirtschaftswachstum auf den niedrigsten Stand seit Ausbruch der Finanzkrise im Jahr 2008.

Als Ursachen machen die Analysten der Weltbank eine Kombination aus schwachem Wachstum, niedrigen Inflationsraten, geringer Investitionsneigung und verhaltenen Produktivitätssteigerungen in den **entwickelten Volkswirtschaften** aus. Hinzu kommen politische Unwägbarkeiten. In der Konsequenz ist das Wachstum in den etablierten Ökonomien auf 1,6 Prozent gesunken (-0,5 Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahr). Begleitet wurde die wirtschaftliche Flaute von einer weiteren Abschwächung des Welthandels.

Die Wirtschaft der **Vereinigten Staaten** hat sich nach einer schwachen ersten Jahreshälfte 2016 erholt und dem Status der Vollbeschäftigung angenähert. In Großbritannien hat eine Binnennachfrage, die stärker ausfiel als erwartet, den befürchteten Schock nach dem Brexit-Votum gemildert. Generell bildete der private Konsum im **Euroraum** eine wichtige Stütze der konjunkturellen Erholung. Ein stetiger Anstieg der Beschäftigung und niedrige Energiepreise führten zu einem Anstieg der real verfügbaren Einkommen. Ganz anders in **Japan**, wo wegen der schwachen Lohnentwicklung auch der private Verbrauch stagnierte und die Konsumentenpreise erneut fielen.

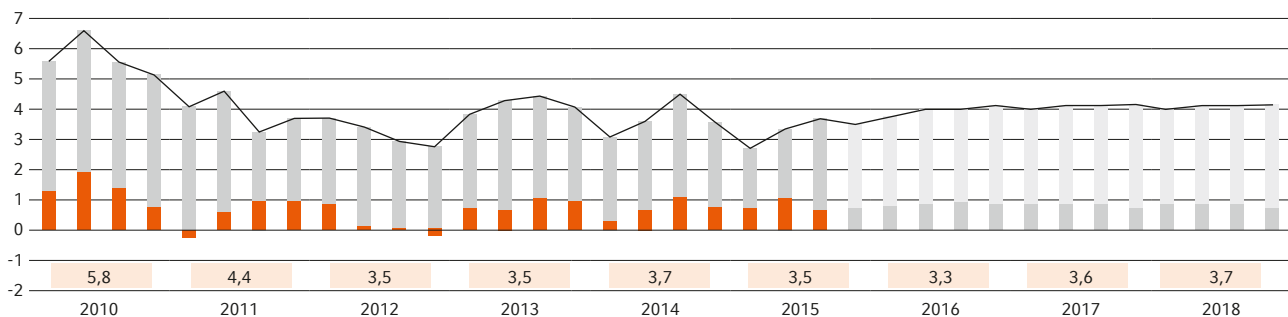
Die **Emerging Markets und Entwicklungsländer** (EMDEs) wuchsen mit einer Rate von durchschnittlich 3,4 Prozent, wobei sich deutliche Unterschiede zwischen rohstoffexportierenden und -importierenden Volkswirtschaften zeigten: Während die Rohstoffexporteure im Schnitt lediglich 0,3 Prozent zulegten, erreichten Rohstoffimporteure durchschnittlich 5,6 Prozent Wirtschaftswachstum – ein Spiegelbild günstiger Rohstoffpreise und robuster Binnennachfrage.

Das Wachstum in **China** fiel dank fortgesetzter politischer Stimuli etwas höher aus als von den meisten Experten prognostiziert. Es hat sich im vergangenen Jahr allerdings weiter verlangsamt. Nach Regierungsangaben betrug die Wachstumsrate 6,7 Prozent, was den niedrigsten Stand seit 1990 bedeutet. Im Jahr 2015 hatte die weltweit zweitgrößte Volkswirtschaft noch ein Wachstum von 6,9 Prozent verzeichnet. Zu Hochzeiten im vergangenen Jahrzehnt waren es zeitweise rund 14 Prozent gewesen. In **Lateinamerika** hingegen verharrten Länder wie Argentinien und Brasilien in einer Rezession. Genauso erging es der Türkei, die nach den politischen Unruhen einen starken Rückgang der Einnahmen aus dem Tourismus zu verkraften hatte.

1.2 MARKTFORSCHUNGSBRANCHE: STABILES WACHSTUM, VOLATILE WÄHRUNGEN

Unseren letztjährigen Branchenausblick hatten wir mit einem skeptischen Blick auf das bevorstehende Jahr und der konfuzianischen Weisheit geschlossen, nach der lediglich derjenige, der nichts von der Zukunft erwarte, von ihr auch nicht enttäuscht werden könne. Zumindest letztere Einschätzung erwies sich als goldrichtig. Entgegen den Erwartungen maßgeblicher Experten wuchs der Umsatz unserer Branche im Jahr 2015 weltweit um stattliche 3,5 Prozent auf 67,9 Milliarden US-Dollar.

WACHSTUM DES REALEN BRUTTOINLANDSPRODUKTS
in %, %-Punkte



— Welt insgesamt ■ Industrieländer ■ Schwellenländer ■ Welt, Jahresdurchschnitt

Quelle: Nationale statistische Ämter; Berechnungen und Prognose des DIW Berlin. (DIW Berlin 2016)

REALES BRUTTOINLANDSPRODUKT, VERBRAUCHERPREISE UND ARBEITSLOSENQUOTE IN DER WELTWIRTSCHAFT
 in %

	Bruttoinlandsprodukt				Verbraucherpreise				Arbeitslosenquote			
	Veränderung gegenüber dem Vorjahr in %				Veränderung gegenüber dem Vorjahr in %				in %			
	2015	2016	2017	2018	2015	2016	2017	2018	2015	2016	2017	2018
Euroraum	1,9	1,6	1,5	1,6	0,0	0,2	1,2	1,3	10,9	10,1	9,6	9,3
ohne Deutschland	2,1	1,5	1,5	1,6	-0,1	0,1	1,1	1,3	13,8	12,8	12,2	11,9
Frankreich	1,2	1,2	1,3	1,5	0,1	0,2	1,2	1,4	10,4	10,1	9,8	9,7
Spanien	3,2	3,2	2,2	2,1	-0,5	-0,4	1,2	1,4	22,1	19,6	17,9	17,0
Italien	0,6	0,8	1,0	1,2	0,1	0,1	1,0	1,0	11,9	11,4	10,9	10,9
Niederlande	2,0	1,9	1,8	1,9	0,2	0,2	1,0	1,1	6,9	6,2	6,2	6,0
Vereinigtes Königreich	2,2	2,0	1,0	1,8	0,0	0,6	2,6	2,0	5,3	5,0	5,5	5,5
USA	2,6	1,6	2,4	2,6	0,1	1,2	1,9	2,0	5,3	4,9	4,5	4,4
Japan	0,6	0,7	0,5	0,5	0,8	-0,3	0,1	0,4	3,4	3,2	3,2	3,2
Südkorea	2,6	2,9	2,6	2,7	0,7	0,9	2,0	2,7	3,6	3,6	3,0	3,0
Mittel- und Osteuropa	3,7	3,0	3,4	3,5	-0,4	-0,3	1,1	1,6	7,3	6,3	5,8	5,4
Türkei	4,0	3,0	2,7	3,1	7,7	7,7	7,6	7,4	10,3	10,7	11,4	11,2
Russland	-3,7	-0,7	1,2	1,9	15,5	6,7	4,5	4,1	5,6	5,6	5,6	5,5
China	6,5	6,5	6,2	5,8	-0,6	0,5	2,5	4,5	4,1	4,1	4,1	4,1
Indien	7,4	7,3	7,0	6,9	1,0	3,3	6,0	6,1	-	-	-	-
Brasilien	-3,9	-3,1	0,4	1,5	9,0	8,5	5,7	5,7	8,3	11,2	12,4	10,6
Mexiko	2,6	1,9	2,2	2,3	2,7	2,7	3,3	3,2	4,4	4,2	4,8	4,8
Industrieländer	2,1	1,6	1,8	2,0	0,2	0,7	1,6	1,6	6,3	5,9	5,6	5,5
Schwellenländer	4,5	4,6	5,0	5,0	2,9	3,0	3,9	4,8	5,3	5,6	5,7	5,5
Welt	3,5	3,3	3,6	3,7	1,7	2,0	2,9	3,5	5,8	5,7	5,7	5,5

Quelle: Nationale statistische Ämter, Berechnungen und Prognose des DIW Berlin. (DIW Berlin 2016)

Allerdings muss diese Zunahme angesichts starker Verschiebungen zwischen den Währungen etwas nüchterner betrachtet werden. Berücksichtigt man Inflations- und Wechselkurseffekte, belief sich die Umsatzsteigerung 2015 auf lediglich 2,2 Prozent. Lateinamerika beispielsweise meldete im zweiten Jahr in Folge ein Wachstum, das 2015 10,7 Prozent erreichte. Rechnet man allerdings Währungseffekte und Inflation heraus, ergibt sich ein Umsatzrückgang von nahezu 20 Prozent. „Wechselkurse spielten in diesem Jahr eine prominente Rolle“, schreiben die Analysten von ESOMAR in ihrem Jahresrückblick (ESOMAR ist mit 4.900 Mitgliedern aus 130 Ländern – darunter auch GfK – die wichtigste Organisation unserer Branche). Auch der afrikanische Markt, der in lokalen Währungen leicht zulegen konnte, meldete nach Umrechnung in US-Dollar einen leichten Umsatzrückgang um 0,5 Prozent.

In **Europa** konnte die Marktforschungsbranche zum ersten Mal seit der Finanzkrise an Umsatz zulegen. Legt man stabile Währungsmaßstäbe an, wuchs der Sektor um 3,3 Prozent gegenüber 2014. Das größte Einzelwachstum war in Bulgarien zu beobachten (+46 Prozent) und dürfte neben stärkerer Nachfrage vor allem der Verfügbarkeit zusätzlicher Marktforschungswerkzeuge zu verdanken sein. Weitere (inflationsbereinigte) Boommärkte waren Slowenien (+10,9 Prozent), Spanien (+8 Prozent), die Niederlande (+6,9 Prozent), die Slowakei (+5,9 Prozent) und die Türkei (+5,6 Prozent). Mit Großbritannien, Deutschland und Frankreich sind die drei stärksten europäischen Märkte gleichzeitig Teil der weltweiten Top 5. Umsatzrückgänge wurden aus Zypern (-22 Prozent), der Schweiz (-12,8 Prozent) und Russland (-13,5 Prozent) gemeldet, wo vor allem eine verstärkte

staatliche Regulierung internationaler Unternehmen und striktere Auflagen zu Patientendaten das Geschäft einschränkten.

Im weltweit größten Markt für Marktforschung, den **Vereinigten Staaten**, wurden 2015 stattliche 3,0 Prozent mehr Gelder für die Erforschung von Konsumentenwünschen ausgegeben. Sie flossen vor allem in die Sektoren Media und Entertainment (21 Prozent der Ausgaben), Pharma (19 Prozent) und Konsumgüter wie Lebensmittel, Getränke und Süßigkeiten (18 Prozent). In der **Asien-Pazifik-Region** hat Myanmar mit einem Plus von 49,7 Prozent ein sensationelles Wachstum erlebt, das auf die Öffnung von Land und Wirtschaft folgte. Der größte Einzelmarkt der Region ist nach wie vor China (2,5 Prozent Wachstum gegenüber Vorjahr), gefolgt von Japan (+1,4 Prozent).

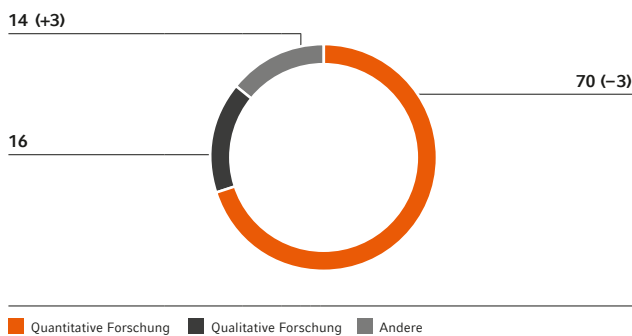
Lateinamerika hatte, wie erwähnt, am meisten unter Inflation und Währungsschwankungen zu leiden. Das nominale Wachstum des argentinischen Marktes von 23,6 Prozent beispielsweise verkehrt sich in ein Minus von 6,5 Prozent, wenn man den Wertverlust der Währung berücksichtigt. Beim Nachbarn Brasilien führte die ökonomische Krise wenig überraschend auch zu einem Rückgang der Marktforschungsausgaben um inflationsbereinigte 13,4 Prozent.

Nach einem Wachstum von 2,6 Prozent im Jahr 2014 rutschte **Afrika** in ein leichtes Minus von 0,5 Prozent im Folgejahr. In Südafrika, dem größten Markt des Kontinents, führten die verstärkte Digitalisierung und die Expansion in neue Sektoren zu Umsatzzuwächsen um 2,3 Prozent. Insgesamt behauptete Afrika seinen Marktanteil von einem Prozent am globalen Marktforschungsbudget.

Bei den **Marktforschungsmethoden** ergaben sich leichte Verschiebungen zuungunsten der quantitativen Forschung. Mit 70 Prozent der Ausgaben stellt sie nichtdestotrotz immer noch das größte Feld der Marktforschung (-3 Prozentpunkte gegenüber 2014). Der Umsatzanteil qualitativer Forschung blieb konstant bei 16 Prozent, während alle übrigen Methoden in Summe von 11 auf 14 Prozent zulegten.

AUSGABEN NACH MARKTFORSCHUNGSMETHODEN 2015

in %



Quelle: ESOMAR Industry Report „Global Market Research 2016“
Veränderungen der Anteile in Prozentpunkten gegenüber 2014 in Klammern.

Der Blick auf die **führenden Marktforschungsunternehmen** zeigt, wie global die Marktführer mittlerweile ihr Geschäft verstehen. Mehr als die Hälfte des Umsatzes erzielen die Top 25 jenseits ihres Heimatmarktes. GfK belegt unverändert den fünften Platz im globalen Ranking.

TOP 10 DER MARKTFORSCHUNGSBRANCHE

Ranking 2015 ¹⁾	Unternehmen ¹⁾	Umsatz 2014 in Mio. US\$ ¹⁾	Umsatz 2015 in Mio. US\$ ¹⁾	Marktanteil in % ²⁾
1	Nielsen Holdings, USA	6.288,0	6.172,0	13,9
2	Kantar, Großbritannien	3.835,0	3.710,0	8,4
3	IMS Health, USA	2.600,0	2.921,0	6,6
4	Ipsos, Frankreich	2.219,9	1.980,9	4,5
5	GfK, Deutschland	1.932,0	1.712,6	3,9
6	Information Resources, USA	954,0	981,0	2,2
7	dunnhumby Ltd., Großbritannien	481,4	970,5	2,2
8	Westat, USA	517,4	509,6	1,1
9	INTAGE Holdings, Japan	415,4	375,7	0,8
10	comScore, USA	325,2	368,8	0,8

1) 2016 AMA Gold Global Top 50 Report veröffentlicht in ESOMAR Industry Report 2016

2) eigene Berechnungen, Marktanteil basierend auf globalen Marktforschungsumsätzen 2015 von 44.350 Mio. US\$ (ESOMAR Industry Report 2016)

2. WIRTSCHAFTSBERICHT

2.1 FREIWILLIGES ÖFFENTLICHES ÜBERNAHMEANGEBOT DER ACCELERATIO CAPITAL N.V.

Die Acceleratio Capital N.V. mit Sitz in Amsterdam/Niederlande, eine Holdinggesellschaft im Besitz von Fonds, die durch Kohlberg Kravis Roberts & Co. L.P. („KKR“) beraten werden, veröffentlichte am 21. Dezember 2016 eine Angebotsunterlage für ein freiwilliges öffentliches Übernahmeangebot (Barangebot) für alle nicht von der Acceleratio Capital N.V. gehaltenen Aktien der GfK SE zu einem Preis von 43,50 Euro pro Aktie in bar. Laut der Acceleratio Capital N.V. enthält das Angebot eine Prämie von rund 44 Prozent auf den volumengewichteten Durchschnittspreis der drei Monate vor der Bekanntgabe der Entscheidung zur Abgabe des Angebots. Das Übernahmeangebot unterliegt mehreren in der Angebotsunterlage erläuterten Bedingungen, unter anderem einer Mindestannahmequote von 18,54 Prozent. Der Vollzug der Transaktion bedarf der Zustimmung der in der Angebotsunterlage genannten Kartell- und Investitionskontrollbehörden.

Der GfK Verein wird nach seinen Angaben keine Aktien andienen und bleibt somit Mehrheitsaktionär von GfK mit einem Anteil von 56,46 Prozent.

Vorstand und Aufsichtsrat veröffentlichten ihre gemeinsame Stellungnahme zur Angebotsunterlage gemäß § 27 Absatz 1 des Wertpapiererwerbs- und Übernahmegesetzes am 30. Dezember 2016, die sie am 29. Dezember 2016 unabhängig voneinander beschlossen hatten; sie ist im Internet unter <http://www.gfk.com/de/investoren/uebersicht-investoren/> abrufbar. In ihrer Stellungnahme haben Vorstand und Aufsichtsrat nach einem sorgfältigen Prüfungsprozess den Aktionären empfohlen, das Angebot anzunehmen. Diese Empfehlung ist in der begründeten Stellungnahme ausführlich erläutert worden. Es wird ausdrücklich darauf hingewiesen, dass allein die begründete Stellungnahme von Vorstand und Aufsichtsrat maßgeblich für die Beurteilung der Angebotsunterlage ist und die Informationen in diesem Konzernlagebericht keine Erläuterung oder Ergänzung zu den Aussagen in der Stellungnahme darstellen.

Im Hinblick auf das Übernahmeangebot hatten zuvor GfK SE und Acceleratio Capital N.V. nach intensiven Verhandlungen am 8. Dezember 2016 ein sogenanntes Investor Agreement (Investorenvereinbarung) unterzeichnet, das wesentliche Punkte des Übernahmeangebots, insbesondere das wechselseitige Verständnis im Hinblick auf das Übernahmeangebot und seine Umsetzung sowie die zukünftige Organisation der Geschäftstätigkeiten der GfK SE, darlegt. In dem Investor Agreement sind insbesondere die Bedingungen festgelegt, unter denen Vorstand und Aufsichtsrat der GfK SE ihre grundsätzliche Bereitschaft erklärt haben, das Angebot zu unterstützen. Hinsichtlich des Inhalts des Investor Agreements wird auf die veröffentlichte Stellungnahme von Vorstand und Aufsichtsrat zum Übernahmeangebot verwiesen, in der die wesentlichen Bestimmungen des Investor Agreements zusammengefasst dargestellt worden sind. Acceleratio Capital N.V. hat mitgeteilt, dass innerhalb der Annahmefrist, die mit der Veröffentlichung der Angebotsunterlage am 21. Dezember 2016 begann und am 10. Februar 2017, 24:00 Uhr (Ortszeit Frankfurt am Main)/18:00 Uhr (Ortszeit New York) endete, 7.052.242 GfK-Aktien, das sind 19,3191 Prozent des Grundkapitals der GfK SE, angedient wurden. Damit wurde

die in der Angebotsunterlage als Angebotsbedingung enthaltene Mindestannahmequote in Höhe von 18,54 Prozent erfüllt. Ferner hat Acceleratio Capital N.V. mitgeteilt, dass innerhalb der nachfolgenden weiteren Annahmefrist, die am 16. Februar 2017 begann und am 1. März 2017, 24:00 Uhr (Ortszeit Frankfurt am Main)/18:00 Uhr (Ortszeit New York) endete, weitere 2.470 GfK-Aktien, das sind weitere 0,01 Prozent des Grundkapitals, angedient wurden. Der Bieterin sind darüber hinaus zum Ablauf der weiteren Annahmefrist Stimmrechte aus 1.158.665 GfK-Aktien gemäß § 30 Abs. 1 Satz 1 Nr. 5 WpÜG nach ihrer Auskunft zuzurechnen. Dies entspricht einem Anteil von ca. 3,17 Prozent des Grundkapitals und der Stimmrechte der GfK SE. Darüber hinaus sind der Acceleratio Topco S.à r.l., einer mit der Bieterin im Sinne des § 2 Abs. 5 WpÜG gemeinsam handelnden Person, zum Ablauf der weiteren Annahmefrist Stimmrechte aus 2.516.725 GfK-Aktien gemäß § 30 Abs. 1 Satz 1 Nr. 5 WpÜG nach ihrer Auskunft zuzurechnen. Dies entspricht einem Anteil von ca. 6,89 Prozent des Grundkapitals und der Stimmrechte der GfK SE. Insgesamt wurden daher der Acceleratio Capital N.V. nach ihren Angaben im Rahmen ihres Übernahmeangebots 10.730.102 Aktien (rund 29,39 Prozent) angedient oder sind ihr oder mit ihr gemeinsam handelnden Personen im Sinne des § 2 Abs. 5 WpÜG zuzurechnen.

Alle Bedingungen, unter denen das Übernahmeangebot stand, sind eingetreten.

2.2 VORBEMERKUNG

Die Matrixorganisation von GfK besteht aus zwei weltweit verantwortlichen Sektoren (weitere Informationen im Kapitel 2.8) mit Produktverantwortung und sechs Regionen, in denen das lokale Geschäft geführt wird. Auf diese Weise verbinden wir ein globales Produktangebot mit einer optimalen Betreuung weltweit tätiger Kunden. Gleichzeitig können wir das Potenzial regionaler Märkte maximal ausschöpfen.

Die GfK Gruppe erstellt ihren Konzernabschluss nach den International Financial Reporting Standards (IFRS), wie sie in der EU anzuwenden sind. Die Finanzdaten für die Sektoren und Regionen stammen aus unserem Management-Informationssystem.

Für die interne Steuerung der beiden Sektoren verwendet GfK die finanziellen Leistungsindikatoren Umsatz und angepasstes operatives Ergebnis (AOI)/Marge. Die Prognose des angepassten operativen Ergebnisses wurde nach den im Abschluss angewendeten Rechnungslegungsgrundsätzen und den im Lagebericht an anderer Stelle beschriebenen Anpassungen vorgenommen. Die Überleitung vom operativen Ergebnis zum AOI wird in der nachfolgenden Tabelle dargestellt. Diese Ergebnisgröße wird auch von den wesentlichen Wettbewerbern verwendet. GfK ist davon überzeugt, dass die Erläuterungen zur Geschäftsentwicklung anhand des angepassten operativen Ergebnisses die Interpretation des Geschäftsverlaufs der GfK Gruppe erleichtern und die Aussagefähigkeit im Vergleich zu anderen großen Marktforschungsunternehmen erhöhen. Wenn im Folgenden vom Ergebnis die Rede ist, ist daher das angepasste operative Ergebnis gemeint. Die Marge weist das Verhältnis des angepassten operativen Ergebnisses zum Umsatz aus.

Eine weitere wichtige Kennzahl ist die Entwicklung des Auftragsbestands für das aktuelle Geschäftsjahr in Relation zum erwarteten Jahresumsatz. Diese Kennzahl – Umsatzabdeckungsgrad genannt – wird monatlich auf Basis der tatsächlich noch ausstehenden Umsatzlegung ermittelt und vom Management von GfK zeitnah überwacht. In der Regel sind bereits im ersten Quartal rund die Hälfte der geplanten Jahresumsätze als gesicherte Aufträge gebucht.

Allerdings ergibt sich zwischen den beiden Sektoren ein differenzierteres Bild: Im panelbasierten Sektor Consumer Choices erfolgen die Vertragsverlängerungen größtenteils in den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres. Teilweise werden hier aber auch Verträge abgeschlossen, die eine kontinuierliche und mehrjährige Datenerhebung vorsehen. Wegen der größeren Gewichtung der Ad-hoc-Studien im Sektor Consumer Experiences und des geringeren Anteils an kontinuierlicher Datenerhebung zeigt dieser Sektor über das Gesamtjahr einen eher gleichmäßigen Verlauf an Auftragseingängen.

Das angepasste operative Ergebnis ermitteln wir wie folgt:

ERMITTLUNG DES ANGEPASSTEN OPERATIVEN ERGEBNISSES ¹⁾			
Millionen Euro	2015	2016	Veränderung in %
Operatives Ergebnis	104,2	-55,2	-
Abschreibungen auf Geschäfts- und Firmenwerte	39,4	136,9	+247,4
Zu- und Abschreibungen auf aufgedeckte stille Reserven aus der Kaufpreisallokation			
Planmäßige Abschreibungen	4,9	5,1	+4,5
Wertminderungen	3,4	12,4	+263,9
Wertaufholungen	-4,0	-1,0	-74,6
Erträge und Aufwendungen aus Unternehmenskäufen und Übernahmetransaktionen	-8,7	4,7	-
Erträge und Aufwendungen aus Reorganisations- und Optimierungsprojekten	22,8	22,1	-3,0
Personalaufwendungen aus anteilsbasierter Vergütung	1,9	7,4	+288,1
Ergebnis aus der Währungsumrechnung	2,2	-0,3	-
Aufwendungen aus Rechtsstreitigkeiten, Compliance-Fällen und nicht fortgeführten Projekten	22,9	16,9	-26,5
Sonstige hervorgehobene Posten	-1,5	6,4	-
Hervorgehobene Posten, Gesamt	83,4	210,5	+152,3
Angepasstes operatives Ergebnis	187,6	155,3	-17,2

1) Rundungsdifferenzen möglich

Wenn im Weiteren von der Zahl der Mitarbeiter oder Beschäftigten die Rede ist, werden diese grundsätzlich als Summe der Vollzeitstellen angegeben. Teilzeitstellen werden hierfür in anteilige Vollzeitstellen umgerechnet.

Die in den Ausführungen zur Geschäftsentwicklung der GfK Gruppe ausgewiesenen Zahlen sowie prozentualen Veränderungsraten sind auf Basis der Werte in Tausend Euro errechnet worden. Entsprechend sind Rundungsdifferenzen möglich.

Im Rahmen der globalen Strategie wurden weiterhin übergreifende Funktionsbereiche im Bereich Sonstige zusammengefasst.

Die erwähnten Unternehmen sind mit ihrem Kurznamen genannt. Der Teil „Weitere Informationen“ des Geschäftsberichts enthält ein Verzeichnis aller genannten Unternehmen mit ihren vollständigen Namen.

2.3 GfK GRUPPE: HERAUSFORDERUNGEN NOCH NICHT GELÖST

Die GfK Gruppe erzielte im Jahr 2016 einen **Umsatz** in Höhe von 1.483,8 Millionen Euro. Im Vergleich zum Vorjahr ist der Umsatz um 59,6 Millionen Euro oder 3,9 Prozent zurückgegangen. Der Rückgang wurde verstärkt durch negative Währungskurseinflüsse (-1,6 Prozent) sowie durch wegfallende Umsätze wegen des Verkaufs von unprofitablen Tochterunternehmen, was saldiert mit dem akquisitionsbedingten Wachstum einen Rückgang um 0,5 Prozent ausmachte. Somit verbleibt ein organischer Umsatzrückgang von -1,7 Prozent.

Die **Umsatzkosten** betragen 1.059,1 Millionen Euro und liegen damit um 0,3 Prozent unter dem Vorjahreswert. Sie wurden um aktivierte Entwicklungskosten in Höhe von 27,8 Millionen Euro (2015: 39,0 Millionen Euro) entlastet. Die in den Umsatzkosten enthaltenen Forschungs- und Entwicklungskosten sind um 4,2 Millionen Euro gestiegen und beliefen sich auf 21,3 Millionen Euro. Das **Bruttoergebnis vom Umsatz** sank als Folge davon um 11,8 Prozent und erreichte 424,7 Millionen Euro.

Die **Vertriebs- und allgemeinen Verwaltungskosten** weisen einen Rückgang um 1,9 Prozent auf. Sie betragen 296,5 Millionen Euro. Die operativen Kosten als Summe aus den Umsatzkosten und den Vertriebs- und allgemeinen Verwaltungskosten sind um 0,6 Prozent zurückgegangen und damit in deutlich geringerem Ausmaß als der Umsatz.

Mehr als die Hälfte der operativen Kosten machen die **Personealkosten** aus. Sie beliefen sich auf 762,6 Millionen Euro, was einer Verringerung im Vergleich zum Vorjahr um 0,4 Prozent

ENTWICKLUNG DER ERTRAGSLAGE ¹⁾

Millionen Euro	2015	2015 ohne Goodwill- Impairment	2016	2016 ohne Goodwill- Impairment	Veränderung (ohne Goodwill- Impairment) in %
Umsatzerlöse	1.543,4	1.543,4	1.483,8	1.483,8	-3,9
Umsatzkosten	-1.061,9	-1.061,9	-1.059,1	-1.059,1	-0,3
Bruttoergebnis vom Umsatz	481,5	481,5	424,7	424,7	-11,8
Vertriebs- und allgemeine Verwaltungskosten	-302,2	-302,2	-296,5	-296,5	-1,9
Sonstige betriebliche Erträge	19,8	19,8	16,4	16,4	-17,3
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-94,9	-55,5	-199,9	-62,9	+13,4
EBITDA	231,2	231,2	183,1	183,1	-20,8
in % vom Umsatz	15,0	15,0	12,3	12,3	-
Angepasstes operatives Ergebnis	187,6	187,6	155,3	155,3	-17,2
in % vom Umsatz	12,2	12,2	10,5	10,5	-
Hervorgehobene Posten	-83,4	-44,0	-210,5	-73,6	+67,2
Operatives Ergebnis	104,2	143,6	-55,2	81,7	-43,1
in % vom Umsatz	6,7	9,3	-3,7	5,5	-
Beteiligungsergebnis	2,0	2,0	5,2	5,2	+157,2
EBIT	106,2	145,6	-50,1	86,9	-40,3
in % vom Umsatz	6,9	9,4	-3,4	5,9	-
Sonstiges Finanzergebnis	-18,3	-18,3	-12,7	-12,7	-30,6
Ergebnis aus laufender Geschäftstätigkeit	87,9	127,3	-62,8	74,2	-41,7
Steuern auf das Ergebnis aus laufender Geschäftstätigkeit	-47,2	-47,2	-73,7	-73,7	+56,3
Steuerquote in %	53,7	37,0	-117,5	99,3	-
Konzernergebnis	40,7	80,1	-136,5	0,5	-99,4
Den Anteilseignern der Muttergesellschaft zuzurechnen	36,8	76,2	-140,6	-3,6	-
Den Minderheitsanteilseignern zuzurechnen	4,0	4,0	4,1	4,1	+3,5
Konzernergebnis	40,7	80,1	-136,5	0,5	-99,4
Ergebnis je Aktie (unverwässert) in Euro	1,01	2,09	-3,85	-0,10	-

1) Rundungsdifferenzen möglich

entspricht. Gleichzeitig sank die Beschäftigtenzahl um 3,1 Prozent oder 416 Personen auf 13.069 Personen am Jahresende 2016. Die Auswirkung dieser Entwicklung auf die Personalkosten zeigt sich naturgemäß mit einer gewissen Zeitverzögerung. Da die Personalkosten in geringerem Ausmaß gesunken sind als der Umsatz, betrug die **Personalkostenquote**, die das Verhältnis der Personalaufwendungen zum Umsatz ausdrückt, 51,4 Prozent (Vorjahr: 49,6 Prozent).

Das **Ergebnis** ist um 32,3 Millionen Euro oder 17,2 Prozent auf 155,3 Millionen Euro gefallen. Die Marge, die das Verhältnis des Ergebnisses zum Umsatz ausdrückt, betrug 10,5 Prozent (Vorjahr: 12,2 Prozent).

Die **sonstigen betrieblichen Erträge** gingen um 3,4 Millionen Euro auf 16,4 Millionen Euro zurück. Im Vorjahr hatte der Posten einen Ertrag im Zusammenhang mit dem Abgang von Minderheitsbeteiligungen in Höhe von 12,0 Millionen Euro aus der Entflechtung der Überkreuzbeteiligungen mit der NPD Group, Inc., USA, enthalten. Im Berichtsjahr entstanden 1,3 Millionen Euro Ertrag aus dem Verkauf des Print Centers in der Schweiz und der Beteiligung am assoziierten Unternehmen USEEDS GmbH, Berlin. Aus dem Verkauf des Marktforschungsgeschäfts im Bereich Pflanzenschutz und Tiergesundheit entstand ein Entkonsolidierungserfolg in Höhe von 5,1 Millionen Euro. Die Währungsgewinne stiegen von 2,3 Millionen Euro im Vorjahr auf 4,5 Millionen Euro.

Nachdem die Währungsverluste in den **sonstigen betrieblichen Aufwendungen** um 0,4 Millionen Euro auf 4,2 Millionen Euro gesunken sind, ergeben sich per Saldo Währungsgewinne von 0,3 Millionen Euro aus operativem Geschäft in Fremdwährung (Vorjahr: Währungsverluste von 2,2 Millionen Euro).

Insgesamt stiegen die sonstigen betrieblichen Aufwendungen stark an: Nach 94,9 Millionen Euro im Vorjahr betragen sie im Berichtsjahr 199,9 Millionen Euro. Darin ist ein Goodwill-Impairment von 136,9 Millionen Euro (Vorjahr: 39,4 Millionen Euro) enthalten. Die Ursache für diese Wertminderung lag in reduzierten Wachstumsaussichten für den Sektor Consumer Experiences, die zu einer Abwertung in allen Regionen außer in Zentral Osteuropa/META führten. Bereinigt um diesen Einfluss hätten die sonstigen betrieblichen Aufwendungen 62,9 Millionen Euro betragen bei einem Anstieg um 7,4 Millionen Euro im Vergleich zum Vorjahr.

Im Jahr 2016 entstanden bei einigen Projekten im Media-Measurement-Geschäft Verzögerungen und die Notwendigkeit von Nachverhandlungen. Als Risikovorsorge wurden hierfür Rückstellungen gebildet, die zu sonstigen betrieblichen Aufwendungen in Höhe von 13,6 Millionen Euro führten. Die Personalaufwendungen innerhalb der sonstigen Aufwendungen sind um 6,5 Millionen Euro auf 21,1 Millionen Euro gestiegen. Hierbei handelte es sich überwiegend um Abfindungen, die im Zusammenhang mit Reorganisationsprojekten stehen. Die geplanten Änderungen in der Anteilseignerstruktur verursachten Aufwendungen in Höhe von 6,2 Millionen Euro. Aus der Entkonsolidierung im Zusammenhang mit dem Verkauf der unprofitablen Tochtergesellschaft Genius Digital in Großbritannien entstand ein Entkonsolidierungsverlust von 4,4 Millionen Euro. Ein gegenläufiger Effekt ergab sich aus dem Wegfall der

Sonderabschreibungen auf netzwerkbasierte Entwicklungstätigkeiten, die im Vorjahr 20,0 Millionen Euro betragen hatten. Um 1,3 Millionen Euro gesunken sind außerdem die Aufwendungen im Zusammenhang mit den 2012 aufgedeckten Unregelmäßigkeiten bei einer türkischen Tochtergesellschaft. Sie betragen im Berichtsjahr weniger als 0,1 Millionen Euro.

Die Summe der **hervorgehobenen Posten** betrug 210,5 Millionen Euro. Bereinigt um die Goodwill-Abschreibung hätten die hervorgehobenen Posten 73,6 Millionen Euro betragen, was einem Anstieg um 29,6 Millionen Euro nach ebenfalls um die Goodwill-Abschreibung bereinigten 44,0 Millionen Euro im Vorjahr entspricht.

Die angepassten Wachstumsaussichten im Sektor Consumer Experiences, die die Abschreibung der Geschäfts- und Firmenwerte verursacht haben, trugen maßgeblich zu einem Anstieg der Wertminderungen auf aufgedeckte stille Reserven aus der Kaufpreisallokation um 9,0 Millionen Euro auf 12,4 Millionen Euro bei. Gleichzeitig gingen die Wertaufholungen von 4,0 Millionen Euro im Vorjahr auf 1,0 Millionen Euro zurück. Insgesamt erhöhte sich der Nettoaufwand in diesem Posten um 12,2 Millionen Euro, sodass er im Jahr 2016 16,5 Millionen Euro betrug.

Die Erträge und Aufwendungen aus Unternehmenskäufen und Übernahmetransaktionen trugen ebenfalls zum Anstieg der hervorgehobenen Posten bei. Nach einem Nettoertrag in Höhe von 8,7 Millionen Euro im Vorjahr entstand ein Nettoaufwand von 4,7 Millionen Euro, was einer Veränderung von –13,3 Millionen Euro entspricht. Aus dem bereits angesprochenen Verkauf von Minderheitsbeteiligungen an die NPD, USA, war 2015 ein einmaliger Ertrag von 12,0 Millionen Euro entstanden. Im Berichtsjahr ist in dieser Position sowohl ein Gewinn aus der Entkonsolidierung des Geschäfts im Bereich Pflanzenschutz und Tiergesundheit in Höhe von 5,1 Millionen Euro als auch ein Entkonsolidierungsverlust aus dem Verkauf der Genius Digital, Großbritannien, in Höhe von 4,4 Millionen Euro enthalten. Weitere Aufwendungen in Höhe von 3,2 Millionen Euro (Vorjahr: 0,3 Millionen Euro) stehen im Zusammenhang mit dem Erwerb der internationalen Netquest-Gruppe mit Hauptsitz in Spanien.

Die Erträge und Aufwendungen aus Reorganisations- und Optimierungsprojekten liegen mit 22,1 Millionen Euro leicht unter dem Vorjahresniveau. Sie enthalten überwiegend Abfindungen, Wertminderungen, Beratungskosten und sonstige Kosten aus der Straffung und Optimierung von Geschäftsgebieten bei ausgewählten Tochtergesellschaften.

Die Personalaufwendungen aus aktienbasierter Vergütung stiegen um 5,5 Millionen Euro auf 7,4 Millionen Euro an. Diese Entwicklung ergab sich hauptsächlich aus zwei Faktoren, nämlich dem Ausscheiden eines Vorstandsmitglieds und dem Anstieg des GfK-Aktienkurses am Jahresende aufgrund des öffentlichen Übernahmeangebots durch die Acceleratio Capital N.V., Niederlande.

Das Ergebnis aus der Währungsumrechnung wies im Vorjahr einen negativen Saldo in Höhe von 2,2 Millionen Euro auf; im Jahr 2016 war der Saldo positiv und ergab einen Ertrag von 0,3 Millionen Euro. Ursächlich für diese Verbesserung war vor allem die Währungskursentwicklung von US-Dollar, britischem Pfund und japanischem Yen.

Im Berichtsjahr wurden aus Gründen der Transparenz die Aufwendungen aus Rechtsstreitigkeiten, Compliance-Fällen und nicht fortgeführten Projekten in einem separaten hervorgehobenen Posten zusammengefasst. Diese Sachverhalte waren zusammen mit den sonstigen hervorgehobenen Posten bisher in den Erträgen und Aufwendungen aus Einmaleffekten und anderen außergewöhnlichen Sachverhalten enthalten. Der neu geschaffene Posten ging von 22,9 Millionen Euro im Vorjahr auf 16,9 Millionen Euro zurück. Im Vorjahr war er geprägt von den Wertminderungen auf die Entwicklungen im Bereich Mobile Insight/Location Insight und Teile der Software CPIMS/NEO in Höhe von 20,0 Millionen Euro. Im Berichtsjahr werden hier hauptsächlich die Risikovorsorge für das Media-Measurement-Geschäft in Höhe von 13,6 Millionen Euro und die Vorsorge für Arbeitsgerichtsprozesse und daraus resultierende Sozialversicherungsrisiken in Höhe von 2,1 Millionen Euro (Vorjahr: 0,2 Millionen Euro) ausgewiesen.

Unter anderem wegen des Ertrags in Höhe von 1,1 Millionen Euro aus einem Immobilienverkauf in der Schweiz wiesen die sonstigen hervorgehobenen Posten im Vorjahr einen Nettoertrag in Höhe von 1,5 Millionen Euro auf. Im Berichtsjahr führten vor allem die Aufwendungen für die Änderungen in der Anteilseignerstruktur in Höhe von 6,2 Millionen Euro zu einem Nettoaufwand von insgesamt 6,4 Millionen Euro.

Das **operative Ergebnis** ist um 159,4 Millionen Euro auf –55,2 Millionen Euro gesunken. Bereinigt um den Aufwand aus der Goodwill-Abschreibung hätte es 81,7 Millionen Euro betragen, nach ebenfalls bereinigten 143,6 Millionen Euro im Vorjahr. Dies entspräche einer Verringerung um 43,1 Prozent.

Die **Abschreibungen** stiegen um 108,1 Millionen Euro auf 233,1 Millionen Euro. Ohne die Erhöhung des Goodwill-Impairments um 97,5 Millionen Euro auf 136,9 Millionen Euro wären sie im Vergleich zum Vorjahr um 10,6 Millionen Euro angestiegen und hätten 96,2 Millionen Euro betragen. Dieser Anstieg liegt fast vollständig in der Zunahme der planmäßigen Abschreibungen um 9,0 Millionen Euro begründet, die ganz überwiegend immaterielle Vermögenswerte wie Software und Panels, aber auch Sachanlagen betrifft. Diese Entwicklung war nach den erhöhten Investitionen der Vorjahre in solche Vermögenswerte zu erwarten. Die Wertminderungen innerhalb der Abschreibungen sind trotz des Anstiegs der Sonderabschreibungen auf aufgedeckte stille Reserven aus der Kaufpreisallokation um 9,0 Millionen Euro insgesamt um 1,4 Millionen Euro zurückgegangen, da im Vorjahr die einmalige Wertminderung um 20,0 Millionen Euro auf netzwerkbasierte Entwicklungstätigkeiten darin enthalten war. Der restliche Anstieg wird durch den Rückgang der Wertaufholungen um 3,0 Millionen Euro erklärt.

Das **Beteiligungsergebnis** verbesserte sich von einem Ertrag in Höhe von 2,0 Millionen Euro im Vorjahr auf einen Ertrag von 5,2 Millionen Euro. Das Ergebnis aus assoziierten Unternehmen sank um 1,2 Millionen Euro, was seinen Hauptgrund im Abgang des assoziierten Unternehmens NPD Intellect, USA, im Zusammenhang mit der Entflechtung der gegenseitigen Beteiligungen im Vorjahr hat. Das sonstige Beteiligungsergebnis stieg um 4,3 Millionen Euro. Es enthält den Gewinn aus dem Verkauf der Minderheitsbeteiligung an der Qosmos, Frankreich, in Höhe von 5,8 Millionen Euro.

Nach einem Rückgang um 156,2 Millionen Euro betrug das **EBIT** im Berichtsjahr –50,1 Millionen Euro. Bei Eliminierung des Goodwill-Impairments in beiden betrachteten Jahren hätte das EBIT 86,9 Millionen Euro betragen, was einer Verringerung um 40,3 Prozent entspräche. Das **EBITDA**, das nicht durch den insbesondere Goodwill-bedingten Anstieg der Abschreibungen beeinflusst ist, fiel um 20,8 Prozent oder 48,2 Millionen Euro auf 183,1 Millionen Euro.

Das **sonstige Finanzergebnis** verbesserte sich im Vergleich zum Vorjahr um 5,6 Millionen Euro. Der Aufwand betrug per Saldo 12,7 Millionen Euro nach 18,3 Millionen Euro im Vorjahr. Der Netto-Zinsaufwand sank nach der Rückzahlung des Bonds und einer günstigen Refinanzierung um 4,1 Millionen Euro auf einen Aufwand von 12,4 Millionen Euro; das finanzielle Währungsergebnis verbesserte sich um 3,5 Millionen Euro auf einen Nettoertrag von 1,1 Millionen Euro. Das übrige Finanzergebnis ging um 2,1 Millionen Euro zurück und wies einen Nettoaufwand von 1,4 Millionen Euro auf.

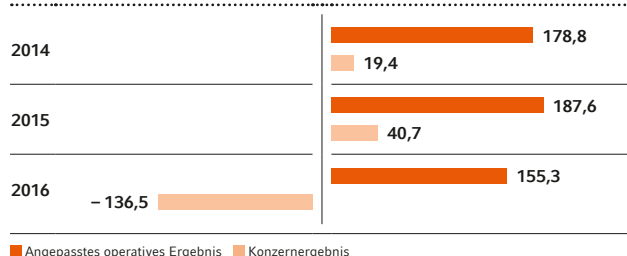
Das **Ergebnis aus laufender Geschäftstätigkeit** fiel von 87,9 Millionen Euro auf –62,8 Millionen Euro. Eliminiert man die Goodwill-Abschreibungen, hätte es 74,2 Millionen Euro betragen bei einem Rückgang um 53,1 Millionen Euro oder 41,7 Prozent.

Die rechnerische **Ertragsteuerquote** betrug –117,5 Prozent (Vorjahr: 53,7 Prozent). Beide Quoten sind stark beeinflusst durch das jeweilige Goodwill-Impairment, denn diese Minderung des Vorsteuerergebnisses auf Konzernebene hat keinen Einfluss auf den Steueraufwand. Die bereinigten Steuerquoten betragen im Jahr 2016 99,3 Prozent und im Jahr 2015 37,0 Prozent.

Der höhere **Steueraufwand** des laufenden Jahres ist insbesondere beeinflusst durch Mehrsteuern für Vorjahre aufgrund einer Betriebsprüfung für die Jahre 2008 bis 2012 in Deutschland, durch Neueinschätzungen zur Realisierbarkeit steuerlicher Verlustvorträge in der Gruppe und durch höhere Belastungen aus steuerlich nicht abzugsfähigen Aufwendungen und nicht anrechenbaren Quellensteuern.

Das **Konzernergebnis** der GfK Gruppe belief sich auf –136,5 Millionen Euro im Vergleich zu 40,7 Millionen Euro im Vorjahr. Ohne den Einfluss durch die Goodwill-Abschreibung in beiden Jahren hätte das Konzernergebnis 0,5 Millionen Euro betragen, was einem Rückgang um 79,7 Millionen Euro entspräche. Das den Minderheitsanteilseignern zuzurechnende Konzernergebnis, das durch die Goodwill-Abschreibungen nicht beeinflusst ist, betrug 4,1 Millionen Euro. Somit war das Konzernergebnis, das den Anteilseignern der Muttergesellschaft zuzurechnen ist, negativ und betrug –3,6 Millionen Euro. Als Folge davon ist das **Ergebnis je Aktie** auch nach Bereinigung um die Goodwill-Abschreibung leicht negativ: Es betrug bereinigt –0,10 Euro im Vergleich zu bereinigten 2,09 Euro im Vorjahr (unbereinigt: –3,85 Euro, Vorjahr 1,01 Euro).

**GfK GRUPPE: ANGEPASTES OPERATIVES ERGEBNIS
UND KONZERNERGEBNIS**
in Millionen Euro



2.4 VERMÖGENS- UND KAPITALSITUATION

Im Vergleich zum Vorjahr ging die **Bilanzsumme** der GfK Gruppe um 121,4 Millionen Euro oder 6,6 Prozent auf 1.720,9 Millionen Euro zurück. Die Hauptursache hierfür ist das Goodwill-Impairment, das die bilanziellen Geschäfts- oder Firmenwerte und das Eigenkapital um 137,0 Millionen Euro reduziert.

ENTWICKLUNG DER BILANZ ¹⁾

Millionen Euro	31.12.2015	31.12.2016	Veränderung	Anteil an Bilanzsumme in %
AKTIVA				
Langfristige Vermögenswerte	1.221,7	1.065,5	-156,2	61,9
Kurzfristige Vermögenswerte	620,6	655,4	+34,8	38,1
PASSIVA				
Eigenkapital	720,5	538,2	-182,3	31,3
Langfristiges Fremdkapital	440,7	665,8	+225,1	38,7
Kurzfristiges Fremdkapital	681,1	516,9	-164,2	30,0
Bilanzsumme	1.842,3	1.720,9	-121,4	100,0

1) Rundungsdifferenzen möglich

Die sonstigen immateriellen Vermögenswerte stiegen um 9,6 Millionen Euro auf 281,4 Millionen Euro an. Den größten Anteil an diesem Zuwachs haben der Aufbau von Marktforschungspanels und die Entwicklung von Software, insbesondere in Deutschland und den USA. Insgesamt sind in den sonstigen immateriellen Vermögenswerten Panels mit einem Buchwert von 122,8 Millionen Euro und Software mit einem Buchwert von 113,8 Millionen Euro enthalten.

Die Sachanlagen gingen um 12,8 Millionen Euro auf 92,5 Millionen Euro zurück. Eine Schweizer Immobilie mit einem Buchwert von 2,3 Millionen Euro wurde in die zur Veräußerung bestimmten Vermögenswerte umgegliedert, da der Verkauf im Jahr 2017 vollzogen werden soll. Der restliche Rückgang resultiert überwiegend aus den planmäßigen Abschreibungen von Betriebs- und Geschäftsausstattung, die betragsmäßig die Neuanschaffungen überstiegen haben.

Insgesamt fielen die langfristigen Vermögenswerte um 156,2 Millionen Euro auf 1.065,5 Millionen Euro. Die kurzfristigen Vermögenswerte wuchsen hingegen um 34,8 Millionen Euro auf 655,4 Millionen Euro zum Stichtag. Zum Anstieg trugen die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie die Ertragsteuerforderungen zusammen 26,1 Millionen Euro bei; die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente stiegen um 44,2 Millionen Euro. Gegenläufig wirkte die Reduktion der zur Veräußerung bestimmten Vermögenswerte um 37,1 Millionen Euro auf 2,3 Millionen Euro, die im Berichtsjahr wie bereits erwähnt eine Schweizer Immobilie betreffen. Im Vorjahr hatte der Posten den geplanten Verkauf des Geschäfts im Bereich Pflanzenschutz und Tiergesundheit, des Print Centers in der Schweiz und der Beteiligung an der USEEDS GmbH in Berlin enthalten. Alle drei Verkäufe wurden im Jahr 2016 realisiert. Das Eigenkapital ist um 182,3 Millionen Euro auf 538,2 Millionen Euro gefallen. Die **Eigenkapitalquote** ging dadurch von 39,1 Prozent im Vorjahr auf 31,3 Prozent zurück. Das durch das Goodwill-Impairment negative Konzernergebnis und zusätzlich die Dividendenausschüttung in Höhe von 23,7 Millionen Euro belasteten die Gewinnrücklagen. Darüber hinaus verursachte hauptsächlich die Kursentwicklung des britischen Pfunds einen Rückgang der Währungsrücklage in den sonstigen Rücklagen um 14,0 Millionen Euro.

ENTWICKLUNG DER EIGENKAPITALQUOTE
in %



Das Fremdkapital stieg um 60,9 Millionen Euro auf 1.182,7 Millionen Euro. Diese Entwicklung setzt sich zusammen aus einem Anstieg des langfristigen Fremdkapitals um 225,1 Millionen Euro auf 665,8 Millionen Euro und einem Sinken des kurzfristigen Fremdkapitals um 164,2 Millionen Euro auf 516,9 Millionen Euro.

Der Hauptgrund hierfür ist eine Verschiebung zwischen den kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten (Rückgang um 176,0 Millionen Euro auf 32,2 Millionen Euro) und den langfristigen Finanzverbindlichkeiten, die um 194,6 Millionen Euro auf 451,0 Millionen Euro gestiegen sind. Im April 2016 wurde der Bond über 186,1 Millionen Euro planmäßig zurückgezahlt und überwiegend langfristig refinanziert. Im langfristigen Fremdkapital sind außerdem die Rückstellungen um 18,1 Millionen Euro gestiegen. Dabei handelt es sich größtenteils um Verpflichtungen aus dem Personalbereich.

Der Rückgang des kurzfristigen Fremdkapitals um 164,2 Millionen Euro resultiert hauptsächlich aus der bereits angesprochenen Rückzahlung des Bonds. Im Gegenzug sind die kurzfristigen Rückstellungen um 15,6 Millionen Euro angestiegen, was vor allem aus der Risikovorsorge für das Media-Measurement-Geschäft herrührt.

2.5 INVESTITIONEN UND FINANZIERUNG

Für ein innovatives Marktforschungsunternehmen wie GfK sind laufende Investitionen in den Auf- und Ausbau von Panels, in neue Messtechniken und Technologien sowie die hierfür notwendigen neuen Marktforschungsmethoden und die Erweiterung von Produktions- und Auswertungssystemen unabdingbar. Diese Maßnahmen leisten einen entscheidenden Beitrag zur Sicherung des zukünftigen Gruppenerfolgs, da sie die Markteintrittsbarriere für potenzielle Wettbewerber entscheidend erhöhen und die Wettbewerbsposition von GfK selbst deutlich stärken.

Entsprechend tätigte die GfK Gruppe auch im Jahr 2016 erhebliche **Investitionen**. Sie betragen 102,1 Millionen Euro und lagen damit etwas unter dem Vorjahresniveau (-6,5 Millionen Euro). Die Investitionen in den Panelaufbau und in Sachanlagen, die aufgrund der Einführung neuer Media Measurement Panels in verschiedenen Ländern im Vorjahr ungewöhnlich hoch waren, sind um 8,2 bzw. 8,5 Millionen Euro zurückgegangen. Ebenfalls zurückgegangen sind die Investitionen in Software (-5,9 Millionen Euro). Die Investitionen aus Akquisitionstätigkeit stiegen gegenüber dem Vorjahr um 18,3 Millionen Euro auf 30,8 Millionen Euro, was auf die Übernahme der Netquest-Gruppe zurückzuführen ist.

Der **Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit** ist im Vergleich zum Vorjahr um 24,7 Millionen Euro auf 146,2 Millionen Euro gesunken. Hauptursache hierfür ist der starke Rückgang des Konzernergebnisses ohne Berücksichtigung der Goodwill-Impairments um 79,7 Millionen Euro. Durch die Verbesserung des Mittelabflusses aus Working Capital von 21,0 Millionen Euro im Vorjahr auf 13,0 Millionen Euro im Berichtsjahr und die Eliminierung nicht zahlungswirksamer Bestandteile des Konzernergebnisses wie Zuführungen zur Risikovorsorge, Währungs- und Steuereffekten sank der Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit deutlich moderater als das Konzernergebnis.

Nach Berücksichtigung der Investitionen in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen in Höhe von 71,0 Millionen Euro (Vorjahr: 94,1 Millionen Euro) ergab sich ein **freier Cashflow** von 75,2 Millionen Euro, der nur um 1,6 Millionen Euro unter dem Vorjahreswert lag. Alle Akquisitionen und sonstigen Finanzinvestitionen konnten dadurch vollständig abgedeckt werden.

An die Aktionäre der GfK SE und an Minderheitsgesellschaften von Tochtergesellschaften wurden Dividenden in Höhe von 28,1 Millionen Euro (Vorjahr: 31,7 Millionen Euro) gezahlt. Nach Berücksichtigung der Netto-Kreditaufnahme in Höhe von 13,2 Millionen Euro (Vorjahr: 47,7 Millionen Euro) und der Netto-Zinszahlungen von 17,2 Millionen Euro (Vorjahr: 17,9 Millionen Euro) resultierte ein insgesamt negativer Cashflow aus Finanzierungstätigkeit von 32,1 Millionen Euro (Vorjahr: 59,4 Millionen Euro). Insgesamt betrug die zahlungswirksame Veränderung der liquiden Mittel 42,7 Millionen Euro nach 35,2 Millionen Euro im Vorjahr.

ENTWICKLUNG DES FREIEN CASHFLOWS UND DES CASHFLOWS AUS FINANZIERUNGSTÄTIGKEIT ¹⁾			
Millionen Euro	2015	2016	Veränderung
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	170,9	146,2	-24,7
Investitionen in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	-94,1	-71,0	-23,1
Freier Cashflow vor Akquisitionen, sonstigen Finanzinvestitionen und Anlagenabgängen	76,8	75,2	-1,6
Akquisitionen	-12,5	-30,8	-18,3
Sonstige Finanzinvestitionen	-1,9	-0,3	+1,7
Anlagenabgänge	32,3	30,7	-1,6
Freier Cashflow nach Akquisitionen, sonstigen Finanzinvestitionen und Anlagenabgängen	94,6	74,8	-19,8
Zahlungswirksame Eigenkapitalveränderungen	-89,2	-28,1	+61,0
Netto-Aufnahme von Finanzkrediten	47,7	13,2	-34,5
Gezahlte Zinsen abzüglich erhaltener Zinsen	-17,9	-17,2	+0,8
Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit	-59,4	-32,1	+27,3
Zahlungswirksame Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	35,2	42,7	+7,5

1) Rundungsdifferenzen möglich

Die **Nettoverschuldung** ergibt sich als Saldo aus Zahlungsmitteln und kurzfristigen Wertpapierbeständen abzüglich der zinstragenden Verbindlichkeiten und Pensionsrückstellungen. Sie konnte im Berichtsjahr um 18,3 Millionen Euro auf 381,6 Millionen Euro reduziert werden. Die Refinanzierung des im April 2016 zurückgezählten Bonds verursachte einen Anstieg der Bankverbindlichkeiten um 198,3 Millionen Euro. Dies muss im Zusammenhang gesehen werden mit dem Rückgang der anderen verzinslichen Verbindlichkeiten um 179,7 Millionen Euro, in denen die Rückzahlung des Bonds in Höhe von 186,1 Millionen Euro enthalten ist. Darüber hinaus sind die Pensionsverpflichtungen um 7,2 Millionen Euro auf 73,5 Millionen Euro angestiegen, was überwiegend durch das Sinken des Diskontierungszinssatzes verursacht wurde. Demgegenüber steht der Anstieg der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente um 44,2 Millionen Euro auf 173,7 Millionen Euro.

ENTWICKLUNG DER NETTOVERSCHULDUNG ¹⁾			
Millionen Euro	31.12.2015	31.12.2016	Veränderung
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	129,5	173,7	+44,2
Kurzfristige Wertpapiere und Festgelder	1,5	1,4	-0,1
Liquide Mittel und kurzfristige Wertpapiere	130,9	175,1	+44,2
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	250,1	448,4	+198,3
Pensionsverpflichtungen	66,4	73,5	+7,2
Verbindlichkeiten aus Finance Lease	0,1	0,2	+0,1
Andere verzinsliche Verbindlichkeiten	214,3	34,6	-179,7
Verzinsliche Verbindlichkeiten	530,9	556,7	+25,8
Nettoverschuldung	-400,0	-381,6	+18,3

1) Rundungsdifferenzen möglich

Die Entwicklung der Relationen von Nettoverschuldung zu Bilanz- und Finanzkennzahlen spiegelt die Auswirkungen des ErgebnISRückgangs bei gleichzeitiger Reduktion der Nettoverschuldung wider.

**GEARING UND VERHÄLTNIS DER NETTOVERSCHULDUNG
ZU EBIT, EBITDA, FREIEM CASHFLOW**

	2015	2016
Gearing (Nettoverschuldung/Eigenkapital) in %	55,5	70,9
Nettoverschuldung/EBIT	3,77	-7,62
Nettoverschuldung/EBITDA	1,73	2,08
Nettoverschuldung/Freier Cashflow	5,21	5,07

2.6 PROGNOSTIZIERTER GESCHÄFTSVERLAUF

Eines unserer Ziele für 2016 lautete: das Innovationstempo hoch zu halten, um das Unternehmen noch schlagkräftiger aufzustellen. Organisatorisch hatten wir zu Beginn des Geschäftsjahres unsere bislang geteilten Operations-Einheiten zu einer einzigen Einheit zusammengeführt und so für eine stärkere Fokussierung und Kosteneinsparungen gesorgt. Mit Blick auf mögliche Zusammenschlüsse und Übernahmen wollten wir weiter mit Augenmaß vorgehen und sich bietende Möglichkeiten sorgfältig prüfen. Generell lag unser Fokus weiter auf organischem Wachstum.

Optimistischer Ausblick zum Jahresanfang

Im Sektor Consumer Experiences legten wir unser Augenmerk auf die Optimierung und Straffung unserer Unternehmensabläufe. Das Marktumfeld im Ad-hoc-Geschäft stuften wir auch für 2016 als herausfordernd ein. Vor diesem Hintergrund hatten wir mit einem Wachstumsbeitrag des Sektors auf Marktniveau gerechnet, dabei wollten wir unsere Effizienz weiter erhöhen und unsere Marge moderat verbessern.

Im Sektor Consumer Choices sollten die neuen Wachstums- und Margenpotenziale konsequent genutzt werden. Das POS Measurement sollte als Stammgeschäft durch neue Produktkategorien, Industrien und Services ausgebaut und durch Online-Auswertungsmöglichkeiten ergänzt werden. Im Bereich Media Measurement sollten die neuen Panels zur Messung von Fernsehreichweiten einen deutlichen Umsatzbeitrag leisten. Unser GfK-Crossmedia-Link-Produkt sollte in weiteren Ländern eingeführt und so zu einem wichtigen digitalen Standbein ausgebaut werden. Der Vorstand erwartete, dass dieser Sektor ein deutliches Wachstum erreichen und damit auch seinen Umsatzanteil weiter erhöhen würde. Die Marge sollte sich gegenüber dem Vorjahr deutlich verbessern.

Für 2016 erwartete die Gruppe deshalb zu Jahresbeginn ein moderates organisches Wachstum, das über jenem des Vorjahres und oberhalb der Marktforschungsbranche liegen sollte. Die AOI-Marge (angepasstes operatives Ergebnis zu Umsatz) sollte sich deutlich verbessern.

Zielkorrektur zur Jahresmitte

Nach Vorlage von vorläufigen Zahlen für das erste Halbjahr hat GfK am 4. August 2016 seine Ziele angepasst. In den ersten sechs Monaten des Jahres hatte das Unternehmen ein Ergeb-

nis erwirtschaftet, welches unter den Vorjahreszahlen für die Berichtsperiode lag. Der vorläufige Umsatz für das Halbjahr ging organisch um etwa 1,5 Prozent, die AOI-Marge von 9,5 Prozent auf 8,2 Prozent zurück. Daher sah es die Gesellschaft nicht mehr als wahrscheinlich an, im Gesamtjahr 2016 ein Umsatzwachstum zu erreichen, das über jenem des Marktes liegen würde. Auch dass sich die AOI-Marge im Vergleich zum Vorjahr deutlich verbessern ließe, wurde als unrealistisch eingeschätzt.

Der Umsatz des Sektors Consumer Experiences lag im ersten Halbjahr aufgrund eines schwachen Auftragseingangs im traditionellen Ad-hoc-Research unter den Erwartungen der Gesellschaft. Der hieraus entstandene Rückgang des angepassten operativen Ergebnisses konnte durch Ressourcen- und Kosteneinsparmaßnahmen nicht vollständig ausgeglichen werden. Aufgrund dieser Entwicklung und eines reduzierten Ausblicks für den Sektor Consumer Experiences nahm GfK im zweiten Quartal Abschreibungen auf Firmenwerte in Höhe von rund 139 Millionen Euro vor.

Der Sektor Consumer Choices hatte durch das Point-of-Sale- und das Media-Measurement-Geschäft ein starkes organisches Wachstum erzielt. Allerdings wurde die Marge durch Verzögerungen bei einigen Wachstumsinitiativen dieser beiden Geschäftsfelder negativ beeinflusst. Für mögliche Risiken wurde daher Vorsorge getroffen. Außerdem wurde die Sektormarge durch schlechte Ergebnisse des Bereichs Pflanzenschutz und Tiergesundheit beeinflusst, der Ende April verkauft wurde.

GfK hat deshalb zum 4. August 2016 seinen Ausblick wie folgt angepasst: Die Gesellschaft wird mit voller Kraft ihre Unternehmenstransformation vorantreiben und alles unternehmen, um die Ergebnisse zu verbessern. Abhängig von der Auftragsentwicklung im Consumer-Experiences-Sektor und Fortschritten bei den Wachstumsinitiativen des Sektors Consumer Choices schloss GfK auch ein Umsatzwachstum unterhalb des Marktes und eine niedrigere Marge als im Vorjahr nicht aus.

Schwierige Marktsituation auch im dritten Quartal

Nachdem das Marktumfeld für GfK auch im dritten Quartal herausfordernd blieb, konkretisierte GfK mit der Veröffentlichung der Neunmonatszahlen den Ausblick: Unverändert ersetzen neue digitale Angebote klassische, personalintensive Angebote der Ad-hoc-Forschung. Auch die Notwendigkeit von Anpassungen wird als unverändert hoch eingeschätzt. GfK begegnet dieser Entwicklung durch eine Reduktion von Geschäften, die sich in dieser Konkurrenzsituation nicht behaupten können oder nicht den Margenzielen entsprechen. Gleichzeitig blieb für 2016 das Innovationstempo bei Investitionen in die Entwicklung und Fertigstellung neuer zukunftsweisender Produkte hoch, um das Unternehmen für die Zukunft schlagkräftiger aufzustellen. Nach Aufbau der Operations-Struktur und der sukzessiven Aufgabenverlagerung auf die Global Service Centers wurden zum Jahresende Optimierungs- und Kosteneinsparungen – in Abhängigkeit von der Umsatzentwicklung – erwartet. Der Fokus lag weiter auf organischem Wachstum.

Der Umsatz des Sektors Consumer Experiences lag in den ersten neun Monaten unter den Erwartungen der Gesellschaft. Grund dafür waren die spärlichen Auftragseingänge im traditionellen Ad-hoc-Research. Der hieraus entstandene Rückgang des angepassten operativen Ergebnisses konnte durch Ressourcen- und Kosteneinsparmaßnahmen und die Optimierung und Straffung von Abläufen nicht vollständig ausgeglichen werden.

Vor dem Hintergrund eines unverändert herausfordernden Marktumfelds im Ad-hoc-Geschäft war 2016 daher kein einfaches Jahr für Consumer Experiences. GfK erwartete für das Gesamtjahr einen deutlichen Umsatzrückgang in diesem Sektor.

Der Sektor Consumer Choices verfügte unverändert mit seinem soliden Point of Sales Measurement über ein Stammgeschäft, das weiter durch neue Produktkategorien, Industrien und Services ausgebaut sowie durch Online-Auswertungsmöglichkeiten ergänzt wurde und in den ersten neun Monaten organisch gewachsen war. Belastend wirkten die im ersten Halbjahr 2016 verkauften Aktivitäten im Bereich Pflanzenschutz und Tiergesundheit und die bekannten Verzögerungen bei den Fernsehforschungsaufträgen. Der Vorstand erwartete, dass der Sektor auch im Gesamtjahr 2016 organisch wachsen und damit seinen Umsatzanteil, bezogen auf den Gruppenumsatz, weiter erhöhen würde. Die Margenentwicklung war davon abhängig, wie schnell die beiden Fernsehforschungsverträge in Brasilien und im Königreich Saudi-Arabien ihr volles Umsatz- und Ergebnispotenzial erreichten. Für mögliche Risiken wurde Vorsorge getroffen.

Verhaltener Ausblick für das Gesamtjahr

GfK hatte den Ausblick für 2016 wie folgt konkretisiert: Die Gesellschaft treibt mit voller Kraft ihre Unternehmenstransformation weiter voran und unternimmt alles, um die Ergebnisse zu verbessern. Trotz der Verbesserung des Auftragseingangs im Sektor Consumer Experiences im dritten Quartal und des starken Fokus auf die Verbesserung seiner Media-Projekte erwartet GfK nun eine Fortsetzung der bisherigen Umsatzentwicklung auch im vierten Quartal und eine Marge unter dem Vorjahresniveau.

Viertes Quartal: Risiken blieben bestehen, keine Trendumkehr

Am 30. Dezember 2016 hatte GfK im Rahmen der gemeinsamen Stellungnahme des Vorstands und des Aufsichtsrats zu dem freiwilligen öffentlichen Übernahmeangebot der Acceleratio Capital N.V. eine weitere Konkretisierung seines Ausblicks vorgenommen und dabei die erwartete Entwicklung des vierten Quartals bewertet. Hierbei kam die Gesellschaft zu dem Ergebnis, dass die Risiken unverändert bestanden und sich auch im vierten Quartal keine Trendumkehr ergeben hatte. Die herausfordernde Wettbewerbssituation für den Sektor Consumer Experiences bestand ebenso unverändert weiter wie die Anlaufschwierigkeiten bei den Wachstumsinitiativen im Sektor Consumer Choices. GfK ging deshalb von einem Umsatz im Jahr 2016 unter dem des Vorjahres aus und erwartete eine deutliche Verschlechterung der AOI-Marge gegenüber dem Vorjahr.

PROGNOSTIZIERTER UND TATSÄCHLICHER GESCHÄFTSVERLAUF

Zielgröße 2016

Gruppe	<ul style="list-style-type: none"> Moderates organisches Wachstum über dem Vorjahr und oberhalb der Marktforschungsbranche AOI-Marge sollte sich deutlich verbessern
Consumer Experiences	<ul style="list-style-type: none"> Wachstumsbeitrag auf Marktniveau Moderate Margensteigerung
Consumer Choices	<ul style="list-style-type: none"> Deutliches Umsatzwachstum, Umsatzanteil bezogen auf den Gruppenumsatz sollte ansteigen Marge sollte sich gegenüber dem Vorjahr deutlich verbessern

Unterjährige Änderung am 4. August 2016

Gruppe	<ul style="list-style-type: none"> Umsatzentwicklung unterhalb des Marktes wird nicht ausgeschlossen AOI-Marge könnte auch unterhalb der des Vorjahres liegen
Consumer Experiences	<ul style="list-style-type: none"> Umsatzentwicklung abhängig von der weiteren Entwicklung des Auftragseingangs AOI-Marge abhängig von der weiteren Entwicklung des Auftragseingangs, könnte auch unter der des Vorjahres liegen
Consumer Choices	<ul style="list-style-type: none"> Umsatzentwicklung abhängig von den weiteren Fortschritten bei den Wachstumsinitiativen AOI-Marge abhängig von den weiteren Fortschritten bei den Wachstumsinitiativen, könnte auch unter der des Vorjahres liegen

Unterjährige Konkretisierung am 14. November 2016

Gruppe	<ul style="list-style-type: none"> Fortsetzung der Umsatzentwicklung in den ersten drei Quartalen auch im vierten Quartal Für AOI-Marge wird Höhe unter der des Vorjahres erwartet
Consumer Experiences	<ul style="list-style-type: none"> Deutlicher Umsatzrückgang AOI-Marge: unverändert
Consumer Choices	<ul style="list-style-type: none"> Umsatzwachstum, Anteil am Gruppenumsatz soll ansteigen Die Margenentwicklung ist davon abhängig, wie schnell die beiden Fernsehforschungsverträge ihr volles Umsatz- und Ergebnispotenzial erreichen

Unterjährige Konkretisierung am 30. Dezember 2016

Gruppe	<ul style="list-style-type: none"> Viertes Quartal: Risiken bleiben bestehen, keine Verbesserung des bisherigen Trends Umsatz unter dem Vorjahr AOI-Marge wird sich im Jahresvergleich deutlich verschlechtern
Consumer Experiences	<ul style="list-style-type: none"> Herausfordernde Wettbewerbssituation
Consumer Choices	<ul style="list-style-type: none"> Anhaltende Anlaufschwierigkeiten bei Wachstumsinitiativen Entwicklung bei den Media-Measurement-Verträgen im Königreich Saudi-Arabien und Brasilien kritisch, einmalige Sondereffekte können nicht ausgeschlossen werden

2.7 ANGABEN GEMÄSS § 315 ABS. 4 HGB

Die nachfolgenden Angaben geben die Verhältnisse wieder, wie sie am Bilanzstichtag bestanden.

Zusammensetzung des Gezeichneten Kapitals

Das Grundkapital der GfK SE (nachfolgend auch Gesellschaft) beträgt zum 31. Dezember 2016 insgesamt 153.316.363,20 Euro. Es ist eingeteilt in 36.503.896 Stückaktien, die auf den Inhaber lauten.

Beschränkungen, die die Stimmrechte oder die Übertragung von Aktien betreffen

Satzungsmäßige Beschränkungen, die die Stimmrechte oder die Übertragung von Aktien betreffen, gibt es nicht.

Direkte oder indirekte Beteiligungen am Kapital, die 10 Prozent der Stimmrechte überschreiten

Der GfK-Nürnberg Gesellschaft für Konsum-, Markt- und Absatzforschung e.V., Nürnberg, ist an der GfK SE direkt mit 56,46 Prozent der Stimmrechte beteiligt. Darüber hinaus liegen der Gesellschaft keine Meldungen vor, aus denen ein Anteilsbesitz mit mehr als 10 Prozent der Stimmrechte hervorgeht.

Aktien mit Sonderrechten, die Kontrollbefugnisse verleihen

Aktien mit Sonderrechten, die Kontrollbefugnisse verleihen, wurden nicht ausgegeben. Alle Aktien sind mit den gleichen Rechten ausgestattet.

Art der Stimmrechtskontrolle durch am Kapital beteiligte Arbeitnehmer

Die am Kapital der Gesellschaft beteiligten Arbeitnehmer können ihre Stimmrechte, wie andere Aktionäre auch, nach Maßgabe der gesetzlichen Vorschriften und der Satzung unmittelbar ausüben.

Ernennung und Abberufung von Vorstandsmitgliedern sowie Satzungsänderungen

Nach § 84 AktG und § 5 der Satzung der GfK SE werden die Mitglieder des Vorstands vom Aufsichtsrat bestellt. Nach § 5 der Satzung der GfK SE bestimmt der Aufsichtsrat die Zahl der Mitglieder des Vorstands, der aus mindestens zwei Mitgliedern besteht. Der Aufsichtsrat bestellt die Mitglieder des Vorstands für einen Zeitraum von höchstens fünf Jahren. Eine einmalige oder mehrmalige Wiederbestellung für jeweils höchstens fünf Jahre ist zulässig. Der Aufsichtsrat kann ein Vorstandsmitglied zum Vorstandsvorsitzenden und eines oder mehrere zu stellvertretenden Vorsitzenden des Vorstands ernennen. Darüber hinaus gelten die gesetzlichen Vorschriften zur Bestellung und Abberufung von Mitgliedern des Vorstands (§§ 84, 85 AktG).

Nach § 20 der Satzung der GfK SE bedürfen Beschlüsse zur Änderung der Satzung, sofern nicht zwingend gesetzliche Vorschriften entgegenstehen, einer Mehrheit von zwei Dritteln der abgegebenen gültigen Stimmen oder, sofern mindestens die Hälfte des Grundkapitals vertreten ist, der einfachen Mehrheit der abgegebenen Stimmen. In den Fällen, in denen das Gesetz zusätzlich eine Mehrheit des bei der Beschlussfassung vertretenen Grundkapitals erfordert, genügt, sofern nicht durch Gesetz eine andere Mehrheit zwingend vorgeschrieben ist, die einfache Mehrheit des vertretenen Grundkapitals. Die Satzung enthält keine über die gesetzlichen Vorschriften der §§ 133, 179 AktG hinausgehenden Regelungen.

BEFUGNIS DES VORSTANDS, AKTIEN AUSZUGEBEN ODER ZURÜCKZUKAUFEN

Genehmigtes Kapital

Der Vorstand ist durch Beschluss der Hauptversammlung vom 28. Mai 2015 ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Grundkapital der Gesellschaft bis zum 27. Mai 2020 durch ein- oder mehrmalige Ausgabe neuer Stückaktien gegen Bar- oder Sacheinlage um insgesamt bis zu nominal 55.000.000,00 Euro zu erhöhen (genehmigtes Kapital). Aktionären steht grundsätzlich ein Bezugsrecht auf die neuen Aktien zu. Die neuen Aktien können auch nach Maßgabe von Art. 9 Abs. 1 lit. c) (ii) SE-Verordnung, § 186 Abs. 5 AktG von einer Bank oder einem Bankenkonsortium mit der Verpflichtung übernommen werden, sie den Aktionären zum Bezug anzubieten (mittelbares Bezugsrecht). Der Vorstand kann mit Zustimmung des Aufsichtsrats das gesetzliche Bezugsrecht der Aktionäre ausschließen:

- (a) wenn die Kapitalerhöhung gegen Bareinlagen erfolgt und der Ausgabebetrag der neuen Aktien den Börsenpreis nicht wesentlich unterschreitet; die Anzahl der nach dieser Ermächtigung unter Ausschluss des Bezugsrechts insgesamt ausgegebenen Aktien darf weder im Zeitpunkt des Wirksamwerdens noch im Zeitpunkt der Ausübung dieser Ermächtigung 10 Prozent des Grundkapitals überschreiten. Auf diese Zahl sind Aktien anzurechnen, die zur Bedienung von Bezugsrechten aus Options- oder Wandelschuldverschreibungen ausgegeben werden oder auszugeben sind, sofern die Schuldverschreibungen während der Laufzeit dieser Ermächtigung in entsprechender Anwendung des Art. 9 Abs. 1 lit. c) ii) SE-Verordnung, § 186 Abs. 3 Satz 4 AktG unter Ausschluss des Bezugsrechts ausgegeben werden; ferner sind auf diese Zahl Aktien anzurechnen, die während der Laufzeit dieser Ermächtigung aufgrund einer Ermächtigung zur Veräußerung eigener Aktien gemäß Art. 9 Abs. 1 lit. c) ii) SE-Verordnung, §§ 71 Abs. 1 Nr. 8, 186 Abs. 3 Satz 4 AktG unter Ausschluss des Bezugsrechts veräußert werden;
- (b) zum Erwerb von Sacheinlagen, insbesondere im Rahmen von Unternehmenszusammenschlüssen oder zum (auch mittelbaren) Erwerb von Unternehmen, Beteiligungen an Unternehmen, Unternehmensteilen, Forderungen (zum Beispiel ausstehenden Schuldverschreibungen) oder anderen Vermögenswerten gegen Gewährung von Aktien der Gesellschaft;
- (c) um die neuen Aktien als Belegschaftsaktien an Arbeitnehmer der Gesellschaft oder verbundener Unternehmen i. S. d. Art. 9 Abs. 1 lit. c) ii) SE-Verordnung, § 15 ff. AktG auszugeben;
- (d) um den Inhabern von im Zeitpunkt der Ausnutzung des genehmigten Kapitals umlaufenden Wandelanleihen oder Optionsscheinen der Gesellschaft oder ihrer Konzerngesellschaften ein Bezugsrecht auf neue Aktien in dem Umfang einzuräumen, wie es ihnen nach Ausübung der Wandel- und/oder Optionsrechte bzw. nach Erfüllung einer Wandlungs- oder Bezugspflicht als Aktionären zustehen würde;
- (e) zum Ausgleich von Spitzenbeträgen, um ein praktikables Bezugsverhältnis zu ermöglichen

Die Summe aller nach dieser Ermächtigung unter Ausschluss des Bezugsrechts gegen Bar- und Sacheinlagen ausgegebenen Aktien darf insgesamt 20 Prozent des zum Zeitpunkt des

Wirksamwerdens dieser Ermächtigung oder, falls dieser Wert geringer sein sollte, des zum Zeitpunkt der Ausübung der Ermächtigung bestehenden Grundkapitals nicht übersteigen, unabhängig davon, aufgrund welcher der vorstehenden Buchstaben (a) bis (e) das gesetzliche Bezugsrecht der Aktionäre ausgeschlossen wird. Auf diese Zahl sind Aktien anzurechnen, die zur Bedienung von Bezugsrechten aus Options- oder Wandelschuldverschreibungen ausgegeben wurden oder auszugeben sind, sofern die Schuldverschreibungen während der Laufzeit dieser Ermächtigung unter Ausschluss des Bezugsrechts ausgegeben werden.

Der Vorstand ist ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats den weiteren Inhalt der Aktienrechte und die Bedingungen der Aktienaussgabe festzulegen. Der Aufsichtsrat ist ermächtigt, die Fassung der Satzung entsprechend der jeweiligen Ausnutzung des genehmigten Kapitals oder nach Ablauf der Ermächtigungsfrist zu ändern.

Bedingtes Kapital

Gemäß § 3 Abs. 9 der Satzung ist das Grundkapital um bis zu 21.000.000,00 Euro, eingeteilt in bis zu 5.000.000 neue, auf den Inhaber lautende Stückaktien mit Gewinnanteilberechtigung ab Beginn des Geschäftsjahres ihrer Ausgabe, bedingt erhöht (bedingtes Kapital). Die bedingte Kapitalerhöhung dient der Gewährung von Aktien an die Inhaber von Options- und/oder Wandelschuldverschreibungen, die aufgrund der Ermächtigung, welche die Hauptversammlung am 28. Mai 2015 unter Tagesordnungspunkt 8 Buchstabe b) beschlossen hat (siehe unten), von der Gesellschaft oder von einer im unmittelbaren oder mittelbaren Mehrheitsbesitz der Gesellschaft stehenden Gesellschaft gegen bar begeben werden. Die Ausgabe der neuen Aktien erfolgt nach Maßgabe des aufgrund vorbezeichneter Ermächtigung jeweils festzulegenden Options- bzw. Wandlungspreises. Die bedingte Kapitalerhöhung ist nur insoweit durchzuführen, wie von Options- und/oder Wandlungsrechten aus den Schuldverschreibungen Gebrauch gemacht wird bzw. Wandlungspflichten aus den Schuldverschreibungen erfüllt werden und soweit nicht ein Barausgleich gewährt oder eigene Aktien oder aus einem anderen bedingten oder aus einem genehmigten Kapital geschaffene Aktien zur Bedienung eingesetzt werden. Der Vorstand ist ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats die weiteren Einzelheiten der Durchführung der bedingten Kapitalerhöhung festzusetzen.

Ausgabe von Options- und/oder Wandelschuldverschreibungen

Der Vorstand ist mit Beschluss der Hauptversammlung vom 28. Mai 2015 (Tagesordnungspunkt 8 Buchstabe b)) ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats bis zum 27. Mai 2020 einmalig oder mehrmals

› durch die Gesellschaft oder durch im unmittelbaren oder mittelbaren Mehrheitsbesitz der Gesellschaft stehende Gesellschaften („nachgeordnete Konzernunternehmen“) mit Sitz im Inland oder Ausland auf den Inhaber lautende Options- und/oder Wandelschuldverschreibungen im Gesamtnennbetrag von bis zu 250.000.000,00 Euro mit oder ohne Laufzeitbegrenzung („Schuldverschreibungen“) zu begeben und

› für solche von nachgeordneten Konzernunternehmen der Gesellschaft begebene Schuldverschreibungen die Garantie zu übernehmen

› und den Inhabern von Schuldverschreibungen Options- oder Wandlungsrechte auf insgesamt bis zu 5.000.000 auf den Inhaber lautende Stückaktien der Gesellschaft nach näherer Maßgabe der jeweiligen Bedingungen der Schuldverschreibungen („Bedingungen“) zu gewähren.

Die Schuldverschreibungen können außer in Euro auch – unter Begrenzung auf den entsprechenden Euro-Gegenwert – in der gesetzlichen Währung eines OECD-Landes begeben werden. Die Ausgabe von Schuldverschreibungen kann auch gegen Sacheinlage, insbesondere zum Zwecke des Erwerbs von Unternehmen, Unternehmensteilen oder Beteiligungen an Unternehmen, erfolgen, sofern dies im Interesse der Gesellschaft liegt und der Wert der Sacheinlage in einem angemessenen Verhältnis zum Wert der Schuldverschreibung steht, wobei der nach anerkannten Methoden ermittelte theoretische Marktwert maßgeblich ist.

Den Aktionären steht grundsätzlich ein Bezugsrecht auf die Schuldverschreibungen zu; die Schuldverschreibungen können entsprechend Art. 9 Abs. 1 lit. c) ii) SE-Verordnung, § 186 Abs. 5 AktG auch von einer Bank oder einem Bankenkonsortium mit der Verpflichtung übernommen werden, sie den Aktionären zum Bezug anzubieten. Werden Schuldverschreibungen von einem nachgeordneten Konzernunternehmen ausgegeben, stellt die Gesellschaft die entsprechende Gewährung von Bezugsrechten für die Aktionäre der Gesellschaft sicher.

Der Vorstand ist jedoch ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Bezugsrecht der Aktionäre auf die Schuldverschreibungen auszuschließen,

› sofern sie gegen bar ausgegeben werden und der Ausgabepreis den nach anerkannten finanzmathematischen Methoden ermittelten theoretischen Marktwert der Schuldverschreibungen nicht wesentlich unterschreitet; dies gilt jedoch nur insoweit, als die zur Bedienung der dabei begründeten Options- und/oder Wandlungsrechte auszugebenden Aktien insgesamt 10 Prozent des Grundkapitals nicht überschreiten, und zwar weder bezogen auf den Zeitpunkt des Wirksamwerdens noch auf den Zeitpunkt der Ausübung dieser Ermächtigung. Auf diesen Betrag ist der anteilige Betrag des Grundkapitals anzurechnen, der auf Aktien entfällt, die ab dem 28. Mai 2015 aus einem genehmigten Kapital im Wege der Barkapitalerhöhung unter Ausschluss des Bezugsrechts gemäß Art. 9 Abs. 1 lit. c) ii) SE-Verordnung, § 186 Abs. 3 Satz 4 AktG ausgegeben werden. Außerdem ist auf diesen Betrag der anteilige Betrag des Grundkapitals anzurechnen, der auf die Veräußerung eigener Aktien entfällt, sofern diese während der Laufzeit dieser Ermächtigung unter Ausschluss eines Bezugsrechts gemäß Art. 9 Abs. 1 lit. c) ii) SE-Verordnung, § 186 Abs. 3 Satz 4 AktG erfolgt;

› um Spitzenbeträge, die sich aufgrund des Bezugsverhältnisses ergeben, vom Bezugsrecht der Aktionäre auf die Schuldverschreibungen auszunehmen;

- › soweit es erforderlich ist, um Inhabern von Optionsrechten oder Wandelschuldverschreibungen, die von der Gesellschaft oder ihren nachgeordneten Konzernunternehmen ausgegeben wurden oder werden, ein Bezugsrecht in dem Umfang zu gewähren, wie es ihnen nach Ausübung der Rechte bzw. nach Erfüllung von Wandlungspflichten zustünde;
- › soweit die Ausgabe der Schuldverschreibungen gegen Sacheinlage, insbesondere zum Zwecke des Erwerbs von Unternehmen, Unternehmensteilen, Beteiligungen an Unternehmen, Forderungen (zum Beispiel ausstehenden Schuldverschreibungen) oder anderen Vermögenswerten, erfolgt, sofern dies jeweils im Interesse der Gesellschaft liegt und der Wert der Sacheinlage in einem angemessenen Verhältnis zum Wert der Schuldverschreibung steht

Die Ermächtigung zum Ausschluss des Bezugsrechts ist insoweit beschränkt, als nach Ausübung der Options- bzw. Wandlungsrechte die daraufhin auszugebenden Aktien zusammen mit Aktien, die während der Laufzeit dieser Ermächtigung aufgrund eines bestehenden genehmigten Kapitals unter Ausschluss des Bezugsrechts ausgegeben werden, 20 Prozent des zum Zeitpunkt des Wirksamwerdens der Ermächtigung bzw. – falls dieser Wert geringer ist – des zum Zeitpunkt der Ausnutzung der Ermächtigung bestehenden Grundkapitals nicht übersteigen dürfen.

Im Falle der Ausgabe von Wandelanleihen erhalten die Inhaber das Recht, ihre Schuldverschreibungen gemäß den vom Vorstand festgelegten Wandelanleihebedingungen in auf den Inhaber lautende Stückaktien der Gesellschaft zu wandeln. Das Wandlungsverhältnis ergibt sich aus der Division des Nennbetrags oder, sofern es die Bedingungen vorsehen, eines unter dem Nennbetrag liegenden Ausgabebetrags einer Teilschuldverschreibung durch den festgesetzten Wandlungspreis für eine Aktie der Gesellschaft und kann auf eine volle Zahl auf- oder abgerundet werden; ferner kann eine in bar zu leistende Zuzahlung und die Zusammenlegung oder ein Ausgleich für nicht wandlungsfähige Spitzen festgesetzt werden. Die Bedingungen können ein variables Wandlungsverhältnis und eine Bestimmung des Wandlungspreises (vorbehaltlich des nachfolgend bestimmten Mindestpreises) innerhalb einer vorgegebenen Bandbreite in Abhängigkeit von der Entwicklung des Börsenkurses der Aktie der Gesellschaft während der Laufzeit der Anleihe vorsehen. Der anteilige Betrag des Grundkapitals, der auf die je Teilschuldverschreibung zu beziehenden Aktien entfällt, darf den Nennbetrag der Teilschuldverschreibungen nicht übersteigen. Art. 9 Abs. 1 lit. c) ii) SE-Verordnung, §§ 9 Abs. 1 und 199 Abs. 2 AktG bleiben unberührt.

Im Falle der Ausgabe von Optionsanleihen werden jeder Teilschuldverschreibung ein oder mehrere Optionsscheine beigelegt, die den Inhaber nach näherer Maßgabe der vom Vorstand festzulegenden Optionsbedingungen zum Bezug von auf den Inhaber lautenden Stückaktien der Gesellschaft berechtigen. Die Optionsbedingungen können vorsehen, dass der Optionspreis auch durch Übertragung von Teilschuldverschreibungen und gegebenenfalls eine bare Zuzahlung erfüllt werden kann. Das Bezugsverhältnis ergibt sich aus der Division des Nennbetrags oder, sofern es die Bedingungen vorsehen, eines unter dem Nennbetrag liegenden Ausgabebetrags einer Teilschuldverschreibung durch den festgesetzten Optionspreis für eine

Aktie der Gesellschaft. Der anteilige Betrag des Grundkapitals, der auf die je Teilschuldverschreibung zu beziehenden Aktien entfällt, darf den Nennbetrag der Teilschuldverschreibungen nicht übersteigen. Soweit sich Bruchteile von Aktien ergeben, kann vorgesehen werden, dass diese Bruchteile nach Maßgabe der Options- bzw. Anleihebedingungen, gegebenenfalls gegen Zuzahlung, zum Bezug ganzer Aktien aufaddiert werden können. Art. 9 Abs. 1 lit. c) ii) SE-Verordnung, §§ 9 Abs. 1 und 199 Abs. 2 AktG bleiben unberührt.

Die Bedingungen können das Recht der Gesellschaft vorsehen, im Falle der Wandlung bzw. Optionsausübung nicht neue Aktien zu gewähren, sondern einen Geldbetrag zu zahlen, der für die Anzahl der anderenfalls zu liefernden Aktien dem nicht gewichteten durchschnittlichen Schlusskurs der Aktien der Gesellschaft im Xetra-Handel der Frankfurter Wertpapierbörse (oder in einem entsprechenden Nachfolgesystem) während der zehn Börsenhandelstage vor oder nach Erklärung der Wandlung bzw. der Optionsausübung entspricht. Die Bedingungen können auch vorsehen, dass die Wandelanleihe nach Wahl der Gesellschaft statt in neue Aktien aus bedingtem Kapital auch in neue Aktien aus einem genehmigten Kapital oder in bereits existierende Aktien der Gesellschaft gewandelt werden bzw. das Optionsrecht durch Lieferung solcher Aktien erfüllt werden kann.

Die Bedingungen können auch eine Wandlungspflicht zum Ende der Laufzeit (oder zu einem anderen Zeitpunkt) oder das Recht der Gesellschaft vorsehen, bei Endfälligkeit der Wandelschuldverschreibungen (dies umfasst auch eine Fälligkeit wegen Kündigung) den Anleihegläubigern ganz oder teilweise anstelle der Zahlung des fälligen Geldbetrags Aktien der Gesellschaft zu gewähren (Aktienlieferungsrecht).

Der jeweils festzusetzende Options- oder Wandlungspreis für eine auf den Inhaber lautende Stückaktie der Gesellschaft muss mindestens 80 Prozent des durchschnittlichen volumengewichteten Börsenkurses der Aktien gleicher Gattung der Gesellschaft im Xetra-Handel an der Frankfurter Wertpapierbörse (oder einem vergleichbaren Nachfolgesystem) an den letzten zehn Börsenhandelstagen vor dem Tag der Beschlussfassung durch den Vorstand über die Ausgabe der Schuldverschreibungen betragen oder, sofern den Aktionären ein Bezugsrecht auf die Schuldverschreibungen zusteht, mindestens 80 Prozent des durchschnittlichen volumengewichteten Börsenkurses der Aktien gleicher Gattung der Gesellschaft im Xetra-Handel an der Frankfurter Wertpapierbörse (oder einem vergleichbaren Nachfolgesystem) im Zeitraum vom Beginn der Bezugsfrist bis zum dritten Tag vor der Bekanntmachung der endgültigen Konditionen gemäß Art. 9 Abs. 1 lit. c) ii) SE-Verordnung, § 186 Abs. 2 Satz 2 AktG (einschließlich) betragen.

In den Fällen einer Options- bzw. Wandlungspflicht oder eines Aktienlieferungsrechts kann der Options- bzw. Wandlungspreis nach näherer Maßgabe der Bedingungen auch unterhalb des oben genannten Mindestpreises (80 Prozent) liegen, muss jedoch zumindest dem durchschnittlichen volumengewichteten Börsenkurs der Aktien gleicher Gattung der Gesellschaft im Xetra-Handel an der Frankfurter Wertpapierbörse (oder einem vergleichbaren Nachfolgesystem) während eines Zeitraums von 15 Börsenhandelstagen vor dem Tag der Endfälligkeit bzw. dem anderen festgelegten Zeitpunkt entsprechen.

Der anteilige Betrag des Grundkapitals der auszugebenden Aktien der Gesellschaft darf den Nennbetrag der Schuldver-

schreibungen nicht übersteigen. Art. 9 Abs. 1 lit. c) ii) SE-Verordnung, §§ 9 Abs. 1 und 199 Abs. 2 AktG bleiben unberührt.

Der Options- bzw. Wandlungspreis kann unbeschadet des Art. 9 Abs. 1 lit. c) ii) SE-Verordnung, § 9 Abs. 1, 199 Abs. 2 AktG aufgrund einer Verwässerungsschutzklausel nach näherer Bestimmung der Bedingungen dann ermäßigt werden, wenn die Gesellschaft bis zum Ablauf der Options- oder Wandlungsfrist unter Einräumung eines Bezugsrechts an ihre Aktionäre das Grundkapital erhöht oder weitere Schuldverschreibungen begibt oder garantiert und den Inhabern schon bestehender Options- oder Wandlungsrechte hierbei kein Bezugsrecht eingeräumt wird. Die Bedingungen können auch für andere Maßnahmen der Gesellschaft, die zu einer wirtschaftlichen Verwässerung des Wertes der Options- bzw. Wandlungsrechte führen können, eine wertwahrende Anpassung des Options- bzw. Wandlungspreises vorsehen. Die Ermäßigung des Options- bzw. Wandlungspreises kann auch durch eine Barzahlung bei Ausübung des Options- bzw. Wandlungsrechts oder bei der Erfüllung einer Options- oder Wandlungspflicht bewirkt werden. In jedem Fall darf der anteilige Betrag am Grundkapital der je Schuldverschreibung zu beziehenden Aktien den Nennbetrag der Schuldverschreibung nicht übersteigen.

Der Vorstand wird ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats unter Beachtung der vorstehenden Vorgaben die weiteren Einzelheiten der Ausgabe und Ausstattung der Schuldverschreibungen und ihrer Bedingungen festzusetzen bzw. im Einvernehmen mit den Organen des die Schuldverschreibungen begebenden nachgeordneten Konzernunternehmens festzulegen, insbesondere Zinssatz, Art der Verzinsung, Ausgabebetrag, Laufzeit, Stückelung, Verwässerungsschutzbestimmungen, Options- bzw. Wandlungszeitraum sowie Options- bzw. Wandlungspreis.

Der Vorstand wird in jedem Fall sorgfältig prüfen, ob er von der Ermächtigung zur Ausgabe von Schuldverschreibungen unter Ausschluss des Bezugsrechts der Aktionäre Gebrauch machen soll, und wird dies nur dann tun, wenn dies unter Abwägung aller Gesichtspunkte im Interesse der Gesellschaft und ihrer Aktionäre liegt.

Erwerb eigener Aktien

Mittels Beschluss der Hauptversammlung vom 27. Mai 2014 wurde die Gesellschaft gemäß § 71 Abs. 1 Nr. 8 AktG ermächtigt, eigene Aktien in Höhe von bis zu insgesamt 10 Prozent des zum Zeitpunkt der Beschlussfassung oder, falls dieser Wert geringer ist, des zum Zeitpunkt der Ausübung der Ermächtigung bestehenden Grundkapitals zu erwerben. Auf die erworbenen Aktien dürfen zusammen mit anderen Aktien, die sich im Besitz der Gesellschaft befinden oder ihr nach den §§ 71a ff. AktG zuzurechnen sind, zu keinem Zeitpunkt mehr als 10 Prozent des jeweiligen Grundkapitals entfallen. Die Ermächtigung darf von der Gesellschaft nicht zum Zweck des Handels in eigenen Aktien genutzt werden. Die Ermächtigung gilt bis zum 26. Mai 2019.

Die Ermächtigung kann ganz oder in Teilbeträgen, einmal oder mehrmals, in Verfolgung eines Zweckes oder mehrerer Zwecke durch die Gesellschaft, durch abhängige oder im Mehrheitsbesitz der Gesellschaft stehende Unternehmen oder für ihre oder deren Rechnung durch Dritte ausgenutzt werden.

Der Erwerb von eigenen Aktien erfolgt nach Wahl des Vorstands (i) über die Börse oder (ii) mittels eines an alle Aktionäre gerichteten öffentlichen Kaufangebots bzw. mittels einer öffentlichen Aufforderung zur Abgabe eines solchen Angebots.

(i) Erfolgt der Erwerb der Aktien über die Börse, darf der von der Gesellschaft gezahlte Gegenwert je Aktie (ohne Erwerbsnebenkosten) den Schlusskurs der Aktie im Xetra-Handel (oder einem vergleichbaren Nachfolgesystem) an dem letzten Handelstag vor dem Stichtag um nicht mehr als 10 Prozent über- und nicht mehr als 10 Prozent unterschreiten. Stichtag ist dabei der Tag der endgültigen Entscheidung des Vorstands über das formelle Angebot. Im Falle der Angebotsanpassung tritt an seine Stelle der Tag der endgültigen Entscheidung des Vorstands über die Anpassung.

(ii) Erfolgt der Erwerb über ein öffentliches Kaufangebot bzw. eine öffentliche Aufforderung zur Abgabe eines Kaufangebots, dürfen der gebotene Kaufpreis oder die Grenzwerte der Kaufpreisspanne je Aktie (ohne Erwerbsnebenkosten) den Schlusskurs der Aktie im Xetra-Handel (oder einem vergleichbaren Nachfolgesystem) an dem letzten Handelstag vor dem Stichtag um nicht mehr als 10 Prozent über- oder unterschreiten. Ergeben sich nach der Veröffentlichung eines Kaufangebots bzw. der öffentlichen Aufforderung zur Abgabe eines Kaufangebots erhebliche Abweichungen des maßgeblichen Kurses, so kann das Angebot bzw. die Aufforderung zur Abgabe eines Kaufangebots angepasst werden. In diesem Fall wird auf den Schlusskurs im Xetra-Handel (oder einem vergleichbaren Nachfolgesystem) am Börsentag vor dem Tag vor der Veröffentlichung einer etwaigen Anpassung abgestellt. Das Kaufangebot bzw. die Aufforderung zur Abgabe eines solchen Angebots kann weitere Bedingungen vorsehen. Sofern das Kaufangebot überzeichnet ist bzw. im Fall einer Aufforderung zur Abgabe des Angebots von mehreren gleichwertigen Angeboten nicht sämtliche angenommen werden, kann die Annahme unter insoweit partiellem Ausschluss eines eventuellen Andienungsrechts der Aktionäre nach Quoten erfolgen. Eine bevorrechtigte Annahme geringer Stückzahlen von bis zu 100 Stück zum Erwerb angebotener Aktien je Aktionär kann unter insoweit partiellem Ausschluss eines eventuellen Andienungsrechts der Aktionäre vorgesehen werden. Ebenfalls vorgesehen werden kann eine Rundung nach kaufmännischen Gesichtspunkten zur Vermeidung rechnerischer Bruchteile der Aktien. Die nähere Ausgestaltung des Angebots bzw. einer an die Aktionäre gerichteten Aufforderung zur Abgabe von Verkaufsangeboten bestimmt der Vorstand.

Der Vorstand wird ermächtigt, die aufgrund dieser oder einer früheren Ermächtigung erworbenen eigenen Aktien über die Börse oder über ein Angebot an alle Aktionäre zu veräußern. Der Vorstand wird ferner ermächtigt, die aufgrund dieser Ermächtigung, einer älteren Ermächtigung oder auf sonstige Weise gemäß §§ 71 ff. AktG erworbenen Aktien zu allen gesetzlich zulässigen Zwecken, insbesondere auch zu den folgenden, zu verwenden:

- (1) Die Aktien können auch in anderer Weise als über die Börse oder durch Angebot an alle Aktionäre veräußert werden, wenn die Aktien gegen Barzahlung zu einem Preis veräußert werden, der den Börsenpreis von Aktien der Gesellschaft mit gleicher Ausstattung zum Zeitpunkt der Veräußerung nicht wesentlich unterschreitet, wobei als maßgeblicher Börsenkurs im Sinne der vorstehenden Regelung der Mittelwert der Schlusskurse der Aktie der Gesellschaft im Xetra-Handel (oder einem vergleichbaren Nachfolgesystem) während der letzten fünf Börsentage vor der Veräußerung der Aktien gilt. In diesem Fall darf die Anzahl der zu veräußernden Aktien insgesamt 10 Prozent des Grundkapitals zum Zeitpunkt des Wirksamwerdens dieser Ermächtigung oder, falls dieser Betrag geringer ist, 10 Prozent des zum Zeitpunkt der Veräußerung der Aktien eingetragenen Grundkapitals der Gesellschaft nicht überschreiten. Auf diese Begrenzung von 10 Prozent des Grundkapitals sind diejenigen Aktien anzurechnen, die während der Laufzeit dieser Ermächtigung in direkter oder entsprechender Anwendung von § 186 Abs. 3 Satz 4 AktG unter erleichtertem Ausschluss des Bezugsrechts ausgegeben oder veräußert werden. Ferner sind auf diese Begrenzung auf 10 Prozent des Grundkapitals diejenigen Aktien anzurechnen, die zur Bedienung von Schuldverschreibungen mit Wandel- und/oder Optionsrecht ausgegeben wurden oder auszugeben sind, sofern die Schuldverschreibungen während der Laufzeit dieser Ermächtigung in entsprechender Anwendung des § 186 Abs. 3 Satz 4 AktG unter Ausschluss des Bezugsrechts ausgegeben werden.
- (2) Die Aktien können gegen Sachleistung, insbesondere im Rahmen von Unternehmenszusammenschlüssen oder im Rahmen des Erwerbs von Unternehmen, Teilen von Unternehmen oder Unternehmensbeteiligungen oder im Rahmen des Erwerbs von sonstigen Vermögensgegenständen, angeboten und auf diese übertragen werden.
- (3) Die Aktien können zur Erfüllung von Wandlungs- und/oder Optionsrechten bzw. -pflichten aus oder im Zusammenhang mit Wandel- und/oder Optionsschuldverschreibungen verwendet werden, die von der Gesellschaft oder ihren Konzerngesellschaften ausgegeben werden. Ferner können die Aktien auch im Rahmen einer Wertpapierleihe überlassen werden.
- (4) Die Aktien können eingezogen werden, ohne dass die Einziehung oder ihre Durchführung eines weiteren Hauptversammlungsbeschlusses bedarf. Die Einziehung kann auf einen Teil der erworbenen Aktien beschränkt werden. Die Einziehung führt zur Kapitalherabsetzung. Der Vorstand kann abweichend davon bestimmen, dass das Grundkapital bei der Einziehung unverändert bleibt und sich stattdessen durch die Einziehung der Anteil der übrigen Aktien am Grundkapital gemäß § 8 Abs. 3 AktG erhöht. Der Vorstand ist in diesem Fall ermächtigt, die Angabe der Zahl der Aktien in der Satzung anzupassen.

Die vorstehenden Ermächtigungen können einmal oder mehrmals, einzeln oder gemeinsam, umfassend oder bezogen auf Teilvolumina der erworbenen eigenen Aktien, die Ermächti-

gungen unter (1), (2) und (3) auch durch abhängige oder im Mehrheitsbesitz der Gesellschaft stehende Unternehmen oder auf deren Rechnung oder auf Rechnung der Gesellschaft handelnde Dritte, ausgenutzt werden.

Das Bezugsrecht der Aktionäre auf diese Aktien wird insoweit ausgeschlossen, als diese Aktien gemäß der vorstehenden Ermächtigung unter (1) bis (3) verwendet werden.

Wesentliche Vereinbarungen, die unter der Bedingung eines Kontrollwechsels infolge eines Übernahmeangebots stehen

Im Falle eines Kontrollwechsels im Rahmen eines Übernahmeangebots können die 2014 neu verhandelte revolvingende Kreditfazilität (Amend to Extend) über 182 Millionen Euro und 18 Millionen Euro Ancillary Linie, die in den Jahren 2013 (85 Millionen Euro), 2015 (114 Millionen Euro) und 2016 aufgenommenen Schuldscheindarlehen (130 Millionen Euro) sowie verschiedene bilaterale Bankdarlehen (120 Millionen Euro) fällig gestellt werden. Als Kontrollwechsel ist definiert, wenn eine andere Partei als der GfK-Nürnberg Gesellschaft für Konsum-, Markt- und Absatzforschung e.V. allein oder mit anderen gemeinsam handelnd unmittelbar oder mittelbar das Recht erwirbt, mehr als 50 Prozent der Stimmrechte auszuüben oder mehr als 50 Prozent des Kapitals an der Gesellschaft zu halten. Bei öffentlichen Angeboten zum Erwerb von Aktien der Gesellschaft gelten ausschließlich Gesetz und Satzung einschließlich der Bestimmungen des deutschen Wertpapiererwerbs- und Übernahmegesetzes.

Entschädigungsvereinbarungen für den Fall eines Übernahmeangebots

Entschädigungsvereinbarungen der GfK SE, die für den Fall eines Übernahmeangebots mit den Mitgliedern des Vorstands und den Arbeitnehmern getroffen sind, bestehen nicht.

2.8 SEKTOREN: KONSUMENTEN UND MÄRKTE IM FOKUS

Mit unseren beiden Geschäftssektoren Consumer Experiences und Consumer Choices halten wir für unsere Kunden weltweit ein umfassendes Angebot an Informations- und Beratungsservices bereit.

Der Sektor **Consumer Experiences (CE)** untersucht das Verhalten, die Wahrnehmungen und Einstellungen von Verbrauchern. Hier bieten wir unseren Kunden fundierte Antworten auf die Frage, wer warum und wie konsumiert. Um zu verstehen, wie Verbraucher Marken und Services erleben, entwickeln wir beständig neue, wegweisende und teils sehr komplexe Verfahren. Ergänzt werden sie durch erprobte kreative, robuste und flexible Methoden der Marktanalyse.

Der Sektor **Consumer Choices (CC)** untersucht, was wann und wo konsumiert wird. Hier liegt der Schwerpunkt auf der kontinuierlichen Messung von Marktgrößen und -trends. Dabei analysieren wir alle wesentlichen Medien, Absatz- und Informationskanäle.

Auf diese Weise verbinden wir substanzielle Erkenntnisse über Verbraucherentscheidungen und Markttrends mit einem tiefen Wissen über die Treiber dieser Entwicklungen – und das weltweit. Für unsere Kunden, die zumeist in einer Vielzahl von Märkten agieren, liegt in der Kombination dieser beiden Sektoren ein enormer Mehrwert.

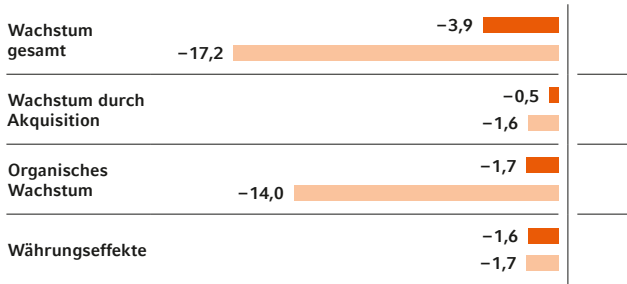
GfK nutzt für die interne Steuerung der beiden Sektoren die finanziellen Leistungsindikatoren Umsatz und Marge (Verhältnis des angepassten operativen Ergebnisses zum Umsatz).

Ergänzt werden die beiden Sektoren durch den Bereich **Sonstige**, in dem zentrale Dienstleistungen zusammengefasst sind.

Nachfolgend ist die wirtschaftliche Entwicklung dargestellt.

STRUKTUR DES WACHSTUMS GESAMT

in % ¹⁾

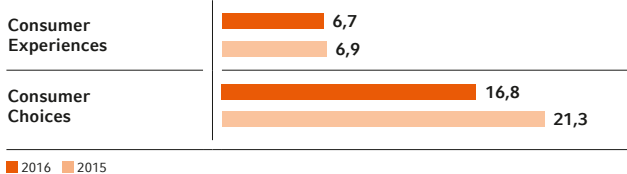


■ Umsatz ■ Angepasstes operatives Ergebnis

1) Rundungsdifferenzen möglich

MARGEN DER SEKTOREN

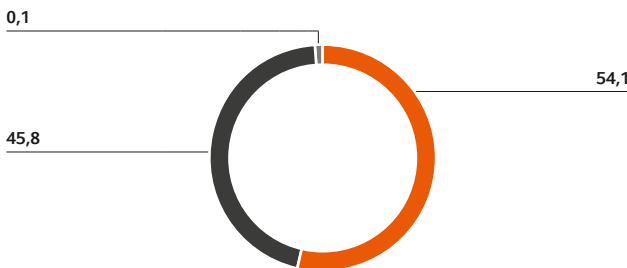
in %



■ 2016 ■ 2015

ANTEILE DER SEKTOREN AM UMSATZ

in % ¹⁾

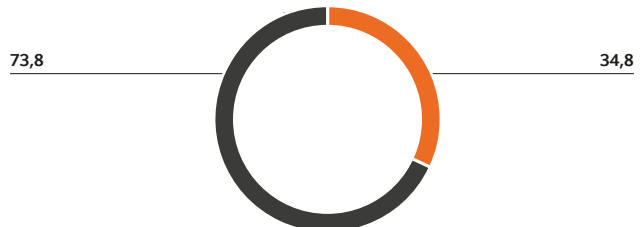


■ Consumer Experiences ■ Consumer Choices ■ Bereich Sonstige

1) Rundungsdifferenzen möglich

ANTEILE DER SEKTOREN AM ANGEPASSTEN OPERATIVEN ERGEBNIS

in % ¹⁾



■ Consumer Experiences ■ Consumer Choices ■ Bereich Sonstige ²⁾

1) Rundungsdifferenzen möglich

2) Mit -8,6 Prozent in der grafischen Darstellung nicht berücksichtigt

Wirtschaftliche Entwicklung der Sektoren

Consumer Experiences: Der Sektor Consumer Experiences erzielte im vergangenen Geschäftsjahr einen Umsatz von 803,0 Millionen Euro (-6,5 Prozent gegenüber Vorjahr). Dabei ist ein organischer Umsatzrückgang von -6,4 Prozent zu verzeichnen. Währungseffekte wirkten sich zusätzlich mit -2,3 Prozent negativ auf die Umsatzentwicklung aus. Auf das akquisitionsbedingte Wachstum entfielen im Berichtszeitraum 2,2 Prozent.

Die strategische Neuausrichtung des Sektors Consumer Experiences wurde auch im Jahr 2016 weiter vorangetrieben. Die Entwicklung des Ad-hoc-Marktforschungsgeschäfts in etablierten Märkten wie Nordeuropa, Süd- und Westeuropa und Nordamerika wirkte sich belastend auf unsere Umsatzentwicklung aus. Die rückläufige Auftragsentwicklung bei Bestandskunden wie auch starker Wettbewerbsdruck können hierfür als Ursache genannt werden. Auch in den Regionen Zentral Osteuropa/META und Asien und Pazifik haben wir ein negatives Umsatzwachstum verzeichnet. Speziell die anhaltend schwierige politische Lage in einigen Ländern in der META-Region wirkte sich negativ auf die Auftragsituation aus. Gute Umsatzentwicklungen konnten in der Wachstumsregion Lateinamerika verzeichnet werden. Der akquisitionsbedingte Zuwachs war zurückzuführen auf den Erwerb von zwei Gesellschaften: NORM in Schweden und den Niederlanden sowie Netquest in den Regionen Süd- und Westeuropa, Lateinamerika und Nordamerika. Durch diese Akquisitionen haben wir unsere digitale Kompetenz gestärkt und unsere globale Präsenz in digitalen Geschäftsfeldern und bei globalen Produkten weiter ausgebaut.

Das Ergebnis mit 54,0 Millionen Euro ist gegenüber dem Vorjahr um 4,9 Millionen Euro gesunken (-8,4 Prozent).

Die operative Ergebnismarge im Geschäftsjahr 2016 war mit 6,7 Prozent leicht rückläufig im Vergleich zum Vorjahreswert (6,9 Prozent). Bei negativem Umsatzwachstum konnte einem Rückgang der operativen Ergebnismarge deutlich entgegen-gesteuert werden. Dies ist zurückzuführen auf eine weitere Optimierung der Prozesse, die positiven Auswirkungen implementierter Effizienzsteigerungsmaßnahmen sowie eine Fokussierung auf Ressourcen- und Kostenoptimierung.

Effizienzsteigerungen wie auch Akquisitionen im Sektor Consumer Experiences beeinflussten den Personalbestand. Er ist im

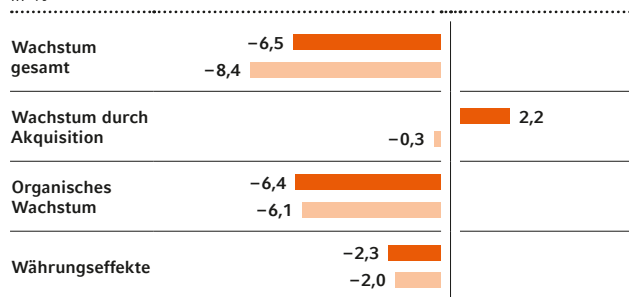
abgelaufenen Geschäftsjahr auf 5.677 Mitarbeiter (Vorjahr 5.892 Mitarbeiter) gesunken.

CONSUMER EXPERIENCES: WICHTIGE KENNZIFFERN ¹⁾

Millionen Euro	2015	2016	Veränderung in %
Umsatz	859,1	803,0	-6,5
Angepasstes operatives Ergebnis	58,9	54,0	-8,4
Marge in %	6,9	6,7	-0,1 ²⁾
Mitarbeiter	5.892	5.677	-3,7

1) Rundungsdifferenzen möglich
2) Prozentpunkte

CONSUMER EXPERIENCES: STRUKTUR DES WACHSTUMS VON UMSATZ UND ANGEPASSTEM OPERATIVEM ERGEBNIS in % ¹⁾



■ Umsatz ■ Angepasstes operatives Ergebnis

1) Rundungsdifferenzen möglich

Consumer Choices: Der Umsatz im Sektor Consumer Choices blieb im Jahr 2016 mit 680,3 Millionen Euro gegenüber dem Vorjahr nahezu stabil. Das organische Wachstum lag bei 4,1 Prozent. Der Verkauf der Aktivitäten im Bereich Pflanzenschutz und Tiergesundheit sorgten insgesamt dafür, dass ein Rückgang des Gesamtumsatzes von -0,1 Prozent zu verzeichnen war.

Das organische Umsatzwachstum entwickelte sich in allen Regionen positiv. Die Wachstumsregionen Zentral Osteuropa/META und Asien und Pazifik haben von den Media-Measurement-Verträgen im Königreich Saudi-Arabien und in Singapur profitiert. Wechselkurseffekte beeinflussten vor allem in den Regionen Lateinamerika, Zentral Osteuropa/META und Nord-europa die Entwicklungen negativ.

Im Bereich Media Measurement konnte ein zweistelliges Umsatzwachstum gegenüber dem Vorjahr erzielt werden. Dies ist vor allem auf die Verträge in Singapur und im Königreich Saudi-Arabien zurückzuführen. Die Entwicklung der Fernsehforschung in Brasilien und im Königreich Saudi-Arabien bleibt weiterhin kritisch, und die Verhandlungen über Vertragsanpassungen dauern an. Für den Vertrag in Brasilien wurden seit März 2016 keine Umsätze gebucht. Demgegenüber wurde die erfolgreiche sektorübergreifende Zusammenarbeit für das Produkt GfK Crossmedia Link weiter vorangetrieben und Wachstum in den etablierten Märkten generiert, außerdem wurden erste Erfolge in neuen Ländern erzielt.

Das Kerngeschäft im Bereich Point of Sales Measurement (unter Berücksichtigung der Desinvestitionen) entwickelte sich weiter-

hin solide mit einem geringen einstelligen Umsatzwachstum. Insbesondere in den Warengruppen Telekommunikation sowie Haushaltsgroß- und -kleingeräte (MDA/SDA) wurde ein robuster Umsatzzuwachs erreicht, wohingegen der Bereich Unterhaltungselektronik unter Vorjahr abgeschlossen hat. Dies ist vor allem auf Portfolioreduktionen bei Großkunden zurückzuführen. Verzögerungen in der Vermarktung bei den Wachstumsprojekten wirkten sich zusätzlich negativ aus.

Mit 114,6 Millionen Euro lag das Ergebnis des Sektors Consumer Choices um 30,5 Millionen Euro deutlich unter dem Vorjahr (2015: 145,0 Millionen Euro). Die Marge hat sich um 4,5 Prozentpunkte auf 16,8 Prozent reduziert. Dies ist vor allem bedingt durch die Entwicklung der Fernsehforschung in Brasilien unter Berücksichtigung der Risikovorsorgemaßnahmen. Zusätzlich wirkten sich die Verzögerungen bei den Wachstumsprojekten im Bereich Point of Sales Measurement und die Einstellung der Aktivitäten für AutoCat negativ aus. Auch die Geschäftsentwicklung der verkauften Aktivitäten im Bereich Pflanzenschutz und Tiergesundheit und Genius Digital wirkten belastend.

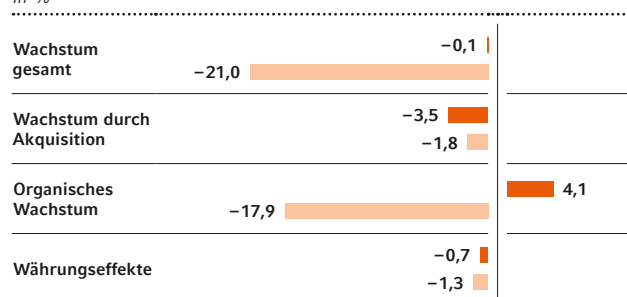
Zum 31. Dezember 2016 betrug der Mitarbeiterstand 5.620 (Vorjahreswert: 5.828). Der Rückgang ist hauptsächlich auf die Desinvestitionen des Bereichs Pflanzenschutz und Tiergesundheit (-142 Mitarbeiter) und Genius Digital (-22 Mitarbeiter) zurückzuführen. Der weitere Kapazitätsausbau in den Global Service Centers und damit einhergehende Effizienzsteigerungen führten zu einer Gesamtreduktion von 208 Mitarbeitern.

CONSUMER CHOICES: WICHTIGE KENNZIFFERN ¹⁾

Millionen Euro	2015	2016	Veränderung in %
Umsatz	681,1	680,3	-0,1
Angepasstes operatives Ergebnis	145,0	114,6	-21,0
Marge in %	21,3	16,8	-4,5 ²⁾
Mitarbeiter	5.828	5.620	-3,6

1) Rundungsdifferenzen möglich
2) Prozentpunkte

CONSUMER CHOICES: STRUKTUR DES WACHSTUMS VON UMSATZ UND ANGEPASSTEM OPERATIVEM ERGEBNIS in % ¹⁾



■ Umsatz ■ Angepasstes operatives Ergebnis

1) Rundungsdifferenzen möglich

Sonstige: Im Bereich Sonstige fasst GfK im Zuge der globalen Strategie die Aufwendungen für übergreifende Funktionsbereiche der Verwaltung und Administration (Corporate Functions) zusammen. Hierzu wird in IT-Hardware und -Software sowie Prozessoptimierungen investiert, um das Geschäft besser zu steuern und effizienter aufzustellen.

Der Umsatz des Bereichs Sonstige lag im Berichtszeitraum bei 0,5 Millionen Euro und damit um 2,7 Millionen Euro unter dem Vorjahresniveau (2015: 3,2 Millionen Euro). Der Rückgang resultiert aus dem Verkauf des Druckereigeschäfts in der Schweiz Anfang des Jahres 2016.

Die Ergebnisunterdeckung des Bereichs Sonstige war für 2016 mit –13,3 Millionen Euro deutlich geringer als im Vorjahr (2015: –16,4 Millionen Euro).

Durch die auf Konzernebene ebenfalls anfallenden Leitungskosten (sogenannte Stewardship Expenses) ist zu erwarten, dass im Bereich Sonstige auch zukünftig eine Unterdeckung zu verzeichnen sein wird.

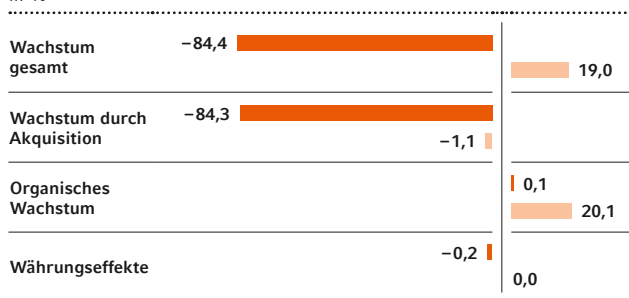
Zum Jahresende 2016 lag die Zahl der Mitarbeiter im Bereich Sonstige bei 1.772 und somit nahezu unverändert im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitpunkt (2015: 1.765 Mitarbeiter).

SONSTIGE: WICHTIGE KENNZIFFERN ¹⁾

Millionen Euro	2015	2016	Veränderung in %
Umsatz	3,2	0,5	-84,4
Angepasstes operatives Ergebnis	-16,4	-13,3	19,0
Mitarbeiter	1.765	1.772	0,4

1) Rundungsdifferenzen möglich

SONSTIGE: STRUKTUR DES WACHSTUMS VON UMSATZ UND ANGEPASSTEM OPERATIVEM ERGEBNIS in % ¹⁾



■ Umsatz ■ Angepasstes operatives Ergebnis

1) Rundungsdifferenzen möglich

2.9 REGIONEN: WELTWEIT NAH AN UNSEREN KUNDEN

Mit ihren Tochterunternehmen ist die GfK Gruppe in über 100 Ländern aktiv. Geografisch haben wir unser Geschäft in den sechs Regionen Nordeuropa, Süd- und Westeuropa, Zentral Osteuropa/META (Mittlerer Osten, Türkei, Afrika), Nordamerika, Lateinamerika sowie Asien und Pazifik organisiert.

Im Jahr 2016 sind die Regionen Asien und Pazifik, Zentral Osteuropa/META und Lateinamerika organisch gewachsen und haben sich trotz überwiegend negativer Wechselkurseffekte insgesamt positiv entwickelt. Die Region Süd- und Westeuropa ist im vierten Quartal organisch gewachsen, konnte aber den Rückstand aus den ersten drei Quartalen nur teilweise kompensieren. Die Regionen Nordeuropa und insbesondere Nordamerika verzeichneten einen Umsatzrückgang.

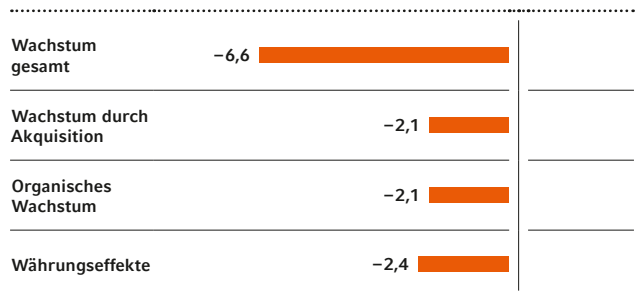
Nordeuropa: Die Region ist mit einem Anteil von 36,2 Prozent des Gesamtumsatzes weiterhin die umsatzstärkste Region. Der Gesamtumsatz in Höhe von 537,4 Millionen Euro im Jahr 2016 verringerte sich um –6,6 Prozent. Hierbei sind –2,1 Prozent im Wesentlichen durch den Verkauf der Aktivitäten des Bereichs Pflanzenschutz und Tiergesundheit zurückzuführen. Der Haupttreiber des weiteren Gesamtrückgangs war Großbritannien. Außerdem wurde das Wachstum durch negative Währungseffekte von –2,4 Prozent beeinflusst, wozu maßgeblich das schwache britische Pfund beigetragen hat.

NORDEUROPA: WICHTIGE KENNZIFFERN ¹⁾

Millionen Euro	2015	2016	Veränderung in %
Umsatz	575,6	537,4	-6,6
Mitarbeiter	3.570	3.367	-5,7

1) Rundungsdifferenzen möglich

NORDEUROPA: STRUKTUR DES UMSATZWACHSTUMS in % ¹⁾



1) Rundungsdifferenzen möglich

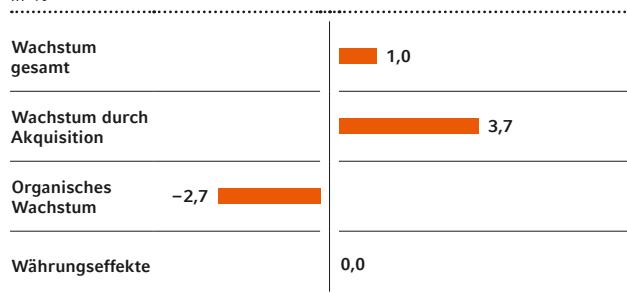
Süd- und Westeuropa: Auch 2016 konnten wir in Süd- und Westeuropa den Umsatz wieder erhöhen und verzeichneten ein Gesamtwachstum von 1,0 Prozent auf 269,8 Millionen Euro. Der organische Umsatzrückgang von -2,7 Prozent wurde dabei durch die Akquisitionen von Netquest und NORM mit insgesamt 3,7 Prozent kompensiert.

SÜD- UND WESTEUROPA: WICHTIGE KENNZIFFERN ¹⁾

Millionen Euro	2015	2016	Veränderung in %
Umsatz	267,0	269,8	1,0
Mitarbeiter	1.893	1.979	4,6

1) Rundungsdifferenzen möglich

SÜD- UND WESTEUROPA: STRUKTUR DES UMSATZWACHSTUMS in % ¹⁾



1) Rundungsdifferenzen möglich

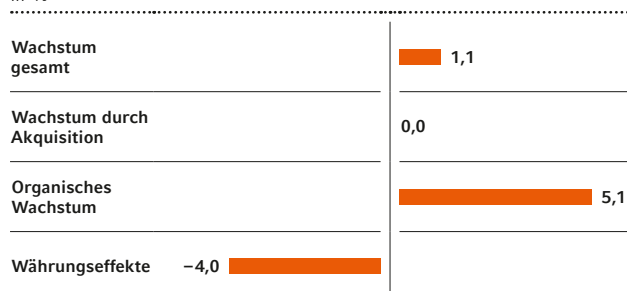
Zentral Osteuropa/META: Im Geschäftsjahr 2016 konnten wir erneut ein starkes organisches Umsatzwachstum von 5,1 Prozent erzielen. Ungünstige Währungseffekte führten zu einem Gesamtwachstum von 1,1 Prozent. Der stärkste Beitrag kommt aus dem Media-Measurement-Vertrag im Königreich Saudi-Arabien.

ZENTRAL OSTEUROPA/META: WICHTIGE KENNZIFFERN ¹⁾

Millionen Euro	2015	2016	Veränderung in %
Umsatz	126,5	127,9	1,1
Mitarbeiter	3.490	3.536	1,3

1) Rundungsdifferenzen möglich

ZENTRAL OSTEUROPA/META: STRUKTUR DES UMSATZWACHSTUMS in % ¹⁾



1) Rundungsdifferenzen möglich

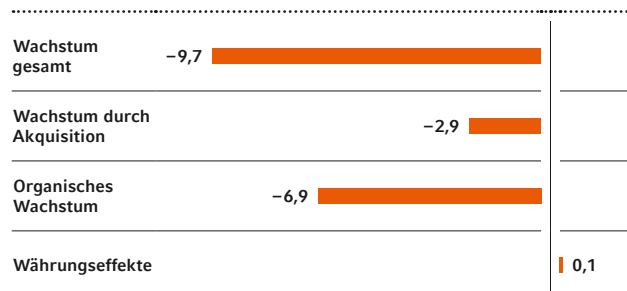
Nordamerika: Das überaus starke Umsatzwachstum vom Vorjahr konnte die Region 2016 leider nicht wiederholen und verzeichnete einen organischen Rückgang von -6,9 Prozent. Der positive Effekt aus der Akquisition von Netquest wurde deutlich überkompensiert durch den Verkauf der Aktivitäten des Bereichs Pflanzenschutz und Tiergesundheit, der das Wachstum in Summe mit -2,9 Prozent negativ beeinflusste.

NORDAMERIKA: WICHTIGE KENNZIFFERN ¹⁾

Millionen Euro	2015	2016	Veränderung in %
Umsatz	321,0	289,8	-9,7
Mitarbeiter	1.041	915	-12,1

1) Rundungsdifferenzen möglich

NORDAMERIKA: STRUKTUR DES UMSATZWACHSTUMS in % ¹⁾



1) Rundungsdifferenzen möglich

Lateinamerika: In Lateinamerika konnten wir durch organisches Wachstum den Umsatz 2016 um 5,4 Prozent erhöhen. Die Akquisition von Netquest erbrachte zudem einen positiven Effekt von 6,5 Prozent. Allerdings wirkten sich dagegen Währungseffekte in Höhe von –9,3 Prozent negativ aus. In der Gesamtbilanz haben wir einen Umsatz von 69,7 Millionen Euro erarbeitet, was einem Gesamtwachstum von 2,6 Prozent entspricht.

LATEINAMERIKA: WICHTIGE KENNZIFFERN ¹⁾

Millionen Euro	2015	2016	Veränderung in %
Umsatz	67,9	69,7	2,6
Mitarbeiter	1.202	1.155	–3,9

1) Rundungsdifferenzen möglich

LATEINAMERIKA: STRUKTUR DES UMSATZWACHSTUMS

in % ¹⁾

Wachstum gesamt	2,6
Wachstum durch Akquisition	6,5
Organisches Wachstum	5,4
Währungseffekte	–9,3

1) Rundungsdifferenzen möglich

Asien und Pazifik: In dieser Region haben wir im Geschäftsjahr 2016 einen Umsatz von 189,3 Millionen Euro und damit ein organisches Wachstum von 2,3 Prozent gegenüber dem Vorjahr erwirtschaftet. Hierbei konnten wir von dem Media-Measurement-Vertrag in Singapur profitieren. Die negativen Währungseffekte in China wurden durch die positiven Währungseffekte in Japan ausgeglichen, und es wurde ein Gesamtwachstum von 2,1 Prozent erzielt.

ASIEN UND PAZIFIK: WICHTIGE KENNZIFFERN ¹⁾

Millionen Euro	2015	2016	Veränderung in %
Umsatz	185,4	189,3	2,1
Mitarbeiter	2.289	2.116	–7,6

1) Rundungsdifferenzen möglich

ASIEN UND PAZIFIK: STRUKTUR DES UMSATZWACHSTUMS

in % ¹⁾

Wachstum gesamt	2,1
Wachstum durch Akquisition	–0,2
Organisches Wachstum	2,3
Währungseffekte	0,1

1) Rundungsdifferenzen möglich

Nachfolgend sind die wesentlichen Veränderungen im GfK-Netzwerk dargestellt.

WESENTLICHE VERÄNDERUNGEN IN DER GfK GRUPPE

Unternehmen	Investitionsanlass	Anteilsveränderung in Prozent	Sektor	Region
Netquest	Akquisition	Von 0 auf 100	Consumer Experiences	Süd- und Westeuropa, Lateinamerika
Bereich Pflanzenschutz und Tiergesundheit	Desinvestition	Von 100 auf 0	Consumer Choices	Weltweit
USEEDS	Desinvestition	Von 50 auf 0	Consumer Experiences	Nordeuropa
GfK Print Center	Desinvestition	Von 100 auf 0	Consumer Experiences	Nordeuropa
Qosmos	Desinvestition	Von 11,7 auf 0	Consumer Experiences	Süd- und Westeuropa, Nordamerika, Asien und Pazifik
Genius Digital	Desinvestition	Von 75 auf 0	Consumer Choices	Nordeuropa
NOP Global Ltd.	Desinvestition	Von 100 auf 0	Consumer Experiences	Nordeuropa, Asien und Pazifik
SMSI France	Desinvestition	Von 20,4 auf 0	Consumer Experiences	Süd- und Westeuropa

3. FORSCHUNG UND ENTWICKLUNG

Die Erwartungen unserer Kunden nach Unterstützung bei Ihren Entscheidungen auf Basis zuverlässiger Daten verändern sich kontinuierlich. Dies hat in hohem Maße Einfluss auf GfK und die Erforschung von neuen Fähigkeiten und Produkten. Dabei geht es nicht nur um die Einblicke und Empfehlungen, die sich aus den Daten ableiten lassen, sondern auch darum, sie dem Kunden zum richtigen Zeitpunkt und in der richtigen Datenstruktur zur Verfügung zu stellen. Wir konzentrieren uns deshalb auf das Zusammenspiel von Wissensgenerierung für den Kunden und der flexiblen Bereitstellung dieses Wissens. Die Grundlage hierfür bilden die Spezialisten des globalen GfK-Bereichs Data Science & Technology. Diese Mitarbeiter arbeiten mit unseren globalen Marktforschungsteams zusammen, um die sich kontinuierlich verändernden Kunden- und Marktbedürfnisse in neue Anforderungen und Chancen für spezifische Methoden und Softwareanwendungen umzusetzen und mit Kunden zu testen.

Schnellere Antworten und Anreize für die interaktive Datenanalyse

Kunden suchen zunehmend nach schnellen und einfachen Wegen, um direkt auf Daten zugreifen zu können, ohne sie herunterzuladen oder ihre eigenen Systeme darauf anpassen zu müssen. Wir arbeiten deshalb verstärkt daran, Kunden intuitive und interaktive Software bereitzustellen, die auch ihrer individuellen Wettbewerbssituation und spezifischen Nutzerbedürfnissen gerecht werden. So wurde beispielsweise 2016 eine neue Generation interaktiver Software einer ersten internationalen Großkundengruppe zur Verfügung gestellt, die Handels- und Vertriebsinformationen bereitstellt. Entscheidungsträger bedeutender Hersteller nutzen auf intuitive Weise ein interaktives Management Dashboard um den eigenen Vertriebs Erfolg gegen den Gesamtmarkt zu benchmarken. Das neue Analysewerkzeug Retail Scout von GfK bietet ebenso leistungsstarke und maßgeschneiderte Antworten für die Bedürfnisse großer Händler. Der Crossmedia Linkage Visualizer von GfK ist ein neues, interaktives Werkzeug, das Einblicke erlaubt, wie Konsumenten Smartphones, Tablets und PCs nutzen. Alle neuen Software-Applikationen nutzen fortschrittliche und leistungsfähige Web-Technologien, um unseren Kunden noch nie dagewesene Geschwindigkeit und Interaktivität zu ermöglichen.

Geschwindigkeit durch Selbstbedienung und neue Verarbeitungsansätze

Die Nachfrage nach der schnellen Lieferung von Erkenntnissen aus der Datenanalyse erfordert Lösungsansätze, die über interaktive Bereitstellung und Analyse hinausgehen. Viele Kunden fordern agile Möglichkeiten bei der Auseinandersetzung mit geschäftlichen Fragen und sind bereit, ein gewisses Maß an Service und Qualität gegen Schnelligkeit und geringere Einstiegskosten einzutauschen. Dieser Trend zu Self Service und Agilität ist innerhalb der Marktforschungsbranche bekannt. GfK arbeitet derzeit an eigener Self-Service-Technologie mit vorgefertigten Templates.

Beschleunigung der Datenverarbeitung

Auch für die Beschleunigung unserer internen Datenverarbeitung erarbeiten wir Leistungssteigerungen durch den Einsatz neuer methodischer und technischer Ansätze. So haben wir unter anderem begonnen, unsere Verarbeitung der Handelsdaten mithilfe fortschrittlicher Algorithmen auf Basis von künstlicher Intelligenz zu beschleunigen. Dabei werden die erhobenen Daten automatisch kategorisiert und für die Mitarbeiter automatisierte Vorschläge errechnet, um die weitere manuelle Datenverarbeitung zu beschleunigen. Wir streben wo immer möglich nach mehr Automatisierung, wobei smarte Algorithmen und Verfahrensweisen die Qualitätssicherung nicht vernachlässigen, sondern vielmehr stärken. Weitergehende Investitionen in Rechnersysteme helfen uns ebenfalls, die wachsenden Datenmengen immer schneller abzuwickeln.

Mehrwert durch die Integration von Daten

GfK erkundet kontinuierlich das Potenzial neuer Datenpartnerschaften und verbessert auch die Möglichkeiten, interne Daten miteinander zu verbinden, um so Kundenwünsche noch besser abzudecken. Aus unseren Gesprächen mit weltweit operierenden Kunden wissen wir, dass die Datenintegration enormes Potenzial besitzt, um gerade dort Antworten auf Fragen der Unternehmen zu liefern, wo Ansätze mit einzelnen Datenströmen in der Vergangenheit gescheitert sind. Die Ermittlung der crossmedialen Mediennutzung ist nur ein Beispiel. Es zeigt, wie offen unsere GfK-Crossmedia-Link-Produktfamilie im Zusammenspiel mit unserer Evogenius-Plattform ist und wie die zugrundeliegenden GfK-Technologieplattformen in der Lage sind, immer mehr Datenströme für integrierte Analysen zusammenzuführen. Zudem haben wir angefangen, einige unserer Erkenntnisse in Data-Management-Plattformen (DMP) einzuspeisen, um den wachsenden Markt für automatisierte digitale Werbegestaltung zu bedienen.

Ein zentraler Bereich für Investitionen in Forschung und Entwicklung ist unsere neue Initiative Supercrunch. Wir haben uns im Austausch mit großen Kunden mit ihren Anforderungen im Datenintegrationsbereich vertraut gemacht. Jetzt konzentrieren wir uns auf neue, datengetriebene, analytische Anwendungen, die unsere eigenen Daten mit neuen, wissenschaftlichen Ansätzen verbinden. Die Kernabsicht besteht darin, fortschrittliche wissenschaftliche Modelle aus Daten ableiten zu können und es Kunden zu ermöglichen, Parameter zu ändern und an eigene Bedürfnisse anzupassen, um hiermit unterschiedliche Szenarien durchzuspielen. Darüber hinaus befassen wir uns derzeit damit, zusätzliche Daten aus externen Quellen zu integrieren. Wir sind der festen Überzeugung, dass eine Kombination aus GfK-Werkzeugen und Beratungsleistungen unseren Kunden helfen wird, eigene Herausforderungen im Bereich der Datenintegration zu meistern und Antworten abzuleiten, wo klassische Marktforschungsansätze bislang keine befriedigenden Ergebnisse liefern konnten.

4. HUMAN RESOURCES

Aufgabe der Abteilung Human Resources (HR) ist es, den Rahmen für „People Excellence“ zu schaffen. HR unterstützt außerdem kontinuierlich den Aufbau neuer Organisationseinheiten sowie die geschäftsorientierte Weiterentwicklung unserer Aufbau- und Ablauforganisation. Eine besondere Aufgabe im Geschäftsjahr 2016 bestand darin, als kompetenter Business Partner laufende Transformationsprozesse – wie die Implementierung von One GfK – aktiv zu begleiten.

4.1 ORGANISATIONSENTWICKLUNG

Mit One GfK wollen wir unsere weltweit vorhandenen Kompetenzen aus den beiden Sektoren, aus den Produkt- und Industrieorganisationen sowie innerhalb von Operations verknüpfen und die interne Zusammenarbeit stärken. One GfK hilft uns, unsere Prozesse zu vereinheitlichen, die Effizienz und Effektivität in unseren Arbeitsabläufen zu steigern und gegenüber Kunden mit einer Stimme zu sprechen. Darüber hinaus ermöglicht uns One GfK, sowohl unseren Mitarbeitern als auch externen Talenten noch attraktivere Stellenangebote sowie breitere Karriereperspektiven und Entwicklungsmöglichkeiten zu offerieren. Unsere Initiative hilft uns so, auch in Zukunft ein attraktiver und nachhaltig wettbewerbsfähiger Arbeitgeber im Bereich der Marktforschung zu sein.

One GfK wurde im Jahr 2016 sowohl global als auch regional und auf Länderebene weiter vorangetrieben. Während mehrere Länder bereits erfolgreich eine One-GfK-Struktur implementiert haben, wird die phasenweise Umsetzung von One GfK auch im Jahr 2017 Fokusthema in allen GfK-Regionen bleiben.

Darüber hinaus haben wir durch die Reorganisation unserer Operations-Funktionen die operative Einheit „ONE Operations“ geschaffen, die alle GfK-Geschäftsbereiche standort- und sektorübergreifend unterstützt. Mit dieser Neuaufstellung wurden unsere weltweit vorhandenen Kompetenzen im Bereich Operations gebündelt und die internationale Zusammenarbeit verbessert. Zugleich wurden die operativen Aufgaben lokaler Geschäftseinheiten in globalen Servicezentren (GSCs) weiter zusammengeführt. Mit dem Aufbau eines weltweiten Netzwerks von Qualitätsbeauftragten haben wir auch das Qualitätsmanagement der GfK-Operations-Funktionen gestärkt.

4.2 FÜHRUNGSKRÄFTEENTWICKLUNG UND GLOBALE TRAININGSMASSNAHMEN

HR hat die organisatorischen Veränderungsprozesse aktiv mitgestaltet. Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurden beispielsweise verschiedene Bereiche aus den beiden Sektoren unter einer gemeinsamen Leitung konzentriert sowie Führungspositionen neu definiert und besetzt. Außerdem haben wir Trainingsprogramme entwickelt, die unsere Führungskräfte in Organisationsprojekten wie One GfK unterstützen. Dazu zählt ein „GfK Business and Leadership Skills Program“ für Führungskräfte und Mitarbeiter mit weiterführendem Potenzial, das 2017 schrittweise eingeführt werden wird. Es umfasst Inhalte zur GfK-Strategie, unserem Geschäftsmodell oder auch zu Führungskompetenzen und persönlicher Entwicklung.

Neben den Trainingsangeboten für Führungskräfte wurde auch das Weiterbildungsangebot für Mitarbeiter ausgebaut. Mehr als 900 GfK-Mitarbeiter weltweit haben 2016 an Präsenztrainings zu strategischem Verkaufen, Consulting, Verhandlungsführung und Projektmanagement teilgenommen.

Gerade Projektmanagement ist eine Schlüsselkompetenz für unser Unternehmen. Ein bereichsübergreifendes Team aus HR, Finanz, Marketing und dem Projektmanagement-Office hat daher einen spezifischen Karrierepfad für Projektmanager entwickelt, der sich derzeit in der Einführung befindet. Er beinhaltet die Definition verschiedener Stufen einer Projektmanagement-Zertifizierung und eine detaillierte Beschreibung der erforderlichen Fähigkeiten, Erfahrungen, Rollen und Verantwortlichkeiten sowie entsprechende Trainings.

Im Juni 2016 ging unsere komplett überarbeitete globale Schulungsplattform „Learning@GfK“ live, die Teil unseres Blended-Learning-Ansatzes ist. Derzeit haben etwa 4.000 Mitarbeiter – vorwiegend aus den Bereichen Consumer Choices und Operations – darauf Zugriff. Bis Ende des zweiten Quartals 2017 soll die Plattform auch allen anderen GfK-Mitarbeitern offenstehen. Die Schulungsplattform bietet interaktive Trainings, die auf die Funktion des Mitarbeiters oder sein Fachgebiet zugeschnitten sind.

4.3 MITARBEITERBEFRAGUNG 2016

Eine Unternehmenstransformation kann nur erfolgreich sein, wenn die Mitarbeiter informiert und einbezogen werden. Wie in den Vorjahren haben wir daher auch im Jahr 2016 eine Mitarbeiterbefragung durchgeführt. Nachdem in der Vergangenheit unterschiedliche Formate verwendet wurden, um den jeweiligen Transformationsabschnitt bestmöglich abzubilden, haben wir in der letztjährigen Kurzbefragung eine global repräsentative, zufällig ausgewählte Stichprobe von 2.000 GfK-Mitarbeitern befragt. Die Beteiligung lag mit 70 Prozent im Rahmen der bisher durchgeführten Kurzbefragungen (62–73 Prozent). Die Bereitschaft der Mitarbeiter, ihrem Unternehmen – auch durch aus kritische – Rückmeldung zu geben, ist also weiterhin hoch.

Kern der Befragung war der Employee Engagement Index, der die emotionale und intellektuelle Verbundenheit der Mitarbeiter mit ihrem Job, ihrer Organisation, ihrem Vorgesetzten oder ihren Kollegen abbildet. Im Vergleich zu 2015 hat der Indexwert zwar zwei Punkte verloren, doch die Einsatzbereitschaft für das Unternehmen ist auf einem gleichbleibend hohen Niveau. Der zukünftige Erfolg ihres Unternehmens ist den Mitarbeitern sogar noch wichtiger als im Vorjahr. Handlungsfelder für uns, die aus der Befragung abgeleitet werden konnten, sind die abteilungsübergreifende Zusammenarbeit, ein klares Rollenverständnis in den Bereichen und die Sichtbarkeit von positiven Transformationsergebnissen.

Die globale Mitarbeiterbefragung wird auch in Zukunft ein zentrales Instrument sein, um Feedback unserer Mitarbeiter einzuholen. Für 2017 werden wir unser bestehendes Konzept daher weiterentwickeln.

4.4 GfK-SOZIALCHARTA

Als global agierendes Unternehmen haben wir die Verantwortung, über das gesamte GfK-Netzwerk hinweg eine Kultur des Vertrauens und des Respekts zu fördern, die keinerlei Form von Diskriminierung oder Belästigung toleriert. HR hat daher in Zusammenarbeit mit dem europäischen Betriebsrat eine Sozialcharta erarbeitet, die im April 2016 vom Vorstandsvorsitzenden der GfK und der Vorsitzenden des europäischen Betriebsrats unterzeichnet wurde. Die Sozialcharta definiert die sozialen Rechte und ethischen Richtlinien, an denen sich unser Unternehmen weltweit orientiert. Sie beschreibt, wie sich alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter entsprechend nationalen Gesetzen, kulturellen Traditionen und länderspezifischen Beschäftigungsbedingungen verhalten sollen. Die Grundsätze zu Gleichbehandlung, Gesundheit, Sicherheit und Würde am Arbeitsplatz, Arbeitsentgelt, Arbeitszeiten, Qualifikation, Versammlungsfreiheit und Unternehmensdialog stellen sicher, dass all unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von den Vorteilen des Wachstums unserer Organisation profitieren und in einem Umfeld arbeiten können, in dem sie sich aufrichtig wertgeschätzt fühlen.

Die Sozialcharta wurde bereits in mehrere Sprachen übersetzt und wird weltweit im Laufe des Jahres 2017 weiter eingeführt.

4.5 PERSONALBESTAND

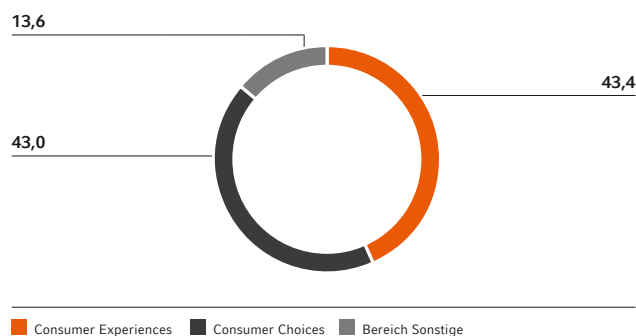
Zum Ende des Geschäftsjahres 2016 waren bei der GfK Gruppe 13.069 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und damit 416 weniger als im Vorjahr (-3,1 Prozent) angestellt. Im Sektor Consumer Choices ist dieser Rückgang größtenteils bedingt durch den Verkauf der Aktivitäten des Bereichs Pflanzenschutz und Tiergesundheit. Im Sektor Consumer Experiences ist der Rückgang der Mitarbeiterzahl auf die Anpassung der Personalstärke an die Marktgegebenheiten zurückzuführen. Er wird zum Teil durch die Personalübernahme aus Akquisitionen kompensiert.

In den ausländischen Gesellschaften waren 10.777 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und damit 401 weniger als im Vorjahr beschäftigt. Insgesamt arbeiteten somit 82,5 Prozent der GfK-Belegschaft außerhalb Deutschlands.

Die stärksten Personalrückgänge gegenüber dem Vorjahr verzeichneten die Regionen Nordeuropa, Nordamerika und Asien und Pazifik. In Nordeuropa und Nordamerika ist der Rückgang zu einem Teil auf die Desinvestitionen im Bereich Pflanzenschutz und Tiergesundheit zurückzuführen. In der Region Asien und Pazifik führten Kapazitätsanpassungen zu sinkenden Mitarbeiterzahlen. In der Region Süd- und Westeuropa ist der Bestand durch Akquisitionen gestiegen.

MITARBEITER NACH SEKTOREN

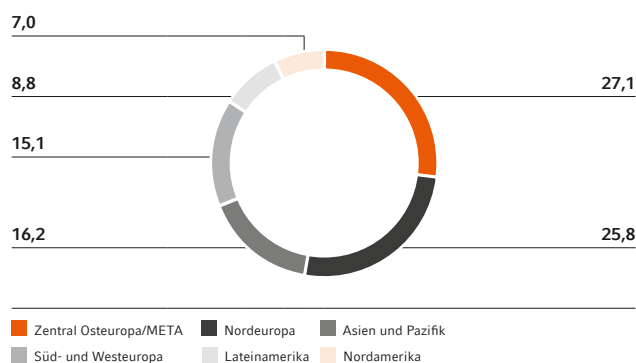
in %¹⁾



1) Rundungsdifferenzen möglich

MITARBEITER NACH REGIONEN

in %¹⁾



1) Rundungsdifferenzen möglich

4.6 GESAMTBEZÜGE UND AKTIENBESITZ DES VORSTANDS UND DES AUFSICHTSRATS

Der Vergütungsbericht ist Teil des Konzernlageberichts und richtet sich in der Berichterstattung sowohl nach den Empfehlungen und Anregungen des Deutschen Corporate Governance Kodex (DCGK) als auch nach den Erfordernissen des Deutschen Rechnungslegungsstandards Nr. 17 (DRS 17) und des Handelsgesetzbuchs (HGB).

Vergütung des Vorstands

Die Vergütung der Vorstandsmitglieder setzt sich aus fünf Komponenten zusammen: der Grundvergütung, den Nebenleistungen, den kurzfristigen variablen Bezügen (Short-Term Incentive – STI), den langfristigen variablen Bezügen (Long-Term Incentive – LTI) und der Pensionszusage.

Die Struktur des Vergütungssystems wird vom Aufsichtsrat auf Vorschlag des Personalausschusses regelmäßig überprüft. Die Vergütung bemisst sich nach den Aufgaben des jeweiligen Vorstandsmitglieds, seiner persönlichen Leistung und der Leistung des gesamten Vorstands. Die Grundvergütung, die Nebenleistungen und die Pensionszusage bilden den erfolgsunabhängigen Vergütungsbestandteil. Die Nebenleistungen umfassen die Nutzung von Dienstwagen, Unfallversicherung und Beiträge zu beitragsorientierten Versorgungsplänen. Der aus der privaten Nutzung des Dienstwagens entstehende geldwerte Vorteil ist durch das Vorstandsmitglied zu versteuern. Der erfolgsabhängige Vergütungsbestandteil besteht aus Bezügen in Abhängigkeit von der Erreichung vorgegebener Jahresziele (STI) und der langfristigen Aktienkursentwicklung (LTI). Die Vergütungsstruktur ist auf eine nachhaltige Unternehmensentwicklung ausgerichtet.

Darüber hinaus besteht eine D&O-Versicherung. Der vereinbarte Selbstbehalt der D&O-Versicherung entspricht gemäß § 93 Abs. 2 Satz 3 AktG einer Höhe von 10 Prozent des jeweiligen Schadens, jedoch maximal dem Eineinhalbfachen der Grundvergütung.

Ausgestaltung der variablen Vergütungselemente

Wir koppeln die Vergütung unseres Managements nachhaltig an die Performance des Unternehmens und damit an die Interessen unserer Aktionäre, Mitarbeiter und sonstigen Stakeholder. Eines dieser Elemente ist die kurzfristige variable Vergütung (STI), die sich nach der Erreichung finanzieller Kennzahlen und nach der Erreichung nicht finanzieller, qualitativer Ziele richtet.

Um ein profitables Wachstum der GfK Gruppe zu gewährleisten, ist der erste Teil des STI an die Erreichung der Finanzkennzahlen Marge und Umsatzwachstum gekoppelt, wobei die Erreichung dieser Ziele auf Konzern- und auf Sektorebene gemessen wird. Bei der Bewertung der Zielerreichung werden die beiden Kennzahlen in Abhängigkeit voneinander betrachtet. Es werden vorgegebene Kombinationen aus beiden Kennzahlen incentiviert. Darüber hinaus sind die Zielgrößen ROCE (Return on Capital Employed) und CTI (Consolidated Total Income) Bestandteil der Zielstruktur. Die Auszahlung der Bonuselemente, die sich aus der Erreichung der finanziellen Ziele ergeben, ist zusätzlich an die Einhaltung einer vom Aufsichtsrat definierten Verschuldungsgrenze gekoppelt.

Zusätzlich zu den finanziellen Kennzahlen definiert der Aufsichtsrat nicht finanzielle, qualitative Ziele, die eine nachhaltige Entwicklung des Unternehmens unterstützen. Diese qualitativen Ziele liegen teils in der Verantwortung des Gesamtvorstands und teils in der Einzelverantwortung der jeweiligen Vorstandsmitglieder.

Um eine im Vergleich zum Markt außergewöhnliche Unternehmensentwicklung berücksichtigen zu können und einen individuellen Leistungsbezug der kurzfristigen variablen Vergütung sicherzustellen, hat der Aufsichtsrat das Recht, den aus der Erreichung der finanziellen und nicht finanziellen Kennzahlen ermittelten Betrag nach seinem Ermessen um bis zu 20 Prozent zu reduzieren oder zu erhöhen.

Die maximale Auszahlung der Elemente der kurzfristigen variablen Vergütung beträgt 300 Prozent des Zielbonus, wobei Beträge, die 150 Prozent des Zielbonus übersteigen, zwingend in die langfristige variable Vergütung überführt und somit an die langfristige Entwicklung des Unternehmens gekoppelt werden („Deferral“).

Die langfristige variable Vergütung besteht aus zwei Komponenten, die in virtuelle Aktien investiert werden. Diese Aktien unterliegen einer Haltefrist von mindestens vier Jahren für die erste Komponente bzw. sechs Jahren für die zweite Komponente. Neben der Kursentwicklung wird auch der Einfluss der an die Aktionäre ausgeschütteten Dividenden nachgebildet (Total-Shareholder-Return-Konzept – TSR). Nach Ablauf der Haltefristen können die virtuellen Aktien innerhalb von zwei weiteren Jahren ausgeübt werden. Der Gegenwert der virtuellen Aktien wird bei Ausübung ausgezahlt.

Die Bedingungen der beiden Phantom-Share-Plan-Komponenten sind mit einer Ausnahme – nämlich der Planlaufzeit – identisch. Um einen möglichst nachhaltigen Anreiz zu erwirken, hat die zweite Plankomponente innerhalb der langfristigen variablen Vergütung eine Laufzeit, die mit sechs Jahren zwei Jahre länger ist als die erste Komponente. Dieser Teil des Plans lässt sich ebenfalls erst in den beiden Jahren nach Ablauf der Haltefrist ausüben. Eine Ausübung der zweiten Komponente ist damit erst in den Jahren sieben und acht möglich.

Die maximale Auszahlung beider Bestandteile der langfristigen Vergütung ist auf jeweils 300 Prozent des Zielbonus begrenzt.

Über den oben beschriebenen Ermessensspielraum für die kurzfristige variable Vergütung hinaus sind für die variable Vergütung keine weiteren Ermessensspielräume bei der Bewertung der Zielerreichung vorgesehen. Für die vorübergehende Übernahme der Rolle als Sprecher des Vorstands wurde Herrn Dr. Hausruckinger eine Sonderzahlung in Höhe von 300.000,00 Euro zugesagt, welche in den Nebenleistungen ausgewiesen ist. Um die Angleichung der Interessen von Anteilseignern und Vorständen zusätzlich zu unterstützen, gelten für die Vorstände Share Ownership Guidelines (Richtlinien für den Aktienbesitz). Hierdurch wird der Vorstand verpflichtet, innerhalb der nächsten fünf Jahre virtuelle und/oder reale GfK-Aktien im Gegenwert einer Jahresvergütung (Basiserwerb/Fixgehalt) zu halten.

Im Rahmen der jährlich stattfindenden Einkommensüberprüfung wurde im Geschäftsjahr 2016 ein externer Marktvergleich durchgeführt. Dabei wurde das Verhältnis der Vorstandsvergütung der Vergütung des oberen Führungskreises und der Belegschaft des Unternehmens insgesamt sowie in der zeitlichen Entwicklung berücksichtigt. Der externe Marktvergleich hat ergeben, dass die Vorstandsvergütung der marktüblichen Einkommensstruktur und der marktüblichen Höhe entspricht.

Leistungen in Zusammenhang mit der Beendigung der Tätigkeit im Vorstand

Im Zusammenhang mit der einvernehmlichen Beendigung der Vorstandstätigkeit von Herrn Matthias Hartmann wurde die Beendigung des laufenden Anstellungsvertrags zum 31. Dezember 2016 vereinbart. Bis zu diesem Zeitpunkt stand Herr Hartmann für strategische Projekte und zur Übergabe laufender Projekte zur Verfügung. Seine vertraglichen Leistungen wurden für diesen Zeitraum entsprechend weitergewährt. Herr Hartmann erhielt im Rahmen der vorzeitigen einvernehmlichen

Beendigung der Vorstandstätigkeit eine Abfindung in Höhe von 2.334.780 Euro, einen Sonderbeitrag für die beitragsorientierte Altersversorgung in Höhe von 670.097 Euro und zwei Sonderzuteilungen in die Long-Term-Incentive-Tranchen 2017 und 2018 mit einem Zielbetrag in Höhe von jeweils 621.000 Euro. Die bereits in der Vergangenheit zugesagten Zielbeträge der Long-Term-Incentive-Pläne bleiben gemäß Planbedingungen erhalten und werden gemäß tatsächlicher Zielerreichung zum jeweiligen Auszahlungszeitpunkt abgerechnet. Gleiches gilt für die Ermittlung der Auszahlung des Short Term Incentives 2016.

Die Gesamtvergütung nach § 314 Abs. 1 Nr. 6a HGB i. V. m. DRS 17 stellte sich im Geschäftsjahr 2016 wie folgt dar:

GESAMTVERGÜTUNGSTABELLE NACH DRS 17

 Im Geschäftsjahr 2016
 amtierende Vorstands-
 mitglieder

	Matthias Hartmann		Christian Diedrich		Alessandra Cama		Dr. Gerhard Hausruckinger		David Krajicek		Gesamtsumme	
Funktion	Vorstands- vorsitzender (CEO) bis 31.08.2016; Mitglied des Vorstands ab 01.09.2016		Finanz- vorstand (CFO)		Vorstands- mitglied (COO)		Vorstands- mitglied (CCO)		Vorstands- mitglied (CCO)		2015	2016
	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016
Erfolgsunabhängige Vergütungskomponenten (in TEUR)												
Grundvergütung	604	615	417	421		325	448	456		415	1.469	2.232
Nebenleistungen	346	354	120	120		97	226	521 ²⁾		148	692	1.240
Summe erfolgsunabhängige Vergütung	950	968	537	541		422	674	976		564	2.161	3.472
Erfolgsbezogene Vergütungskomponenten (in TEUR)												
Einjährige variable Vergütung (STI)	419	99	231	74		56	239	44		46	889	319
Summe einjährige variable Vergütung	419	99	231	74		56	239	44		46	889	319
Vergütung aus langfristiger ROCE-Komponente, LTI-Plan (nicht aktienbasiert)	121	0	0	0		0	90	0		0	211	0
Wert bei Gewährung	Anzahl 18.084	18.362	9.911	11.321		7.688	12.063	12.241		9.462	40.058	
Wert bei Gewährung	Wert ¹⁾ 33,31	30,12	33,31	30,12		30,12	33,31	30,12		30,12		
Summe / Fair Value	602	553	330	341		232	402	369		285	1.334	1.779
Summe mehrjährige variable Vergütung	723	553	330	341		232	492	369		285	1.545	1.779
GESAMTVERGÜTUNG	2.092	1.621	1.098	956		710	1.405	1.389		895	4.595	5.570

1) Aktienkurs im Zeitpunkt der Gewährung.

2) Enthält eine Einmalzahlung für die Übernahme der Funktion des Sprechers des Vorstands.

GfK wendet für die Veröffentlichung der Gesamtvergütung die Struktur der Mustertabellen nach dem Deutschen Corporate Governance Kodex an.

Nachstehende Tabelle für das Berichtsjahr 2016 zeigt die gewährten Zuwendungen sowie die erreichbare Minimal- und Maximalvergütung:

GESAMTVERGÜTUNGSTABELLE: GEWÄHRTE ZUWENDUNGEN

Im Geschäftsjahr 2016 amtierende Vorstandsmitglieder		Matthias Hartmann			Christian Diedrich				
Funktion		Vorstandsvorsitzender (CEO) bis 31.08.2016; Mitglied des Vorstands ab 01.09.2016			Finanzvorstand (CFO)				
		2015	2016		2015	2016			
			Zielwert	Minimum	Maximum		Zielwert	Minimum	Maximum
Erfolgsunabhängige Vergütungskomponenten (in TEUR)									
Grundvergütung		604	615	615	615	417	421	421	421
Nebenleistungen		346	354	354	354	120	120	120	120
Summe erfolgsunabhängige Vergütung		950	968	968	968	537	541	541	541
Erfolgsbezogene Vergütungskomponenten (in TEUR)									
Einjährige variable Vergütung (STI-Plan) ²⁾		487	497	0	745	250	255	0	383
Summe einjährige variable Vergütung		487	497	0	745	250	255	0	383
Planlaufzeit mehrjährige Vergütung		2015–2018	2016–2019	2016–2019	2016–2019	2015–2018	2016–2019	2016–2019	2016–2019
Wert bei Gewährung mehrjährige variable Vergütung, LTI-Plan (aktienbasiert inkl. Deferral) ³⁾	Fair Value	301	277	0	932	165	170	0	574
Planlaufzeit mehrjährige Vergütung		2015–2020	2016–2021	2016–2021	2016–2021	2015–2020	2016–2021	2016–2021	2016–2021
Wert bei Gewährung mehrjährige variable Vergütung, LTI-Plan (aktienbasiert inkl. Deferral) ³⁾	Fair Value	301	277	0	932	165	170	0	574
Summe mehrjährige variable Vergütung		602	553	0	1.863	330	341	0	1.149
Summe erfolgsunabhängige und erfolgsbezogene Vergütung		2.039	2.018	968	3.577	1.117	1.137	541	2.073
GESAMTVERGÜTUNG		2.039	2.018	968	3.577	1.117	1.137	541	2.073

1) Enthält eine Einmalzahlung für die Übernahme der Funktion des Sprechers des Vorstands.

2) Der STI-Plan sieht eine minimale Auszahlung in Höhe von 0 % sowie eine maximale Auszahlung in Höhe von 150 % des Zielbonus vor.

Bei einer Zielerreichung von größer 150 % werden die entsprechenden Beträge zwingend in die aktienbasierte Komponente des LTI-Plans überführt.

3) Der LTI-Plan sieht eine minimale Auszahlung in Höhe von 0 % sowie eine maximale Auszahlung in Höhe von 300 % des Zielbonus vor.

Alessandra Cama				Dr. Gerhard Hausruckinger				David Krajicek				Gesamtsumme			
Vorstandsmitglied (COO)				Vorstandsmitglied (CCO)				Vorstandsmitglied (CCO)							
2015	2016			2015	2016			2015	2016			2015	2016		
	Zielwert	Minimum	Maximum		Zielwert	Minimum	Maximum		Zielwert	Minimum	Maximum		Zielwert	Minimum	Maximum
	325	325	325	448	456	456	456		415	415	415	1.469	2.232	2.232	2.232
	97	97	97	226	521 ¹⁾	521 ¹⁾	521 ¹⁾		148	148	148	692	1.240	1.240	1.240
	422	422	422	674	976	976	976		564	564	564	2.161	3.472	3.472	3.472
	195	0	293	271	276	0	414		240	0	360	1.008	1.463	0	2.195
	195	0	293	271	276	0	414		240	0	360	1.008	1.463	0	2.195
	2016–2019	2016–2019	2016–2019	2015–2018	2016–2019	2016–2019	2016–2019		2016–2019	2016–2019	2016–2019	2015–2018	2016–2019	2016–2019	2016–2019
	116	0	390	201	184	0	621		142	0	480	667	890	0	2.997
	2016–2021	2016–2021	2016–2021	2015–2020	2016–2021	2016–2021	2016–2021		2016–2021	2016–2021	2016–2021	2015–2020	2016–2021	2016–2021	2016–2021
	116	0	390	201	184	0	621		142	0	480	667	890	0	2.997
	232	0	780	402	369	0	1.242		285	0	960	1.334	1.779	0	5.994
	849	422	1.495	1.347	1.621	976	2.632		1.089	564	1.884	4.503	6.714	3.472	11.660
	849	422	1.495	1.347	1.621	976	2.632		1.089	564	1.884	4.503	6.714	3.472	11.660

Abweichend von der oben stehenden Tabelle der gewährten Zuwendungen beinhaltet diese Tabelle den tatsächlichen Wert

aus bereits gewährten und für das Geschäftsjahr 2016 zugeflossenen Vergütungsbestandteilen.

GESAMTVERGÜTUNGSTABELLE: ZUGEFLOSSENE ZUWENDUNGEN

Vorstandsmitglieder	Matthias Hartmann		Christian Diedrich		Alessandra Cama		Dr. Gerhard Hausruckinger	
	Vorstandsvorsitzender (CEO) bis 31.08.2016; Mitglied des Vorstands ab 01.09.2016		Finanzvorstand (CFO)		Vorstandsmitglied (COO)		Vorstandsmitglied (CCO)	
Funktion	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016
Erfolgsunabhängige Vergütungskomponenten (in TEUR)								
Grundvergütung	604	615	417	421		325	448	456
Nebenleistungen	346	354	453 ¹⁾	120		97	226	521 ³⁾
Summe erfolgsunabhängige Vergütung	950	968	870	541		422	674	976
Erfolgsbezogene Vergütungskomponenten (in TEUR)								
Einjährige variable Vergütung (STI)	419	99	231	74		56	239	44
Summe einjährige variable Vergütung	419	99	231	74		56	239	44
Planlaufzeit mehrjährige Vergütung	2012 –2015						2012– 2015	
Vergütung aus langfristiger ROCE-Komponente, LTI-Plan (nicht aktienbasiert)	121						90	
Planlaufzeit mehrjährige Vergütung								
Auszahlung mehrjährige variable Vergütung, LTI-Plan (aktienbasiert inkl. Deferral)	Auszahlungsbetrag 0							
Planlaufzeit mehrjährige Vergütung	2011 –2014							
Auszahlung mehrjährige variable Vergütung, LTI-Plan (aktienbasiert inkl. Deferral)	Auszahlungsbetrag 531							
Planlaufzeit mehrjährige Vergütung								
Auszahlung mehrjährige variable Vergütung, LTI-Plan (aktienbasiert inkl. Deferral)	Auszahlungsbetrag							
Summe mehrjährige variable Vergütung	652	0	0	0		0	90	0
Summe erfolgsunabhängige und erfolgsbezogene Vergütung	2.021	1.068	1.101	615		478	1.003	1.020
Versorgungsaufwand ²⁾	0	0	0	0		0	0	0
GESAMTVERGÜTUNG	2.021	1.068	1.101	615		478	1.003	1.020

1) Enthält Ausgleichszahlung für aufgrund des Wechsels von IBM zur GfK SE verfallene Bonusansprüche und IBM-Aktienzuteilungen.

2) Versorgungsaufwand für Debra A. Pruent bezieht sich auf einen Pensionsvertrag.

3) Enthält eine Einmalzahlung für die Übernahme der Funktion des Sprechers des Vorstands.

Ausgestaltung der Versorgungszusagen

Für den Vorstand gilt ein beitragsorientiertes Altersversorgungsmodell.

Im Rahmen dieses Modells stellt die Gesellschaft während der Dauer des Dienstverhältnisses – maximal bis zur Vollendung des 62. Lebensjahres – jährliche Beiträge zu individuell eingerichteten Versorgungskonten bereit. Für die Dauer der ersten Bestellperiode wird ein Beitrag in Höhe von jeweils 25 Prozent der vertraglich vereinbarten Jahresfixvergütung gewährt. Bei Wiederbestellung zum Vorstand wird der jährliche Beitrag mit 15 Prozent der vertraglich vereinbarten Ziel-Direktvergütung (Jahresfixvergütung plus Betrag des Short und Long Term Incentives bei 100 Prozent Zielerreichung) berechnet. Die Beiträge für die erste Bestellperiode werden nach Wiederbestellung nachträglich angehoben und die Differenz zu den tatsächlich gewährten Beiträgen während der Dauer der zweiten Bestellperiode gutgeschrieben. Die rückwirkende Gleichbehandlung der Beitragskalkulation für die erste Bestellperiode soll den Bindungseffekt zusätzlich erhöhen. Abgesichert sind Alters- und Hinterbliebenenleistungen. Zusätzlich wird von der Gesellschaft ein Beitrag für eine ergänzende Berufsunfähigkeitsabsicherung

geleistet. Umfang und Höhe der Versorgungsleistungen entsprechen der Versicherungsleistung, die sich aus den Beiträgen ergibt, die in eine Rückdeckungsversicherung bei einem Lebensversicherungsunternehmen eingezahlt werden.

Endet das Dienstverhältnis vor Eintritt des Versorgungsfalls, bleibt die Anwartschaft bestehen. In diesem Fall reduzieren sich die Versorgungsleistungen auf die beitragsfrei gestellten Versicherungsleistungen. Bei Eintritt des Versorgungsfalls – Erreichen der Altersgrenze von 62 Jahren bzw. der vorgezogenen Altersgrenze von 60 Jahren (Letzteres gilt nur für Zusagen, die bis zum 31. Dezember 2011 erteilt wurden), bei Tod oder Invalidität – erwerben die Berechtigten eine Versorgungsleistung in Höhe des zu diesem Zeitpunkt aktuellen Stands der Versicherungsleistungen. Die Auszahlung der Versorgungsleistungen erfolgt grundsätzlich als lebenslange monatliche Rentenzahlung, die ab Rentenbeginn jährlich, jeweils entsprechend den nach dem Versicherungstarif und den Versicherungsbedingungen vorgesehenen Anpassungen, angehoben wird. Auf Antrag des Vorstandsmitglieds kann die Versorgungsleistung mit Zustimmung des Unternehmens als Einmalzahlung oder in zwölf Jahresraten ausgezahlt werden.

	Gerard Hermet Vorstandsmitglied (CCO) bis 31.12.2010		Pamela Knapp Personal- und Finanzvorstand (CFO) bis 14.10.2014		David Krajicek Vorstandsmitglied (CCO)		Debra A. Pruent Vorstandsmitglied (CCO) bis 31.03.2016		Prof. Dr. Klaus L. Wübbenhorst Vorstandsvorsitzender (CEO) bis 30.11.2011		Gesamtsumme	
	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016
	0	0	0	0		415	586	0	0	0	2.055	2.232
	0	0	0	0		148	60	0	0	0	1.085	1.240
	0	0	0	0		564	646	0	0	0	3.140	3.472
	0	0	0	0		46	168	0	0	0	1.057	319
	0	0	0	0		46	168	0	0	0	1.057	319
			2012–2015				2012–2015				2011–2014	2012–2015
			90				90				391	0
			2010–2013	2011–2014			2010–2013	2011–2014				2011–2014
			243	168			241	159			484	327
										2012–2015		2012–2015
										460	531	460
		2010–2013										2010–2013
		276										276
	0	276	333	168		0	331	159	0	460	1.405	1.063
	0	276	333	168		610	1.144	159	0	460	5.602	4.854
	0	0	0	0			139				139	
	0	276	333	168		610	1.283	159	0	460	5.741	4.854

Kein Vorstandsmitglied hat im abgelaufenen Geschäftsjahr ein meldepflichtiges Aktiengeschäft getätigt. Der Vorstand besitzt zum Stichtag 31. Dezember 2016 insgesamt 9.000 GfK-Aktien und keine Optionen auf GfK-Aktien. Der Vorstand hat sich verpflichtet, seine Aktien im Rahmen des freiwilligen öffentlichen Übernahmeangebots der Acceleratio Capital N.V. anzudienen.

Darlehen und Vorschüsse an Vorstandsmitglieder bestanden keine.

Für den Fall der vorzeitigen Beendigung der Vorstandstätigkeit sehen die aktuellen Vorstandsverträge der GfK SE eine dem Deutschen Corporate Governance Kodex entsprechende Regelung zur Abfindungshöhe vor. Eine Regelung für den Fall des Kontrollwechsels (Change of Control) besteht nicht.

Ehemalige Mitglieder der Geschäftsführung der GfK GmbH, Nürnberg, des Vorstands der GfK Aktiengesellschaft, Nürnberg, und der GfK SE, Nürnberg, sowie ihre Hinterbliebenen erhielten Gesamtbezüge von 4,7 Millionen Euro. Für Pensionsverpflichtungen gegenüber ehemaligen Vorstandsmitgliedern und Geschäftsführern sowie ihren Hinterbliebenen sind 49,4 Millionen Euro zurückgestellt.

Vergütung des Aufsichtsrats

Die Vergütung des Aufsichtsrats ist in § 16 der Satzung der GfK SE festgelegt, der wie folgt lautet:

1. Die Mitglieder des Aufsichtsrats erhalten außer dem Ersatz ihrer Auslagen eine feste, nach Ablauf des Geschäftsjahres zahlbare Vergütung in Höhe von 30.000,00 Euro.
2. Für die Teilnahme an einer Sitzung des Aufsichtsrats und eines seiner Ausschüsse erhalten die Mitglieder einen Betrag in Höhe von 1.500,00 Euro pro Sitzung.
3. Der Vorsitzende erhält das Vierfache, der Stellvertreter das Eineinhalbfache des in Ziffer 1 genannten Betrags.
4. Die Vergütung erhöht sich für jede Mitgliedschaft in einem Ausschuss um 10.000,00 Euro. Der Vorsitzende des Audit Committee erhält 50.000,00 Euro, der Vorsitzende des Personalausschusses und der Vorsitzende des Präsidialausschusses erhalten je 30.000,00 Euro, und der Vorsitzende des Nominierungsausschusses erhält 20.000,00 Euro. Die Ausschussvergütung bemisst sich ausschließlich nach derjenigen Funktion im entsprechenden Ausschuss (einfache Mitgliedschaft oder Vorsitz), die höher vergütet ist.

5. Die Gesellschaft erstattet jedem Aufsichtsratsmitglied auf Nachweis angemessene Auslagen und die auf seine Vergütung und den Auslagenersatz entfallende Umsatzsteuer.
6. Aufsichtsratsmitglieder, die dem Aufsichtsrat und/oder einem seiner Ausschüsse nur während eines Teils des Geschäftsjahres angehört haben, erhalten eine zeitanteilige Vergütung unter Aufrundung auf volle Monate.

VERGÜTUNG DES AUFSICHTSRATS 2016

	TEUR
Ralf Klein-Bölting (Vorsitzender seit 13. September 2016, Mitglied seit 20. Mai 2016)	127,2
Dr. Arno Mahlert (Vorsitzender und Mitglied bis 12. September 2016)	165,9
Sandra Hofstetter (stellv. Vorsitzende seit 20. Mai 2016)	103,2
Dr. Bernhard Düttmann (stellv. Vorsitzender und Mitglied bis 20. Mai 2016)	64,6
Dr. Wolfgang C. Berndt (bis 20. Mai 2016)	52,7
Hans Van Bylen (bis 20. Mai 2016)	28,2
Peter Goldschmidt (seit 2. Dezember 2016)	4,1
Martina Hefmanská	54,0
Prof. Dieter Kempf (seit 20. Mai 2016)	96,9
Aliza Knox	48,0
Stephan Lindeman	84,7
Jackie Megahey (seit 1. September 2016)	16,0
Bruno Piacenza (seit 20. Mai 2016)	54,1
Hauke Stars (bis 20. Mai 2016)	30,1
Prof. Dr. Raimund Wildner (seit 20. Mai 2016)	63,1
Dieter Wilbois (bis 31. August 2016)	42,5
Bezüge 2016	1.035,3
Bezüge 2015	892,5

Auf den Aufsichtsrat entfallen zum 31. Dezember 2016 insgesamt 180 Aktien und keine Optionen auf GfK-Aktien. Der Aufsichtsrat hat sich verpflichtet, seine Aktien im Rahmen des freiwilligen öffentlichen Übernahmeangebots der Acceleratio Capital N.V. anzudienen. Die Details der Einzelgeschäfte von Mitgliedern des Aufsichtsrats und des Vorstands wurden entsprechend dem Deutschen Corporate Governance Kodex auf der Website veröffentlicht.

5. ORGANISATION UND VERWALTUNG

Die GfK Gruppe hat eine Matrixorganisation, die weltweit aus den zwei Sektoren Consumer Choices und Consumer Experiences mit Produktverantwortung besteht und auf sechs Regionen aufgeteilt ist.

Die GfK SE fungiert zugleich als oberste Holding-Gesellschaft und als operativ tätige Einheit. In Deutschland umfasst das Netzwerk der GfK Gruppe neben dieser Muttergesellschaft acht verbundene konsolidierte und sieben nicht konsolidierte verbundene Unternehmen. Weltweit gehören GfK 136 verbundene konsolidierte und sieben assoziierte Unternehmen, drei Beteiligungen sowie 26 nicht konsolidierte verbundene Unternehmen an. Der Stammsitz ist Nürnberg. Im Jahr 2016 hat GfK seine

Struktur weiter optimiert und die Anzahl seiner Gesellschaften reduziert. Zweigniederlassungen sind für die Lage des Konzerns weder einzeln noch in Summe von wesentlicher Bedeutung.

5.1 VORSTAND

Der Vorstand der GfK SE bestand aus fünf Mitgliedern. David Krajicek und Alessandra Cama hatte der Aufsichtsrat in seiner Sitzung am 11. September 2015 mit Wirkung ab 1. Januar 2016 in den Vorstand berufen.

Im Zeitraum vom 1. Januar 2016 bis zum 31. August 2016 galten die folgenden Zuständigkeiten:

- › Der Vorstandsvorsitzende (CEO) Matthias Hartmann war verantwortlich für die Unternehmensfunktionen Strategy and Innovation, IT (Strategie, Enterprise Applications, Infrastruktur), Human Resources (einschließlich Führungskräfte-Entwicklung und Kompensation), Integrity, Compliance and Intellectual Property, Internal Audit, Investor Relations und Marketing and Communications.
- › Der Finanzvorstand (CFO) Christian Dierich war verantwortlich für die Unternehmensfunktionen Corporate Finance, Corporate Development, Group Controlling, Treasury, Legal, Central Services, Procurement, Sector Finance und Regional Finance.
- › Die strategische und kommerzielle Führung der beiden Sektoren oblag den Vorstandsmitgliedern (Chief Commercial Officers, CCOs) Dr. Gerhard Hausruckinger für den Sektor Consumer Choices und David Krajicek für den Sektor Consumer Experiences.
- › Die Verantwortung für „Operations“ für die Sektoren Consumer Choices und Consumer Experiences und die regionalen operativen Funktionen oblag dem Vorstandsmitglied (Chief Operations Officer, COO) Alessandra Cama.

Am 12. August 2016 hatten sich Herr Matthias Hartmann und der Aufsichtsrat einvernehmlich darauf verständigt, dass Herr Hartmann zum 31. Dezember 2016 aus dem Vorstand ausscheidet und bis zu diesem Zeitpunkt seine Aufgaben an seine Vorstandskollegen übertragen wird. Am selben Tag hatte der Aufsichtsrat entschieden, dass Herr Dr. Hausruckinger zusätzlich zu seiner Funktion als Vorstandsmitglied mit Verantwortung für die strategische und kommerzielle Führung des Consumer-Choices-Sektors zum 1. September 2016 interimistisch die Rolle als Sprecher des Vorstands übernimmt.

Seit dem 1. September 2016 gelten daher die folgenden Zuständigkeiten:

- › Der Sprecher des Vorstands und Chief Commercial Officer (CCO) Dr. Gerhard Hausruckinger ist verantwortlich für die strategische und kommerzielle Führung des Sektors Consumer Choices und hat zusätzlich die Zuständigkeit für die Unternehmensfunktion Strategy and Innovation übernommen.

- › Der Finanzvorstand (CFO) Christian Diedrich ist verantwortlich für die Unternehmensfunktionen Corporate Finance, Corporate Development, Group Controlling, Treasury, Legal, Central Services, Procurement, Sector Finance sowie Regional Finance und hat zusätzlich die Zuständigkeit für die Unternehmensfunktionen Human Resources (einschließlich Führungskräfte-Entwicklung und Kompensation), Integrity, Compliance and Intellectual Property, Internal Audit und Investor Relations übernommen.
- › Der Chief Commercial Officer (CCO) David Krajicek ist verantwortlich für die strategische und kommerzielle Führung des Sektors Consumer Experiences und hat zusätzlich die Zuständigkeit für die Unternehmensfunktion Marketing and Communications übernommen.
- › Der Chief Operations Officer (COO) Alessandra Cama ist verantwortlich für „Operations“ für die Sektoren Consumer Choices und Consumer Experiences und die regionalen operativen Funktionen und hat zusätzlich die Zuständigkeit für die Unternehmensfunktion IT (Strategie, Enterprise Applications, Infrastruktur) übernommen.

5.2 ADMINISTRATION

Die Unternehmensfunktionen Corporate Finance, Group Controlling, Corporate Development, Legal, Treasury, Integrity, Compliance and Intellectual Property, Human Resources, Central Services, Procurement, Marketing and Communications und Investor Relations haben für ihr jeweiliges Aufgabenfeld die konzernübergreifende Richtlinienverantwortung.

6. ERKLÄRUNG ZUR UNTERNEHMENSFÜHRUNG NACH § 289A HGB

Die Corporate Governance der GfK SE basiert auf Transparenz und einer vertrauensvollen Zusammenarbeit.

Mit der Anerkennung des Deutschen Corporate Governance Kodex zeigt die GfK SE, dass sie sich an die Regeln einer guten Unternehmensführung und Unternehmensüberwachung hält und nationalen wie internationalen Investoren transparent begegnet.

Die Erklärung zur Unternehmensführung, die den Text der Entsprechenserklärung 2016 enthält, sowie Ausführungen zur Corporate Governance, Angaben zu Unternehmensführungspraktiken, zur Frauenquote, die Beschreibung der Arbeitsweise und Zusammensetzung von Vorstand und Aufsichtsrat sowie der Zusammensetzung und Arbeitsweise der Ausschüsse des Aufsichtsrats, ist veröffentlicht unter:

www.gfk.com/fileadmin/user_upload/website_content/investors/Corporate_governance/Erklaerung_zur_Unternehmensfuehrung/2016_Erklaerung_Unternehmensfuehrung.pdf

Der Corporate-Governance-Bericht ist als Teil der Erklärung zur Unternehmensführung ebenfalls veröffentlicht unter:

www.gfk.com/de/investoren/corporate-governance/

7. BESCHAFFUNG

Ein wesentlicher Fokus unserer Aktivitäten richtete sich auf die Hebung von Effizienz- und Effektivitätspotenzialen im operativen wie strategischen Einkauf. Gleichzeitig galt es, den unterschiedlichen Bedarfen und Entwicklungsständen der GfK-Geschäftseinheiten Rechnung zu tragen.

Entsprechend wurde für unsere weltweite Einkaufsfunktion ein Konzept zur funktionalen Entwicklung und Beschreibung von Anforderungen entwickelt, das 2016 eingeführt wurde und als Basis für Zielsetzungen in den nächsten Jahren dient.

Basis für alle Einheiten ist dabei die Schaffung einer nachhaltigen Ausgabentransparenz und die Sicherstellung von Compliance-Anforderungen über eine Einkaufs-Governance-Funktion.

Ergänzend zu der bereits umgesetzten Implementierung von SRM-Systemen (Supplier Relationship Management) in den Regionen Nordeuropa, Süd- und Westeuropa, Nordamerika und in Schwerpunkten in der Region Asien und Pazifik wurde SRM nun in Zentral Osteuropa/META realisiert.

In bereits etablierten und zentralen Einkaufsfunktionen standen im Fokus:

- › die Ausweitung von strategisch (global) erfassten und verhandelten Einkaufsfeldern
- › die Umsetzung und Realisierung von definierten Einkaufsstrategien zur Kosten- und Risikooptimierung
- › die Realisierung von Beiträgen zu Prozessvereinfachungen und -beschleunigungen in Gesamtabläufen von GfK
- › die Einführung von „kontinuierlichen Verbesserungsinitiativen“ in operativen Einkaufsprozessen und die Umsetzung organisatorischer Synergieeffekte

Der Wertbeitrag der Beschaffungsfunktionen zur Sicherstellung und Steigerung unserer Wettbewerbsfähigkeit konnte auch im Geschäftsjahr 2016 durch Erreichung von deutlichen externen Kostenoptimierungen, durch Realisierung von internen Effizienzen und Synergien sowie durch Optimierungen im Supplier Risk Management unterstrichen werden.

8. UMWELT

Wir sind ein global operierendes Unternehmen mit einem ausgeprägten Umweltbewusstsein. Als Dienstleister, der weder Fabriken unterhält noch physische Produkte herstellt, ist unsere größte ökologische Stellschraube die Energiebilanz.

Zum Jahresende 2015 haben wir für sämtliche deutschen Niederlassungen ein Energiemanagementsystem nach DIN EN 50001 eingeführt. Wir verfügen damit über einen systematischen Ansatz, um diese Stellschraube so nachhaltig wie möglich zu justieren. Das Energiemanagementsystem definiert, gesteuert und kontrolliert durch die Energiemanagementbeauftragten, klare Verantwortlichkeiten und erfasst sämtliche Energieverbräuche unseres Unternehmens. Auf diese Weise entsteht ein systematisches Monitoring unseres Verbrauchs, das gezielte Optimierungen ermöglicht.

Energieeffizienz dient nicht allein dem Ressourcenschutz, sondern verschafft uns auch einen spürbaren Wettbewerbsvorteil. Um den hohen Stellenwert für energieeffizientes Handeln zu verdeutlichen, wurde 2015 seitens des Vorstands die GfK-Energiepolitik verabschiedet.

In der Energiepolitik haben wir uns „... das erklärte Ziel gesetzt, mit den verwendeten Energieträgern im Rahmen der Wirtschaftlichkeit sinnvoll umzugehen und den schonenden Umgang mit Ressourcen sicherzustellen ...“ Außerdem müssen „... unsere Energieeffizienzprogramme ... durch eine ganzheitliche Sicht, ständige Verbesserung, technische Entwicklung und Ressourceneffizienz gekennzeichnet sein. Die energieeffiziente Beschaffung nimmt einen hohen Stellenwert im Unternehmen ein ...“

Auf Basis der erhobenen Verbrauchsdaten haben wir im vergangenen Geschäftsjahr unsere strategischen und operativen Energieeinsparziele festgelegt und erste Maßnahmen, zum Beispiel die Reduzierung von CO₂-Emissionen im Bereich Fuhrpark oder den Einsatz von LED-Beleuchtung, umgesetzt.

Darüber hinaus wurden alle Mitarbeiter in Deutschland online zu diesem Thema geschult und sensibilisiert. Die Wirksamkeit dieser Maßnahmen werden wir im Jahr 2017 überprüfen, wenn wir unser Energiemanagementsystem gemäß DIN auditieren lassen.

9. MARKETING UND KOMMUNIKATION

Sie chatten unterwegs, sie liken und teilen Inhalte Tag und Nacht, sie telefonieren mit Knopf im Ohr und kaufen im Webstore genauso wie im Laden um die Ecke. Willkommen in der Welt der Connected Consumers! Im vergangenen Geschäftsjahr standen genau diese vernetzten Konsumenten im Fokus unserer weltweiten Kommunikations- und Marketingmaßnahmen und bildeten das Leitthema für 2016.

Verantwortlich dafür war das Marketing & Communications Team, das sämtliche Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen von GfK weltweit managt. Es koordiniert sie inhaltlich und organisatorisch sowie mit Blick auf regionale Besonderheiten und Anforderungen. Die Abteilung ist nach Zielgruppen, Themen und Kommunikationskanälen organisiert. Zum Marketing & Communications Team gehören die Teams Branding, Communications, Digital Marketing, Global Events und Industry sowie Product Marketing.

KOMMUNIKATION MIT BLICK AUF DEN KUNDEN

Kern unseres Handelns ist es, die Bedürfnisse unserer Kunden zu kennen, zu wissen, was wirklich zählt. Um diese Bedürfnisse zielgenauer bedienen zu können, bauen wir seit 2015 unser Customer-Relationship-Management-Portal (CRM) kontinuierlich aus. Mit unserem integrierten Kommunikationsansatz verzahnen wir die Aktivitäten der Marketingabteilung mit jenen unserer lokalen Account-Teams und der weltweiten Vertriebsmitarbeiter. Ein Augenmerk lag dabei auf der Entwicklung von Kampagnen, die speziell auf unsere potenziellen Kunden ausgerichtet sind. Auf diese Weise wollen wir verstärkt „Leads“ – also vielversprechende Vertriebskontakte – generieren. Gleichzeitig haben wir die Bereiche Sales und Pitch Support bei Ausschreibungen und Vertriebsaktivitäten durch Marketingkollegen unterstützt und die Zusammenarbeit intensiviert. Allein in den Kernmärkten USA, England und Deutschland haben wir mehr als 50 Angebote für strategische Kunden und Projekte unterstützt und darüber hinaus weltweit rund 40 globale sowie 300 lokale Kampagnen koordiniert.

DIGITALE GfK-KANÄLE WEITER IM FOKUS

Aufgabe unseres Brand-Teams ist es, unseren externen wie internen Markenauftritt zu stärken. Deshalb ist das Team in alle markenrelevanten Aktivitäten involviert und steht Kolleginnen und Kollegen aus dem Bereich Marketing und Kommunikation sowie anderen Geschäftsfeldern täglich unterstützend zur Seite. Da die Marke GfK einer der wichtigsten Unternehmenswerte und damit maßgeblich für den Unternehmenserfolg ist, haben wir bereits im Berichtsjahr 2015 den gesamten Internetauftritt der Gruppe in einem neuen und auf unsere Zielgruppen ausgerichteten Design gestaltet. Dynamischer, kürzer und interaktiver erscheint seit dem Frühjahr 2016 auch der GfK-Blog. Hier und auf unseren Social-Media-Kanälen veröffentlichen wir täglich neue und relevante Inhalte – im Blog auch verstärkt Beiträge rund um den Connected Consumer und die Frage, wie wichtig diese Zielgruppe und ihr Verhalten für Unternehmen und für die Märkte von heute und morgen ist.

INTERNER KOMMUNIKATIONSKANAL MIT NEUER GESTALTUNG UND STRUKTUR

Im Geschäftsjahr 2016 wurde nicht nur der GfK-Blog überarbeitet – auch unser Intranet („gNet“) haben wir dem intuitiven und interaktiven Design unserer externen Kanäle angepasst. Das gNet dient als zentrale Kollaborationsplattform für den Wissensaustausch innerhalb der weltweiten GfK-Organisation. Außerdem erhalten alle GfK-Mitarbeiter über dieses Portal regelmäßig Informationen über Veränderungen in der Organisation sowie über Erfolge und Herausforderungen im Markt.

Mit der externen Öffentlichkeit kommunizierte das Kommunikationsteam unter anderem durch Interviews und Pressekonferenzen mit dem Topmanagement, Treffen mit Medienvertretern sowie Fachbeiträge von GfK-Experten in zielgruppenrelevanten Fachmedien. Zusätzlich bauten wir unsere Expertise im Bereich Krisenkommunikation weiter aus und installierten eine globale Plattform, die einen reibungslosen Kommunikationsablauf im Krisenfall garantieren soll.

10. INTERNES KONTROLLSYSTEM IM HINBLICK AUF DEN KONZERNRECHNUNGSLEGUNGSPROZESS

Das interne Kontrollsystem der GfK Gruppe umfasst die von der Unternehmensleitung festgelegten Grundsätze, Strukturen, Prozesse und Maßnahmen. Ziel ist es, den wirtschaftlichen Erfolg der GfK Gruppe, die Ordnungsmäßigkeit und Verlässlichkeit der internen und externen Finanzberichterstattung sowie die Einhaltung einschlägiger Gesetze und Normen zu sichern.

Der Aufbau unseres Kontrollsystems folgt dem in der Finanzindustrie entwickelten Konzept der „Three Lines of Defense“. Die erste „Linie“ besteht aus den Geschäftsverantwortlichen, die das Risikomanagement sowie Kontrollen und Compliance im Tagesgeschäft zu verankern haben. Die zweite „Linie“ wird von Spezialisten in den Bereichen Legal and Compliance, Risk Management und Controlling gezogen, die diese Themen professionell und konzernweit einheitlich organisieren. Die dritte „Linie“ bilden vom Vorstand beauftragte interne und externe Prüfer sowie das Audit Committee, die die Effektivität unseres internen Kontrollsystems überprüfen. Auf diese Weise verbinden wir drei gestaffelte Kontrollinstanzen zu einem wirksamen Regulativ unserer Aktivitäten.

KONTROLLUMFELD UND KONTROLLAKTIVITÄTEN

Das Kontrollumfeld der GfK Gruppe wird im Wesentlichen durch die bestehenden Verhaltensregeln und das daraus resultierende Denken und Handeln jedes Mitarbeiters geprägt. Eine wesentliche Grundlage sind die Unternehmensleitlinien (Code of Conduct, Corporate Values), zu deren Einhaltung jeder Mitarbeiter verpflichtet ist. Diese Leitlinien werden von Stabsstellen wie Legal and Compliance kontinuierlich weiterentwickelt. Im Jahr 2013 hat GfK ein globales Compliance-E-Learning-Programm eingeführt, das die bestehenden Trainingsmaßnahmen im Bereich Compliance ergänzt. Im Jahr 2015 wurde das Programm

wiederholt und um einen Test für alle Mitarbeiter sowie eine weitere wesentliche GfK-Richtlinie (F2 Authorization Guideline) erweitert. Die Teilnahme am Code-of-Conduct-E-Learning-Programm ist für jeden Mitarbeiter weltweit verpflichtend. Im GfK-Intranet, wo das Programm abgelegt ist, kann jeder Mitarbeiter sämtliche weltweit veröffentlichten GfK-Richtlinien einsehen.

Ein weiteres wesentliches Element unseres internen Kontrollumfelds ist das Richtlinienwesen. Die GfK-Richtlinien bilden die wesentlichen standardisierten Prozesse in der GfK Gruppe ab und tragen so zu einer gleichbleibend hohen Qualität der Arbeitsergebnisse und zur Einhaltung grundlegender ethischer und moralischer Werte bei. Sie werden bei Bedarf fortlaufend angepasst.

Die internen Richtlinien zum Datenschutz, was für die Marktforschungsbranche ein besonders sensibler Bereich ist, wurden deutlich erweitert. Um diesbezügliche Risiken weiter zu minimieren, haben wir im Anschluss weltweit verpflichtende Schulungsmaßnahmen durchgeführt.

Auch im Bereich Qualitätsmanagement wurden die Aktivitäten im vergangenen Geschäftsjahr weltweit und sektorübergreifend vereinheitlicht. Diese Maßnahmen nutzen wir auch in der Kommunikation mit Kunden, um Wettbewerbsvorteile von GfK kenntlich zu machen.

Das Risikomanagement erfolgt bei GfK kontinuierlich. Für die einheitliche Definition und Organisation des Risikomanagementprozesses sowie die Berichterstattung an den Vorstand trägt der Bereich Risk Management Sorge. Jeder Mitarbeiter ist aufgefordert, die Risikosituation in seinem Aufgabenbereich zu beobachten. Für neue oder bereits identifizierte Risiken gibt es sogenannte Risk Owner, die anhand bestimmter Frühwarnindikatoren und definierter Kennzahlen das konkrete Risiko bewerten, überwachen und steuern. Ist eine Veränderung der Risikosituation erkennbar, können so rechtzeitig Gegenmaßnahmen ergriffen werden.

Die Überwachungsfunktion wird bei GfK über ein Contre-Rôle-System und dokumentierte Kontrollen realisiert. Bestimmte Geschäftsvorfälle müssen sowohl vom operativen Management als auch vom Management des Finanzbereichs freigegeben werden. Auf diese Weise tragen wir dafür Sorge, dass Richtlinien und interne Prozesse eingehalten und gleichzeitig Entscheidungen aus operativer und finanzieller Sicht sinnvoll getroffen werden. Sämtliche Zahlungsvorgänge und Geschäftsprozesse, die für eine ordnungsmäßige Rechnungslegung notwendig sind, werden kontrolliert und dokumentiert.

Eine wichtige Rolle spielt in diesem Zusammenhang die Abteilung Internal Audit. Neben der regelmäßigen Prüfung der Einhaltung von Gesetzen beziehungsweise unternehmens-eigenen Konzernrichtlinien und internen Kontrollen umfassen die Prüfungen auch die Dokumentation und Risikoanalyse von Finanz- und operativen Prozessen. Prüfungsergebnisse, Risiken, Auswirkungen der Prüfungsfeststellungen und Verbesserungsempfehlungen werden in Prüfungsberichten dokumentiert. Die termingerechte Umsetzung dieser Empfehlungen wird quartalsweise durch Internal Audit kontrolliert, und darüber wird entsprechend an den Vorstand sowie an das regionale Management berichtet (Follow-up-Prozess). Die verspätete Umsetzung von Empfehlungen wird im Rahmen eines definierten Eskalationsprozesses nachverfolgt.

Weiterführende spezielle Audits finden bei Bedarf statt, wobei zum Teil externe und interne Spezialisten hinzugezogen werden. Wie im Vorjahr wurden auch im Geschäftsjahr 2016 regelmäßig Data Quality und Privacy Audits durchgeführt, wodurch die Einhaltung externer wie auch interner Qualitäts- bzw. Datenschutzstandards geprüft wird.

Disziplinarische Maßnahmen basierend auf Prüfungsfeststellungen und Verstößen werden konsequent von der Unternehmensführung verfolgt.

Ein weiteres Werkzeug unserer Risikoeinschätzung ist das Control Self-Assessment (CSA). Das CSA wird von ausgewählten Gesellschaften beantwortet und durch Internal Audit ausgewertet. Die Auswahl basiert auf vorab definierten Selektionskriterien. In 115 Fragen werden dabei die wichtigsten Geschäftsbereiche und ihre Risiken erfasst.

Der Internal-Audit-Plan wird auf Vorschlag des Vorstands vom Audit Committee gebilligt. Die Auswahl der zu prüfenden Unternehmen erfolgt anhand vorab definierter Selektionskriterien. Unter anderem werden dabei auch die aktuellen CSA-Ergebnisse berücksichtigt. Das Audit Committee legt anlassbezogen eigene zusätzliche Prüfungsschwerpunkte fest, die der Abschlussprüfer im Rahmen seiner Abschlussprüfung berücksichtigt.

WESENTLICHE MERKMALE DES KONZERN-RECHNUNGSLEGUNGSBEZOGENEN INTERNEN KONTROLL- UND RISIKOMANAGEMENTSYSTEMS

Das konzernrechnungslegungsbezogene interne Kontrollsystem von GfK dient der Sicherstellung der Ordnungsmäßigkeit der Finanzberichterstattung durch Einhaltung aller einschlägigen Vorschriften bei der Erstellung unseres Konzernabschlusses wie auch unseres Konzernlageberichts.

Datengrundlage unseres Konzernabschlusses bilden die nach den International Financial Reporting Standards (IFRS) erstellten und in der Regel von Wirtschaftsprüfern testierten, für Konsolidierungszwecke erstellten Abschlüsse aller konsolidierten Tochtergesellschaften der GfK Gruppe.

Die Einhaltung der IFRS bei der Erstellung dieser Einzelabschlussinformationen wird unterstützt durch mehrere Richtlinien. Neben dem zentral geführten und regelmäßig aktualisierten IFRS-Bilanzierungshandbuch sind dies unter anderem Richtlinien zu einzelnen Rechnungslegungsthemen wie beispielsweise der Umsatzrealisierung. Ferner ist bei der IFRS-konformen Abschlusserstellung der konzerneinheitlich festgelegte Kontenplan zu berücksichtigen. Die Regelungen im Bilanzierungshandbuch sowie der zu verwendende Kontenplan werden von der Konzernzentrale festgelegt und sind weltweit für alle konsolidierten Tochtergesellschaften verpflichtend.

Alle Abschlussinformationen, die unsere Tochtergesellschaften liefern, werden zunächst im Konsolidierungssystem automatisierten Plausibilitäts- und Stimmigkeitskontrollen unterzogen. Bei ungelösten blockierenden Kontrollen können die Abschlussdaten nicht für die Weiterverarbeitung durch GfK Group Accounting freigegeben werden. Dort erfolgt eine weitere Kontrolle der Abschlussdaten durch die in den Prozess der Konzernabschlusserstellung involvierten Mitarbeiter. Die entsprechenden Mitarbeiter sind auf ihre fachliche Eignung hin geprüft und werden fortlaufend fachlich geschult.

Änderungen in den Rechnungslegungsstandards, Gesetzesänderungen und Konzernvorgaben hinsichtlich Bilanzierung und Bewertung werden durch GfK Group Accounting beobachtet und analysiert. Sind die Änderungen für die GfK Gruppe relevant, werden die entsprechenden Richtlinien und das Berichtspaket zur Meldung der Abschlussdaten durch die Tochtergesellschaften aktualisiert. Die Tochtergesellschaften werden darüber mithilfe der quartalsweise verschickten Rundschreiben informiert. In diesen Rundschreiben werden die Gesellschaften auch über alle wichtigen Termine für eine fristgerechte Erstellung des Konzernabschlusses informiert.

Spezielle Themen wie die Berechnung der Rückstellungen für den Long-Term-Incentive-Plan für Führungskräfte, die besondere Fachkenntnisse erfordern, verantworten geeignete Mitarbeiter im zentralen GfK Group Accounting. Die so ermittelten Werte werden direkt in die für Konsolidierungszwecke erstellten Abschlüsse der Gesellschaften eingespielt und können anschließend lokal nicht mehr verändert werden. Dieses Vorgehen stellt sicher, dass fachspezifische Themen konzernweit einheitlich durch Spezialisten bearbeitet werden. Die Bewertung von Pensionsrückstellungen und die Kaufpreisallokation bei großen Unternehmenszusammenschlüssen werden durch externe Dienstleister mit entsprechender Expertise vorgenommen.

Die Konsolidierungsvorgänge werden anschließend im Konsolidierungssystem durchgeführt und konzeptionell wie auch terminlich von den verantwortlichen Mitarbeitern von GfK Group Accounting überwacht. Alle Konsolidierungsschritte unterliegen manuellen wie auch systemtechnischen Kontrollen.

Bei den von GfK Group Accounting durchgeführten Konsolidierungsschritten gilt grundsätzlich das Vier-Augen-Prinzip. Veränderungsanalysen und detaillierte Analysen der inhaltlichen Zusammensetzung ausgewählter Positionen in den Abschlüssen der Tochtergesellschaften und des Konzernabschlusses erhöhen das Kontrollniveau zusätzlich.

Die Geschäftsführung und die Finanzverantwortlichen aller konsolidierten Tochtergesellschaften bestätigen im Zusammenhang mit dem Abschluss die Vollständigkeit und Ordnungsmäßigkeit der an die Konzernzentrale übermittelten Finanzinformationen.

Das Audit Committee des Aufsichtsrats überwacht den Rechnungslegungsprozess einschließlich der Abschlussprüfung sowie die Wirksamkeit des Kontrollsystems und des Internal Audits. Es bespricht den Konzernabschluss, den Konzernlagebericht und den Jahresabschluss und Lagebericht der GfK SE mit dem Vorstand und den Abschlussprüfern und prüft die entsprechenden Unterlagen sorgfältig.

WHISTLEBLOWING – VERANTWORTUNG ZEIGEN

Wir ermutigen jeden Mitarbeiter, vermutete oder festgestellte Verstöße gegen gesetzliche oder interne Regelungen zu melden. Ansprechpartner sind die jeweiligen Vorgesetzten, Legal and Compliance, die Personalabteilung der GfK SE oder Internal Audit. Für Mitarbeiter, die ihre Anonymität wahren wollen, steht ein externer Ombudsmann als Ansprechpartner bereit.

INFORMATION UND KOMMUNIKATION

GfK-intern setzen wir auf offene Information und Kommunikation. Alle Konzernrichtlinien sind im gNet weltweit zugänglich, Änderungen werden allen relevanten Mitarbeitern mitgeteilt. Unsere umfangreiche und regelmäßige Risiko- und Finanzberichterstattung sorgt dafür, dass Vorstand und Aufsichtsrat sofort und umfassend über die Risikosituation in der Gruppe informiert werden. Neben diesem monatlichen standardisierten Reporting wird der Vorstand im Falle plötzlich eintretender wesentlicher Risiken, bei signifikanten Veränderungen der Risikosituation sowie bei betrügerischen Vorkommnissen formlos und unmittelbar informiert.

11. CHANCEN- UND RISIKOBERICHT

11.1 INTEGRIERTES CHANCEN- UND RISIKOMANAGEMENTSYSTEM

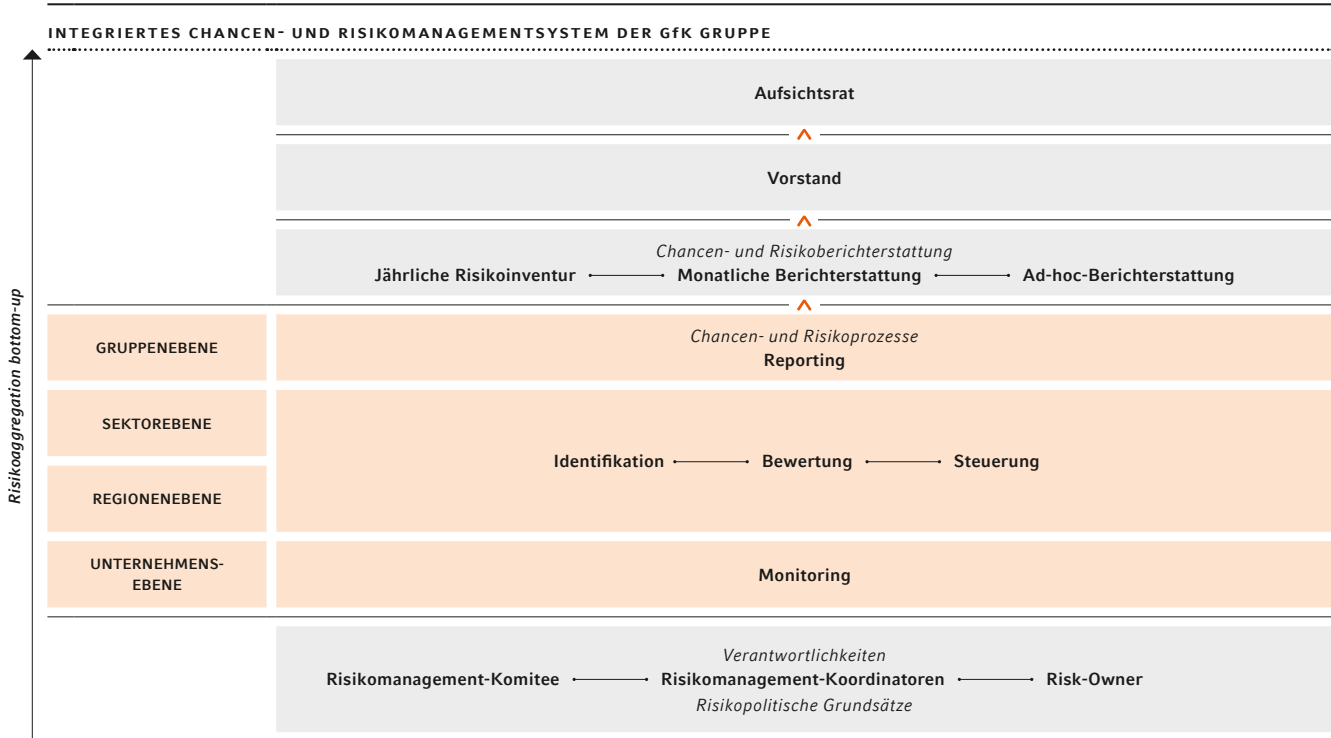
Das integrierte Chancen- und Risikomanagement der GfK Gruppe bildet die Basis, um die Gesamtheit aller Chancen und Risiken zu identifizieren und zu managen. Der Risikomanagementprozess erfolgt mittels eines „Bottom-up“-Ansatzes über mehrere Aggregationsstufen. Dabei werden auf Ebene der einzelnen GfK-Gesellschaften Risiken sowie auf der Ebene der Regionen, Sektoren und des Konzerns zusätzlich auch Chancen identifiziert und bewertet. Das übergeordnete Ziel ist dabei, frühzeitig Entwicklungen zu erkennen, die die GfK Gruppe signifikant beeinflussen können. Durch die kontinuierliche interne Risikoberichterstattung und die jährliche Risikoinventur wird das Monitoring von Chancen und Risiken gewährleistet. Des Weiteren wird durch die regelmäßige Überprüfung des Chancen- und Risikomanagementsystems durch Internal Audit eine angemessene Funktionsfähigkeit sichergestellt.

Das konzernweite Chancen- und Risikomanagementsystem von GfK basiert grundlegend auf einem managementorientierten Enterprise-Risk-Management(ERM)-Ansatz. Es ist in vollem Umfang in die Konzernorganisation integriert und orientiert sich am weltweit anerkannten Rahmenkonzept des Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO). Abgeleitet von diesem Konzept ist das Chancen- und Risikomanagementsystem mit seinen definierten Prozessen mit der internen Risikoberichterstattung verknüpft und bildet einen festen Grundpfeiler des internen Kontrollsystems. Das integrierte System ist in einer Konzernrichtlinie verankert und regelt alle risikopolitischen Grundsätze und Verantwortlichkeiten innerhalb des Chancen- und Risikomanagements, den Chancen- und Risikomanagementprozess und das damit verbundene Berichtswesen. Die Richtlinie ist jedem Mitarbeiter über das GfK-Intranet zugänglich.

Risikopolitische Grundsätze

Um den Erfolg der GfK Gruppe am Markt weiterhin sicherzustellen, müssen Chancen konsequent genutzt, aber gleichzeitig auch Risiken in einer unternehmerisch und moralisch vertretbaren Art und Weise eingegangen werden. Hierfür wurden risikopolitische Grundsätze definiert, auf denen das gesamte Chancen- und Risikomanagementsystem der GfK Gruppe basiert. Die Kernprinzipien, die in die Strukturen und Geschäftsprozesse der GfK Gruppe integriert sind, lauten:

- › Unternehmerisches Handeln erfordert einen bewussten Umgang mit Risiken.
- › Handlungen, deren immanente Risiken in einer Existenzgefährdung der GfK Gruppe resultieren können, sind nicht erlaubt.
- › Risikomanagement ist Pflicht für jede Mitarbeiterin und jeden Mitarbeiter.
- › Risiken müssen systematisch identifiziert, bewertet und gesteuert werden.



Verantwortlichkeiten

Risikomanagement-Komitee: Im Rahmen seiner Gesamtverantwortung für das Chancen- und Risikomanagementsystem hat der Vorstand ein Risikomanagement-Komitee eingerichtet, das mit der zentralen Koordination und kontinuierlichen Weiterentwicklung des Risikomanagementsystems betraut ist. Ihm gehören der Finanzvorstand als Vorsitzender, der Vorstandsvorsitzende, der Head of Group Controlling sowie ein für das Thema Risikomanagement verantwortlicher Mitarbeiter des Bereichs Group Controlling als ständige Mitglieder an. Das Komitee informiert den Vorstand und den Aufsichtsrat über aktuelle Entwicklungen und Veränderungen der Risikolage im Konzern.

Risikomanagement-Koordinatoren: Die direkte Verantwortung für Früherkennung, Steuerung und Kommunikation über die Risiken vor Ort liegt beim operativen Management der einzelnen GfK-Unternehmen. Dort sorgen Risikomanagement-Koordinatoren dafür, die zentralen Vorgaben in der jeweiligen Organisation umzusetzen und das Risikobewusstsein zu fördern.

Risk Owner: Für jedes identifizierte Risiko wird ein Risk Owner (auf jeder Stufe des im nachfolgenden Schaubild dargestellten Prozesses der Risikoinventur 2016) benannt, in dessen Verantwortungsbereich das Risiko fällt. Er hat die Aufgabe, das Risiko aktiv zu managen und geeignete Gegenmaßnahmen zu ergreifen, um dem Eintreten geschäftsschädigender Risiken vorzubeugen oder einen möglichen Schaden zu begrenzen. Der Risk Owner kann ein einzelner Mitarbeiter oder eine Gruppe von Mitarbeitern auf Managementebene sein.

Chancen- und Risikomanagementprozess

Der Chancen- und Risikomanagementprozess umfasst eine fortwährende Identifikation, Bewertung und Steuerung, die durch die prozessbegleitenden Schritte Berichterstattung und Monitoring ergänzt werden.

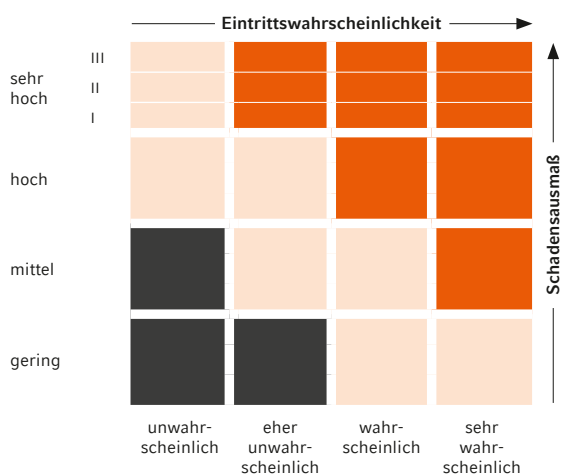
Jeder Mitarbeiter der GfK Gruppe ist dafür verantwortlich, die in seinem Aufgabenbereich befindlichen Risiken zu identifizieren. Dies geschieht einerseits innerhalb der jeweiligen lokalen GfK-Gesellschaften, innerhalb der Regionen durch das regionale Management und auf Sektorebene durch das Sektormanagement und – sofern ein Risiko die gesamte GfK Gruppe betrifft – auf Vorstandsebene. Anschließend wird jedes Risiko systematisch anhand der Kriterien „Eintrittswahrscheinlichkeit“ und „potenzielles Schadensausmaß“ sowie „Zeithorizont“ bewertet.

Die Eintrittswahrscheinlichkeit wird durch vier Kategorien definiert: „unwahrscheinlich“ (kleiner 10 Prozent), „eher unwahrscheinlich“ (zwischen 10 und kleiner 40 Prozent), „wahrscheinlich“ (zwischen 40 und kleiner 70 Prozent) und „sehr wahrscheinlich“ (über 70 Prozent).

In Bezug auf das potenzielle Schadensausmaß wird unterschieden zwischen einem Einfluss auf das angepasste operative Ergebnis respektive Konzernergebnis von „gering“ (kleiner 3 Millionen Euro), „mittel“ (zwischen 3 und kleiner 6 Millionen Euro), „hoch“ (zwischen 6 und kleiner 10 Millionen Euro) und „sehr hoch“ in drei Abstufungen (zwischen 10 und kleiner 20 Millionen Euro, zwischen 20 und kleiner 30 Millionen Euro und über 30 Millionen Euro).

Eine Aufteilung bezüglich Zeithorizont in unmittelbare Risiken (potenzielle Auswirkungen können bereits im Geschäftsjahr 2017 auftreten) und mittelbare Risiken (potenzielle Auswirkungen können erstmalig ab dem darauffolgenden Geschäftsjahr auftreten) werden nicht vorgenommen, da die meisten potenziellen Risiken bereits im nächsten Geschäftsjahr auftreten können. Abweichungen in Bezug auf den Zeithorizont sind im jeweiligen Risiko vermerkt.

RISIKOKLASSEN BEI GfK



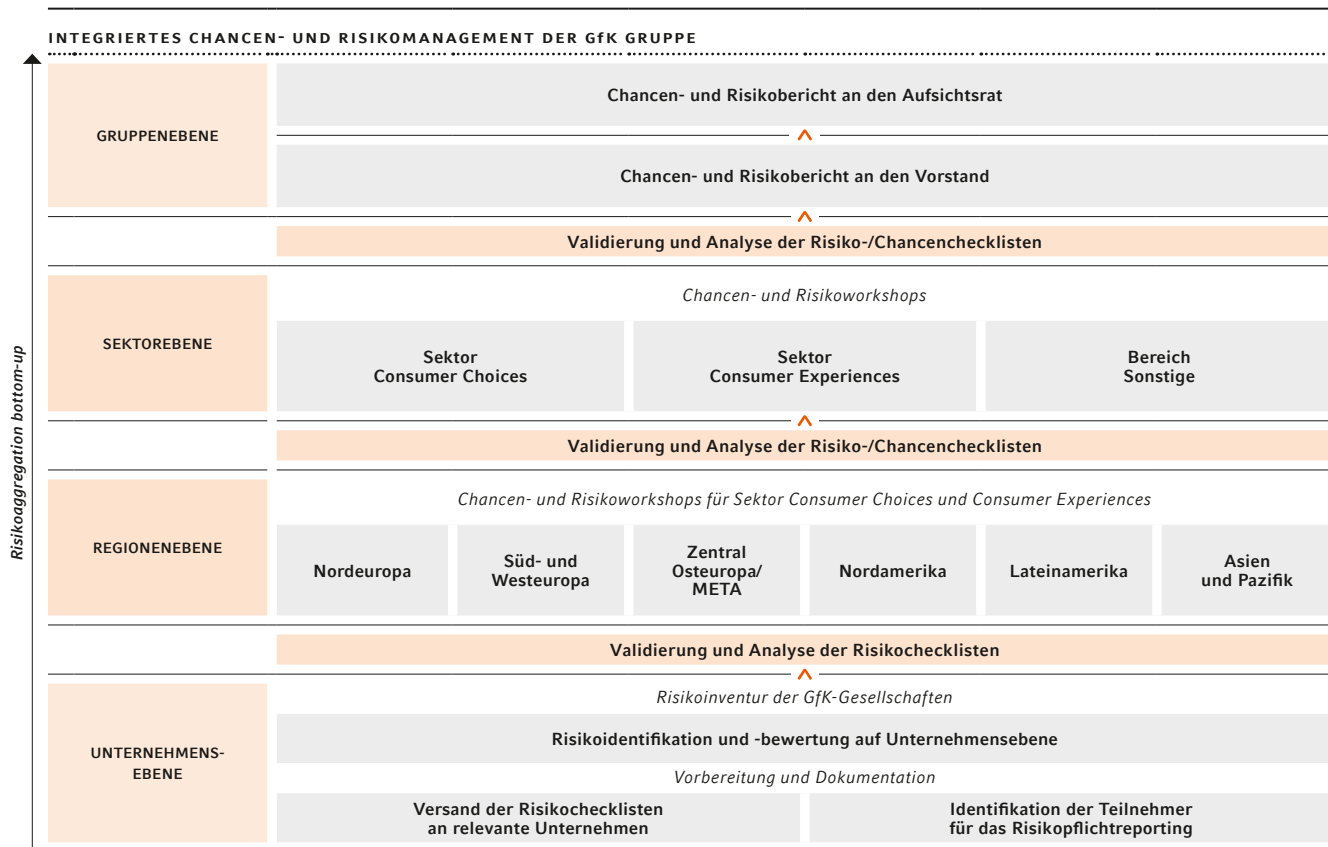
Schadensausmaß

gering	< 3 Mio. €
mittel	≥ 3 Mio. € bis < 6 Mio. €
hoch	≥ 6 Mio. € bis < 10 Mio. €
sehr hoch I	≥ 10 Mio. € bis < 20 Mio. €
sehr hoch II	≥ 20 Mio. € bis < 30 Mio. €
sehr hoch III	≥ 30 Mio. €

Eintrittswahrscheinlichkeit

unwahrscheinlich	< 10%
eher unwahrscheinlich	≥ 10% bis < 40%
wahrscheinlich	≥ 40% bis < 70%
sehr wahrscheinlich	≥ 70%

■ Wesentliches Risiko ■ Mittleres Risiko ■ Niedriges Risiko



Im Rahmen der Risikosteuerung werden für wesentliche Risiken (abhängig von der Einschätzung bezüglich Schadensausmaß und Eintrittswahrscheinlichkeit) Maßnahmen definiert und umgesetzt, um das Eintreten von Risiken zu vermeiden bzw. das Schadensausmaß im Falle des Eintritts signifikant zu reduzieren. Der hier genannte Risikokatalog bezieht sich ebenfalls nur auf wesentliche Risiken für die GfK Gruppe.

Daneben werden auch potenzielle Chancen im Konzern analysiert, die einen positiven Einfluss auf das angepasste operative Ergebnis respektive Konzernergebnis haben können. Die Chancen- und Risikosteuerung umfasst zusätzlich einen aktiven Umgang mit dem Einzelrisiko bzw. der identifizierten Chance, um auf mögliche Änderungen rechtzeitig reagieren zu können. Im Rahmen des Chancen- und Risikomonitorings werden das gesamte Chancen- und Risikoportfolio sowie das Geschäftsumfeld kontinuierlich beobachtet, um Veränderungen rechtzeitig erkennen zu können.

Die Chancen- und Risikoberichterstattung erfolgt monatlich und jährlich über eine globale Risikoinventur und darüber hinaus über eine jederzeit mögliche Ad-hoc-Berichterstattung. Die jährliche Risikoinventur sorgt für eine umfassende Einschätzung der Chancen- und Risikosituation der GfK Gruppe.

Grundsätzlich sind alle GfK-Gesellschaften verpflichtet, eine jährliche Risikoinventur durchzuführen. In die Risikoinventurberichterstattung sind diejenigen GfK-Gesellschaften integriert, deren geplante externe Umsätze für das laufende Geschäftsjahr mehr als 9 Millionen Euro betragen, und solche, die von strategischem Interesse für die GfK Gruppe sind. Im Rahmen von regionen- und sektorspezifischen Chancen- und Risikoworkshops erfolgt eine Zusammenfassung und Validierung der gemeldeten

Risiken mit dem Ziel, über alle Gesellschaften hinweg wesentliche Risiken und Chancen zu identifizieren. Hierdurch wird das Chancen- und Risikomanagement in der jeweiligen Region- und Sektorstrategie sowie letztendlich in der des Konzerns verankert. Durch diesen Ansatz können sich durchaus Einzelrisiken nivellieren oder Risiken aggregiert auf Region- und Sektorebene neu bewertet werden.

Auf Basis dessen werden die Chancen und Risiken für die GfK Gruppe zusammengefasst und dem Vorstand vorgestellt. Die auf diese Weise identifizierten und bewerteten Chancen und Risiken werden anschließend in einem Chancen- und Risikobericht zusammengefasst und an den Aufsichtsrat berichtet.

Unterjährige Änderungen in der Risikosituation der einzelnen GfK-Gesellschaften werden über die monatliche Risikoberichterstattung innerhalb der regulären Finanzberichterstattung oder über die Ad-hoc-Berichterstattung erfasst und auf Vorstandsebene berichtet. Jede GfK-Gesellschaft ist verpflichtet, neu auftretende Risiken und Änderungen bei existierenden wesentlichen Risiken monatlich zu melden. Haben unterjährig neu auftretende Risiken ein signifikantes potenzielles Schadensausmaß, welches das Anstoßen von Maßnahmen auf Gruppenebene erfordert, muss das Risikomanagement-Komitee unmittelbar informiert werden.

11.2 BEWERTUNG DER CHANCEN- UND RISIKOSITUATION

Aufgrund der unternehmerischen Geschäftstätigkeit muss GfK bewusst bestimmte Risiken eingehen, um Chancen zu nutzen und erfolgreich am Markt bestehen zu können. Dabei wird ein

BEWERTUNG DER RISIKOSITUATION NACH GEGENMASSNAHMEN				
	Poten- zielles Schadens- ausmaß	Änderung gegen- über Vorjahr	Eintritts- wahr- schein- lichkeit	Änderung gegen- über Vorjahr
Makroökonomische Risiken				
Konjunkturelle Risiken	Sehr hoch I	▲	Wahrscheinlich	▲
Strategische Risiken				
Risiken im Zusammenhang mit Portfolio-bewertung	Sehr hoch III	–	Eher unwahrscheinlich	▼
Risiken durch Reputationsschaden	Gering	▲	Eher unwahrscheinlich	▲
Risiken im Zusammenhang mit Portfolioaktivitäten	Gering	▼	Wahrscheinlich	–
Finanzielle Risiken				
Risiken im Zusammenhang mit Liquidität und Vermögensmanagement ¹⁾	Mittel	–	Eher unwahrscheinlich	▲
Währungsrisiken	Mittel	–	Wahrscheinlich	–
Steuerliche Risiken	Mittel	▲	Eher unwahrscheinlich	▲
Operative Risiken				
Produktgruppen (insbesondere Media Measurement)	Sehr hoch III	▲	Wahrscheinlich	▲
Risiken im Zusammenhang mit sektorübergreifenden Initiativen	Sehr hoch I	▲	Eher unwahrscheinlich	–
Projektrisiken	Sehr hoch I	▲	Eher unwahrscheinlich	▲
Geschwindigkeit und Erfolg bei Innovationen	Sehr hoch I	▲	Wahrscheinlich	▲
Datenbeschaffungsrisiken	Sehr hoch I	▲	Eher unwahrscheinlich	–
Datensicherheit und Kontinuität der IT-Systeme	Sehr hoch I	▼	Eher unwahrscheinlich	▲
Anpassung des Kompetenzportfolios	Hoch	▲	Eher unwahrscheinlich	–
Datenqualitäts- und Datenverarbeitungsrisiken	Mittel	–	Eher unwahrscheinlich	–
Risiko des Leerstands von Gebäuden ¹⁾	Gering	▲	Eher unwahrscheinlich	▲
Marktrisiken				
Risiken in Zusammenhang mit Wettbewerb, technologischem Fortschritt und globalem Produktportfolio	Sehr hoch II	▲	Wahrscheinlich	–
Risiken im Zusammenhang mit Absatzmarkt-konsolidierung	Sehr hoch II	▲	Wahrscheinlich	–
Legal- und Compliance-Risiken				
Rechtliche Risiken im Zusammenhang mit vereinbarten Vertragsstrafen sowie Haftungsbegrenzungen	Sehr hoch III	–	Unwahrscheinlich	–
Rechtliche Risiken im Zusammenhang mit Datenschutz	Sehr hoch I	▲	Wahrscheinlich	–
Compliance-Risiken	Mittel	▼	Eher unwahrscheinlich	▲
Drohende oder laufende Rechtsstreitigkeiten	Mittel	▲	Eher unwahrscheinlich	▲

▲ gestiegen ▼ gefallen – unverändert ▲ neues Risiko

¹⁾ Zeithorizont mittelfristig

breites Spektrum an Chancen- und Risikofeldern tangiert. Die Chancen- und Risikobewertung bezieht sich auf die Evaluierung nach Implementierung geeigneter Gegenmaßnahmen.

Makroökonomische Risiken

Konjunkturelle Risiken: Sollte das Weltwirtschaftswachstum im laufenden Geschäftsjahr deutlich unter die Werte aus der aktuellen Prognose des Internationalen Währungsfonds (IWF) fallen oder die Stabilität einzelner wichtiger Währungen für die Weltwirtschaft gefährdet sein, sind hieraus auch Konsequenzen für das Geschäft von GfK zu erwarten. Die GfK Gruppe ist global aufgestellt und weist einen sehr hohen geografischen Diversifizierungsgrad aus. Hierdurch wird erwartet, einer Abkühlung der Wirtschaftsentwicklung einzelner Länder angemessen begegnen zu können. Die weitere Entwicklung innovativer Produkte und Services, die Fokussierung auf Kundenbeziehungen sowie eingeleitete Restrukturierungs- und Kostensenkungsmaßnahmen und ein verbessertes Risikobewusstsein werden zur Risikominimierung beitragen. Risikobewertung nach Gegenmaßnahmen: Eintrittswahrscheinlichkeit wahrscheinlich, potenzielles Schadensausmaß sehr hoch I.

Strategische Risiken

Risiken im Zusammenhang mit Portfoliobewertung: Die Werthaltigkeit von Akquisitionen und der daraus resultierenden Vermögenswerte ist abhängig von der Profitabilität der Zahlungsmittel generierenden Einheiten (Cash Generating Units). Bei Abweichungen der laufenden Entwicklung von den Erwartungen im Geschäft der akquirierten Konzernunternehmen oder bei geringeren als den prognostizierten Wachstumsraten kann sich ein Wertminderungsrisiko ergeben. Zur Bewertung werden unter anderem Budgetwerte aus der internen Konzernberichterstattung herangezogen. Risiken aus der Eintrittswahrscheinlichkeit und veränderte Marktumstände können dazu führen, dass ein Wertminderungsaufwand ergebniswirksam erfasst werden muss, der jedoch nicht zahlungswirksam ist. Gegenmaßnahmen wie strikte Überwachung und Steuerung der Budgeteinhaltung sowie unterjährige Sensitivitätsanalysen ermöglichen es, dieses Risiko zu überwachen. Auf Basis des Halbjahresergebnisses sowie unter Berücksichtigung der zukünftigen Wachstumsraten wurden bereits zum Halbjahresabschluss Firmenwertabschreibungen vorgenommen. Durch diese Maßnahme wurde das Risiko im Vergleich zum Vorjahr mit einer unveränderten Risikobewertung ausgewiesen. Risikobewertung nach Gegenmaßnahmen: Eintrittswahrscheinlichkeit eher unwahrscheinlich, potenzielles Schadensausmaß sehr hoch III.

Risiken durch rufschädigende Ereignisse: Für einen der größten Marktforscher weltweit ist das Vertrauen unserer Kunden und anderer externer Stakeholder von herausragender Bedeutung. Unser Verhalten als Lieferant, Kunde und Arbeitgeber sollte stets einwandfrei und in Einklang mit unserem selbst auferlegten Verhaltenskodex sein. Sollten Ereignisse, wie etwa Verstöße einzelner GfK-Mitarbeiter gegen Gesetze und Richtlinien oder andere öffentlichkeitswirksame Vorgänge, eintreten und bekannt werden, so ziehen sie nicht nur direkte Vermögensschäden für GfK nach sich. Rufschädigungen können weitreichende Folgen für die globale Geschäftstätigkeit haben, selbst wenn das Fehlverhalten sich nur auf einen isolierten Sachverhalt oder eine bestimmte Region beziehen sollte. Deshalb wurde dieses Risiko im abgelaufenen Geschäftsjahr erstmals als Einzelrisiko

aufgenommen. Allgemeine Gegenmaßnahmen zur Sensibilisierung der Mitarbeiter für Compliance-Themen werden im entsprechenden Abschnitt erläutert. Kann durch diese Maßnahmen der Eintritt eines rufschädigenden Ereignisses nicht verhindert werden, so wird das Schadensausmaß durch zeitnahe weitere Maßnahmen reduziert, etwa durch Ausweitung der Kommunikation mit betroffenen Kunden, durch zügige Abwicklung möglicher Rechtsstreitigkeiten und, sofern nötig, durch Einbezug externer Spezialisten. Risikobewertung nach Gegenmaßnahmen: Eintrittswahrscheinlichkeit eher unwahrscheinlich, potenzielles Schadensausmaß gering.

Risiken im Zusammenhang mit Portfolioaktivitäten: Der Erfolg von GfK hängt von der Erreichung seiner strategischen Ziele ab. Hierfür werden neben Akquisitionen auch Restrukturierungen sowie Desinvestitionen zur Optimierung des Konzernportfolios betrachtet. Risiken, die bei den Projekten zur Erreichung der strategischen Ziele entstehen können, sind vielfältig. Neben Risiken aus dem Bereich der Integration können sich auch finanzielle Risiken ergeben, wenn möglicherweise erwartete Erlöse aus den der Akquisition zugrunde liegenden Businessplänen nicht realisiert werden. Die Erreichung der strategischen Ziele kann auch durch weitere finanzielle Bindung in dem verkauften Business, zum Beispiel durch Eigentumsrechte, Garantien, Haftungs-freistellung oder sonstige finanzielle Verpflichtungen, gefährdet werden. Aufgrund des erfahrenen Corporate-Development- und Legal-Teams innerhalb von GfK und des Einbezugs externer Spezialisten kann möglichen Risiken frühzeitig begegnet und können geeignete Maßnahmen getroffen werden. Zu den Maßnahmen gehören vor allem umfangreiche Due-Diligence-Prozesse, die Post-Merger-Integration und die Überwachung von Schwellenwerten, sowohl bei Akquisitionen als auch bei Desinvestitionen. Gegenüber dem Vorjahr bleibt daher das Schadensausmaß stabil. Risikobewertung nach Gegenmaßnahmen: Eintrittswahrscheinlichkeit wahrscheinlich, potenzielles Schadensausmaß gering.

Finanzielle Risiken

Liquiditätsrisiken: Die Liquiditätsrisiken für die GfK Gruppe bestehen darin, dass sie möglicherweise ihren finanziellen Verpflichtungen, zum Beispiel der Tilgung von Finanzschulden oder den laufenden Kapitalerfordernissen der operativen Geschäftstätigkeit, nicht nachkommen kann. Liquide Mittel in Höhe von 174 Millionen Euro, zum Bilanzstichtag freie Kreditlinien in Höhe von 282 Millionen Euro und eine ausgewogene Fälligkeitenstruktur der Darlehen minimieren das Liquiditätsrisiko (siehe Abschnitt 27 im Anhang: Verzinsliche Finanzverbindlichkeiten). Die zum Bilanzstichtag ungenutzte syndizierte Kreditlinie und eine Nebenkreditlinie über 200 Millionen Euro wurden bis 2021 vorzeitig prolongiert. Die in der syndizierten Kreditfazilität und in den Schuldscheindarlehen vereinbarten Covenants wurden für alle Berichtszeiträume im Jahr 2016 erfüllt. Zur Identifizierung und Minimierung möglicher Liquiditätsrisiken wurde bereits im Vorjahr von Group Treasury ein konzernweites Kontrahentenrisikomanagement eingeführt und die währungsdifferenzierte Liquiditätsplanung wesentlich optimiert.

Finanzwirtschaftliche Risiken: Eine Refinanzierung am Kapitalmarkt stellt für die GfK SE eine sehr wichtige Maßnahme dar, die jedoch auch risikoträchtig ist. Die Gesellschaft hält sich an die Vorschriften zum Insiderhandelsverbot sowie an diverse Anzeige- und Mitteilungspflichten, um einen generellen Reputa-

tionsverlust und damit eine mögliche Beeinträchtigung des Börsenkurses zu vermeiden. Dies beinhaltet auch eine effiziente, an Investoren- und Analysteninteressen ausgerichtete Kommunikation mit dem Ziel, das Vertrauen von Investoren, insbesondere durch dauerhafte Transparenz, zu fördern. Daneben wird das Risiko der Abhängigkeit (Refinanzierungsrisiko) von einer Investorengruppe durch Diversifikation der Finanzierungsinstrumente minimiert. Außerdem wurden im abgelaufenen Geschäftsjahr Kreditverträge zu verbesserten Konditionen ausgehandelt. Der Investorenkreis der GfK Gruppe zum Stichtag 31. Dezember 2016 umfasst neben dem Mehrheitsaktionär eine Vielzahl von nationalen und internationalen Banken (Bankensyndikat) sowie eine Vielzahl von Schuldscheininvestoren, die nicht nur dem Bankensektor zuzuordnen sind (zum Beispiel Versicherungen, Pensionskassen).

Zinsrisiken: Zinsrisiken entstehen in der GfK Gruppe hauptsächlich bei Finanzverbindlichkeiten. Zum Bilanzstichtag hat die GfK SE Bankverbindlichkeiten in Höhe von 449 Millionen Euro, wovon 301 Millionen Euro festverzinslich und 148 Millionen Euro variabel verzinslich sind. Von den variabel verzinslichen Finanzverbindlichkeiten wurden 15 Millionen Euro durch einen Zinsswap gesichert. Daneben wurde im Jahr 2014 ein Cross-Currency Interest Rate Swap abgeschlossen, um die Zins- und Währungsrisiken eines konzerninternen Fremdwährungsdarlehens in US-Dollar abzusichern.

Die kombinierte Risikobewertung der oben genannten Risiken nach den beschriebenen Maßnahmen ist gegenüber dem Vorjahr hinsichtlich des Schadensausmaßes unverändert: Die Eintrittswahrscheinlichkeit ist leicht auf eher unwahrscheinlich gestiegen, potenzielles Schadensausmaß mittel.

Währungsrisiken: Die GfK Gruppe ist als global agierender Konzern Währungsrisiken ausgesetzt. Im Gegensatz zum Vorjahr wurden die beiden Währungsrisiken/-chancen (translatorisch/transaktionsbezogen) zusammen beurteilt.

Das **translatorische** Risiko bzw. die **translatorische** Chance resultiert aus der Umrechnung von Bilanz sowie Gewinn- und Verlustrechnung der GfK-Gesellschaften außerhalb des Euro-Währungsraums in die Berichtswährung Euro der GfK Gruppe. Translationseffekte werden nicht abgesichert und im sonstigen Ergebnis des Konzernabschlusses ausgewiesen. Beteiligungsbuchwerte werden derzeit nur in geringem Umfang durch sogenannte Natural Hedges abgesichert. Um in der Gewinn- und Verlustrechnung die Volatilität aus der Stichtagsbewertung der Fremdwährungsverbindlichkeiten und -forderungen zu begrenzen, wendet GfK für sie, wenn möglich, das Hedge Accounting nach den einschlägigen Vorschriften an.

Das **transaktionsbezogene** Risiko entsteht aus dem Absatz und dem Erwerb von Gütern und Dienstleistungen, die nicht in der Heimatwährung der jeweiligen GfK-Gesellschaft abgerechnet werden. Da aufgrund des hohen lokalen Wertschöpfungsanteils bei allen operativ tätigen GfK-Gesellschaften den Einnahmen in lokaler Währung zum größten Teil auch Ausgaben in derselben Währung gegenüberstehen, ist das operative Fremdwährungsrisiko in der GfK Gruppe begrenzt. Jedoch können Währungseffekte aufgrund von internen Weiterverrechnungen von internationalen Verträgen entstehen, die nur zum Teil abgesichert werden. GfK realisiert die konzerninterne Finanzierung in der Regel in der Heimatwährung der Tochtergesellschaft. Die daraus entstehenden Währungsrisiken werden

durch Treasury zum Teil, wenn ökonomisch sinnvoll, mithilfe von Finanzinstrumenten zentral gesichert. Die sich kompensierenden Effekte des Grundgeschäfts und der Währungssicherung werden ergebniswirksam gebucht.

Die Risikobewertung nach Gegenmaßnahmen ist für das gesamte Währungskursrisiko im Vergleich zum Vorjahr unverändert: Eintrittswahrscheinlichkeit wahrscheinlich, potenzielles Schadensausmaß mittel.

Steuerliche Risiken: Naturgemäß ergeben sich aus der konzerninternen Leistungsverrechnung und neuen Geschäftsmodellen in einem internationalen Konzern steuerliche Prüfungsrisiken. Eine Konzernrichtlinie stellt die Basis für eine sachgerechte Verrechnungspreisbildung und Dokumentation aller relevanten Geschäftsvorfälle in den jeweiligen Ländern dar. Weitere Maßnahmen waren die Weiterentwicklung einer Tax-Compliance-Organisation mit Etablierung von Prozessen und Kontrollen. Die Eintrittswahrscheinlichkeit hat sich gegenüber dem Vorjahr leicht erhöht, insbesondere weil auch die Prüfungsintensität lokaler Finanzbehörden unter anderem vor dem Hintergrund der Maßnahmen gegen internationale Steuervermeidung der OECD (BEPS – Base Erosion Profit Shifting Project), zugenommen hat. GfK reagiert hierauf mit einer stärkeren Einbindung in lokale Betriebsprüfungen und einer regelmäßigen Überprüfung der Geschäftsmodelle. Risikobewertung nach Gegenmaßnahmen: Eintrittswahrscheinlichkeit eher unwahrscheinlich, potenzielles Schadensausmaß mittel.

Operative Risiken

Risiken im Zusammenhang mit Produktgruppen: Auch das abgelaufene Geschäftsjahr stand unter dem Ziel, das Geschäft im Media-Measurement-Bereich zur Messung von Reichweiten bei TV, Radio, Printmedien sowie crossmedial weiter auszubauen. Media Measurement bietet mithilfe neuartiger Technologien Informationsservices zu Reichweiten, Intensität und Art der Nutzung von Medien und Medienangeboten, umfassende Einblicke in den Medienkonsum eines dynamisch geprägten Medienmarkts und Informationen zu ihrer Akzeptanz in verschiedenen Ländern. Jedes neue, im Aufbau eines Media-Measurement-Systems befindliche Land bringt andere technische Voraussetzungen und Anforderungen mit. Zudem ist die wirtschaftliche und politische Entwicklung in einigen Regionen nur schwer vorhersehbar. Die TV-Messung in Singapur wurde erfolgreich eingeführt, in Marokko hingegen wurde der Vertrag seitens GfK gekündigt.

In Brasilien und im Königreich Saudi-Arabien wurden die qualitativen Ziele bei der Erhebung durch striktes Projekt- und Ressourcenmanagement im Laufe von 2016, und damit mit erheblicher Verspätung, erreicht. Der längere Aufbau und die hohen Qualitätsansprüche führten zu einer Verspätung in der Vermarktung. In Brasilien wurde ein syndizierter Ansatz gewählt, das heißt die Weitervermarktung der Daten obliegt GfK selbst. Im Königreich Saudi-Arabien hingegen liegt ein exklusives Panel vor, hier entscheidet der Kunde über die Weitervermarktung. Aufgrund der höheren Investitionen und der längeren Aufbauphase – sowohl in Brasilien als auch im Königreich Saudi-Arabien – wurde das Risiko im Vergleich zum Vorjahr wesentlich höher eingeschätzt. Diese Tatsache wurde entsprechend in den Büchern erfasst. Im Brasilien-Projekt werden seit März 2016 keine Umsätze mehr gebucht und es wurden entsprechende Rückstellungen gebildet. Für das Königreich Saudi-Arabien

haben wir eine entsprechende Bewertung des Panels vorgenommen. In beiden Fällen laufen aktuell die Verhandlungen über eine Vertragsanpassung mit den bestehenden Kunden. Zudem wird der Schwerpunkt auf einer erfolgreichen Vermarktung und Gewinnung von Neukunden in Brasilien liegen. Der potenzielle Schaden, wenn die Projekte gestoppt würden, wäre für das Projekt in Brasilien sehr hoch III und für das Projekt im Königreich Saudi-Arabien sehr hoch I. Die Eintrittswahrscheinlichkeit hat sich gegenüber dem Vorjahr auf wahrscheinlich erhöht.

Risiken in Zusammenhang mit sektorübergreifenden Initiativen: Der Erfolg neuer, sektorübergreifender Initiativen, beispielsweise einer Erweiterung des digitalen Produkt- und Serviceportfolios, ist abhängig von einer erfolgreichen Zusammenarbeit auf Sektor- und Regionenebene sowie dem effizienten Austausch und der richtigen Zusammensetzung von Kompetenzen innerhalb der GfK Gruppe. Dadurch verspricht sich der Konzern Synergieeffekte bei gleichzeitiger Ausweitung der globalen Kooperation innerhalb des GfK-Netzwerks. Dies beinhaltet auch die Einführung sektorübergreifender Produkte in den Regionen. Risiken können hier durch die Nichterreichung gesetzter finanzieller und terminlicher Ziele, die nicht geeignete Zusammensetzung der Kompetenzen innerhalb von GfK oder aufgrund nicht beeinflussbarer technischer Rahmenbedingungen wie der Abhängigkeit von Drittsystemen bei der Datenerhebung entstehen. Um dem Risiko, die genannten Potenziale und gesetzten Ziele nicht in vollem Umfang generieren zu können, zu begegnen, wurden weiterhin Maßnahmen zur Risikovermeidung bzw. -minimierung ergriffen. Beispielsweise wurde die erfolgreiche Zusammenarbeit des sektorübergreifend entwickelten Produkts GfK Crossmedia Link weiter vorangetrieben. Es ist Maßstab für weitere Projekte und Services. GfK Crossmedia Link ist eine Plattform, die auf Basis eines globalen Single-Source Panels Datenerweiterung – interne wie auch externe Daten – ermöglicht, um zukünftigen Anforderungen der Werbeindustrie gerecht zu werden. Unter anderem wird das Verbraucherverhalten über verschiedene Medien wie TV, PC, Tablet oder Smartphone gemessen und um Information zum Konsumverhalten erweitert. Während die Eintrittswahrscheinlichkeit weiterhin als eher unwahrscheinlich eingestuft wird, hat sich das potenzielle Schadensausmaß gegenüber dem Vorjahr auf sehr hoch I erhöht.

Risiken im Zusammenhang mit der Durchführung von Projekten: Auch im abgelaufenen Geschäftsjahr hat GfK eine Vielzahl unterschiedlicher Initiativen und Projekte gestartet, um den Kunden noch bessere und aktuellere Services bieten zu können. Bei diesen Kundenprojekten, wie auch bei internen Entwicklungsprojekten können sich im Projektverlauf immer Risiken realisieren oder Herausforderungen in Bezug auf Zeit, Budget oder Qualität entstehen. GfK begegnet dem durch die Umsetzung globaler Projektmanagement-Standards, die durch ein Globales Project Management Office (PMO) begleitet werden. Aufgrund der Vielzahl neu anlaufender Projekte hat GfK dieses Risiko 2016 erstmals als bedeutsames Einzelrisiko identifiziert. Die Eintrittswahrscheinlichkeit eines Schadens nach Gegenmaßnahmen ist eher unwahrscheinlich, das Schadensausmaß wird als sehr hoch I eingestuft.

Geschwindigkeit und Erfolg bei Innovationen: GfK sieht neben spezifischen Projektrisiken ein allgemeines Risiko, bei bestehenden Produkten nicht rechtzeitig auf Marktanforderungen

reagieren oder diese Anforderungen nicht rechtzeitig erfüllen zu können. Dies würde den Erfolg der Produkte auf dem Markt gefährden. Auch hier arbeitet GfK kontinuierlich an einer noch größeren Nähe zu bestehenden und potenziellen Kunden, um ihre Bedürfnisse besser verstehen und darauf noch schneller reagieren zu können. Die internen Prozesse und Plattformen zur Datenverarbeitung werden permanent evaluiert und wenn nötig verbessert. Hierfür steht bei GfK jährlich ein erhebliches Investitionsvolumen zur Verfügung. Das Risiko ist durch sich verändernde Marktsituationen von immer größerer Bedeutung für GfK und wurde deshalb neu in den Risikokatalog aufgenommen. Eintrittswahrscheinlichkeit wahrscheinlich, Schadensausmaß sehr hoch I.

Datenbeschaffungsrisiken: Damit GfK seinen Kunden weltweit wichtige Erkenntnisse über lokale Märkte in über 100 Ländern liefern kann, erhebt GfK kontinuierlich von Groß- und Einzelhandelsunternehmen sowie von Panel- und Stichprobenteilnehmern Daten zu deren Absatzentwicklung und Kaufentscheidungen sowie zur Radio- und Fernsehnutzung. Unverändert gegenüber dem Vorjahr sieht GfK ein immanentes Risiko darin, dass diese Datenlieferanten unter anderem aufgrund von datenschutzrechtlichen Bedenken nicht mehr bereit sind, Daten zur Verfügung zu stellen, und es GfK nicht möglich ist, sie adäquat zu ersetzen. Durch die Nutzung alternativer Rekrutierungskanäle (zum Beispiel durch die Kooperation mit Agenturen zur Felderhebung), eine ständige Optimierung in Bezug auf die Rekrutierung der Panelteilnehmer und die Erforschung neuer Techniken zur Datenerhebung wurden entsprechende Notfallkonzepte entwickelt. Gegenüber dem Vorjahr sieht GfK – trotz der eingeleiteten Maßnahmen – das Risiko hinsichtlich des Schadensausmaßes als gestiegen an, wohingegen die Eintrittswahrscheinlichkeit unverändert bleibt. Risikobewertung nach Gegenmaßnahmen: Eintrittswahrscheinlichkeit eher unwahrscheinlich, potenzielles Schadensausmaß sehr hoch I.

Netzwerk- und Datensicherheitsrisiken: GfK verarbeitet Daten und Informationen innerhalb des GfK-Netzwerks, die von Interesse für Dritte mit kriminellen Absichten sein könnten. Analog zum Vorjahr wurden auch im abgelaufenen Geschäftsjahr Maßnahmen zum Erhalt, zur Verbesserung und zum Schutz der Informationssysteme und der in ihnen gespeicherten Daten höchste Priorität eingeräumt. Dazu zählen die kontinuierliche Weiterentwicklung des bestehenden Information Security Management System (ISMS), das auf ISO 27001 basiert, ein sorgfältiges Design der IT-Systemarchitekturen, ein konsequentes Risikomanagement, reguläre Tests und die automatische Überwachung von Applikationen und Systemen, um Angriffe frühzeitig erkennen zu können und größtmögliche Daten- und Betriebssicherheit zu erzielen. Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurde insbesondere die Aufklärung der Mitarbeiter über den Umgang mit Schutzverfahren und zur Erkennung von Risiken verstärkt.

Die am 25. Mai 2018 in Kraft tretende neue EU-Datenschutz-Grundverordnung (EU-DSGVO/GDPR) stellt besondere Anforderungen an den Schutz personenbezogener Daten und erfordert umfangreiche Maßnahmen zur Anpassung der bestehenden IT-Systeme sowie die Einführung geeigneter organisatorischer Regelungen. Ein Projekt zur Implementierung geeigneter Lösungen ist aufgesetzt und wird auf Konzernebene geführt.

Kontinuität der IT Systeme: Risiken für die Kontinuität der IT-Systeme und einen damit verbundenen Umsatzausfall bestehen durch Betriebsstörungen infolge von Hardware- oder Software-Fehlern in den technischen Basissystemen oder Anwendungen, durch Systemüberlastung, durch Cyber-Angriffe, durch Katastropheneinwirkungen (Feuer, Wasser, Anschläge etc.) und durch nicht wiederherstellbare Datenverluste nach entsprechenden Störungen. Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurden zahlreiche Maßnahmen erfolgreich abgeschlossen, um die genannten Risiken zu minimieren. In den zentralen Anwendungen wurden technische Konsolidierungen durchgeführt, um die Systemkomplexität zu reduzieren, zahlreiche Systemkomponenten erneuert, Systemkapazitäten erweitert und zu große Vernetzungen zwischen Systemen aufgelöst, um unerwünschte Abhängigkeiten und Seiteneffekte im Systembetrieb zu reduzieren. Der Schutz vor Cyber-Angriffen wurde verstärkt, insbesondere gegenüber DoS/DDoS-Attacken, zudem wurden die Tests auf Verwundbarkeit (Penetration, Vulnerability) ausgeweitet. Ein Projekt wurde gestartet mit dem Ziel, die verteilten Standorte des Rechenzentrums in Zentral-Europa an einem neuen Standort zusammenzufassen, der aus einer Primär- und einer Ausfallkomponente bestehen wird, um auch den Schutz vor Katastropheneinwirkungen zu verbessern.

Darüber hinaus wurde ein langjähriges Programm erfolgreich abgeschlossen, mit dem ein einheitliches modernes Backup-System weltweit eingeführt wurde, das nicht zeitgemäße, regional individuelle Lösungen ablöst. Neben der Schaffung einer solideren technischen Grundlage wurde damit auch die Sicherheit in der organisatorischen Durchführung von Backup- und Restore-Prozessen deutlich erhöht. Damit wurde das Risiko, dass Daten nach Verarbeitungsfehlern oder Betriebsstörungen nicht wieder hergestellt werden können, reduziert.

Aufgrund der vorgenannten Maßnahmen wird das Risiko im Schadensausmaß geringer eingestuft. Eintrittswahrscheinlichkeit eher unwahrscheinlich, Schadensausmaß sehr hoch I.

Anpassung des Kompetenzportfolios: Digitalisierung und Globalisierung bringen einen Wandel und neue Herausforderungen in der Marktforschungsbranche mit sich. Um darauf adäquat zu reagieren und optimalen Nutzen für sich zu ziehen, muss GfK umfassend Kompetenzen bei den Mitarbeitern auf- und ausbauen. Auch ist eine entsprechende erfolgreiche Anpassung der zugrunde liegenden organisatorischen Struktur, insbesondere in Führungsfunktionen, nötig. Dem Risiko begegnet die GfK Gruppe, indem global integrierte Mitarbeiterstrategien definiert und umgesetzt werden. Durch kontinuierliche Weiterbildungs- und Qualifizierungsangebote werden Kompetenzen der Mitarbeiter laufend an den technologischen Fortschritt angepasst und die Mitarbeiter mit Innovationen vertraut gemacht. Dabei wird insbesondere auch Wert darauf gelegt, die richtigen Talente für verschiedenste neue Portfolioeinsatzbereiche zu identifizieren, zu gewinnen und sie entsprechend zu fördern. Es werden attraktive Karrierepfade angeboten, und das Qualifizierungs- und Weiterbildungsangebot wird stetig ausgebaut. Sollten jedoch Talente nicht in ausreichendem Maß für GfK rekrutierbar sein, kann auch das Eingehen von Partnerschaften oder die Zusammenarbeit mit externen Dienstleistern in Erwägung gezogen werden, um dem Risiko entsprechend zu begegnen. Die Risikobewertung nach Gegenmaßnahmen ist im Vergleich zum Vorjahr leicht angestiegen: Eintrittswahrscheinlichkeit eher unwahrscheinlich, potenzielles Schadensausmaß hoch.

Datenqualitätsrisiken: GfK verfügt über langjährige Erfahrung im Erheben und Auswerten von Daten. Mithilfe innovativer Technologien und wissenschaftlicher Verfahren generiert GfK aus großen Datenmengen intelligente Informationen, um ihren Kunden zuverlässige und relevante Markt- und Verbraucherinformationen zur Verfügung zu stellen. Dabei wertet GfK aus einem Daten aus einem der weltweit größten Händlernetzwerke aus, zum anderen werden die Ergebnisse aus Ad-hoc-Studien und Verbraucherpanels analysiert. Gewisse Restrisiken hinsichtlich der Datenqualität – durch technische oder menschliche Fehler – insbesondere bei der Datenbeschaffung, der Datenverarbeitung wie auch bei der Auswertung und Analyse von Daten können trotz größter Sorgfalt nicht vollständig ausgeschlossen werden. Ursächlich hierfür können Systemfehler, Prozessänderungen oder bestimmte Datenkonstellationen sein, die zu falschen Informations- und Beratungsservices führen würden. Vorbeugend werden daher systemrelevante Check-Algorithmen angewendet und automatische Qualitätskontrollen durchgeführt sowie die laufenden Qualitätsmaßnahmen und Auditierungsprozesse ständig verbessert. Des Weiteren werden Qualitätschecks bei Lieferanten durchgeführt sowie die regionalen Coding Hubs weiter ausgebaut. Auch durch Trainings sowie Verbesserungen in der Beschaffung wird dem Risiko proaktiv begegnet. Risikobewertung nach Gegenmaßnahmen: Eintrittswahrscheinlichkeit eher unwahrscheinlich, potenzielles Schadensausmaß mittel. Keine Veränderungen im Vergleich zum Vorjahr.

Risiko des Leerstands von Gebäuden: Die GfK Gruppe besitzt Bürogebäude an unterschiedlichen Standorten, die so weit wie möglich zusammengeführt werden. Dadurch wird die Kooperation zwischen den Abteilungen gefördert und die Arbeitsumgebung attraktiver gestaltet. Das Risiko wurde 2016 neu aufgenommen und beinhaltet die Möglichkeit eines Leerstands oder einer doppelten Mietverpflichtung. Eine enge Zusammenarbeit und vertragliche Regelungen mit den Projektpartnern reduzieren das Risiko auf eher unwahrscheinlich, das Schadensausmaß wird als gering eingestuft.

Marktrisiken

Wettbewerbsrisiken: Hierunter ist eine weitere Zunahme des Wettbewerbs in der Marktforschungsbranche zu verstehen. Sie wird durch eine vereinfachte Handhabung großer Datenmengen sowie durch eine leichtere und schnellere Datenbeschaffung hervorgerufen. Zudem wird dies durch den Eintritt lokaler Marktforschungsunternehmen und einzelner spezialisierter Nischenanbieter sowie einen gestiegenen Preisdruck verstärkt. Darüber hinaus gibt es einen anhaltenden Wettbewerb um die Marktforschungsbudgets von weltweit agierenden Großkonzernen. GfK hat sich als hochwertiges, mit einheitlichen Methoden global agierendes Marktforschungsunternehmen positioniert. GfK sieht so die Möglichkeit, durch die Nutzung eines globalen Netzwerks und den weiteren Ausbau von zukunftsorientierten Innovationsprojekten den Kunden einen sehr hohen Mehrwert zu bieten und sich dadurch gegenüber seinen Konkurrenten klar und erfolgreich zu differenzieren. Eine weitere Verbesserung in der Visualisierung der Daten sowie im Ausbau des Vertragsmanagements hin zu Rahmenverträgen ermöglicht es GfK, dem Risiko aktiv zu begegnen.

Risiken durch den technologischen Fortschritt: Die zunehmende Digitalisierung, die Verbreitung des mobilen Internets und die Konvergenz von Anwendungsgeräten sorgen bei

den Verbrauchern für veränderte Verhaltensweisen. Kaufentscheidungen werden vermehrt aufgrund der Nutzung von mobilen Medien oder sozialen Netzwerken getroffen. Nach wie vor müssen Unternehmen ihre Kunden verstehen, und neue Methoden und Technologien müssen entwickelt werden, um Marktforschungsdaten im digitalen Zeitalter zu erheben. Risiken entstehen dadurch, dass die technische Umsetzung entsprechender Produkte sowohl kostenseitig als auch den veränderten Marktbedingungen entsprechend nicht adäquat möglich ist. Mögliche Risiken solcher Projekte werden durch eine regelmäßige Berichterstattung und ein aktives Projektmanagement überwacht. Des Weiteren werden Mitarbeiter in Projektmanagement-/Verhandlungstrainings geschult, um den Kunden von GfK eine zuverlässige und hochwertige Beratung im Hinblick auf innovative Produkt- und Serviceeureihen sowie Marktforschungsmethoden anbieten zu können.

Risiken im Zusammenhang mit dem Produkt- und Serviceportfolio: Ein globales Produkt- und Serviceportfolio birgt für GfK das Risiko, die gestiegenen Bedürfnisse hinsichtlich des Beratungs- und Verkaufsangebots nicht in ausreichendem Maß mit der richtigen „Commercial Excellence“ zu besetzen, die Marketingkampagnen nicht zielführend einzusetzen oder keine passenden Standardprodukte anbieten zu können, um seinen Kunden eine umfassende und optimale Entscheidungsgrundlage zu bieten. Hierbei ist es für GfK von großer Bedeutung, die Aufgaben innerhalb der Beratungsprojekte zu bündeln und eine gezielte Verkaufsabwicklung strategisch zu fokussieren. In diesem Zusammenhang werden die Mitarbeiter fortwährend in Bezug auf Neuerungen im Produkt- und Serviceportfolio geschult, um ihre Kompetenzen auszubauen. Durch eine Verbesserung im Rahmen der Absatzplanung können Produktmarkteinführungsprojekte transparent gesteuert und überwacht werden, um auf etwaige Verzögerungen rechtzeitig reagieren zu können. Auch die Bündelung von Aufgaben in den globalen Kompetenzzentren gehört hierzu.

Das kombinierte Marktrisiko hat sich im vergangenen Geschäftsjahr verstärkt und wird von GfK deshalb in Bezug auf die Eintrittswahrscheinlichkeit als wahrscheinlich eingeschätzt, das Schadensausmaß trotz intensiver Gegenmaßnahmen als sehr hoch II.

Risiken im Zusammenhang mit der Absatzmarktconsolidierung: Mit einem nahezu gleichbleibenden Anteil der zehn größten Kunden am Konzernumsatz von rund 15 Prozent ist die Abhängigkeit von GfK von einzelnen Großkunden auf Gruppenebene weiterhin vergleichsweise gering. Jedoch besteht diese Abhängigkeit in einigen Ländern. Zusätzlich ist mit einem weiteren Konsolidierungsprozess auf Kundenseite zu rechnen, wodurch einzelne Marktforschungsbudgets zusammengeführt und in Summe gekürzt werden können. Daneben sehen sich einige Kunden aufgrund der gegenwärtig von Unsicherheit geprägten makroökonomischen Rahmenbedingungen in wesentlichen Exportmärkten dazu gezwungen, Kosteneinsparungsprogramme umzusetzen und Marktforschungsbudgets zu kürzen. Um diesem Risiko zu begegnen, hat GfK im abgelaufenen Geschäftsjahr die One-Industry-Organisation errichtet mit dem Ziel, Wachstumschancen intensiver zu nutzen, neue Zielgruppen zu erschließen und einen produktübergreifenden Ausbau bestehender Geschäftsbeziehungen mit strategischen Kunden voranzutreiben. Zusätzlich begegnet GfK diesem Risiko mit einem auf die Bedürfnisse der Kunden zugeschnittenen Produkt- und

Serviceportfolio, um die Wettbewerbsfähigkeit der Kunden von GfK zu steigern. Das Risiko wurde mit einem höheren Schadensausmaß gegenüber dem Vorjahr bewertet. Risikobewertung nach Gegenmaßnahmen: Eintrittswahrscheinlichkeit wahrscheinlich, potenzielles Schadensausmaß sehr hoch II.

Legal- und Compliance-Risiken

Rechtliche Risiken im Zusammenhang mit Vertragsstrafen sowie Haftungsbeschränkungen: Dieses Risiko beinhaltet die nicht vertragsgemäße Erfüllung von Kundenverträgen, daraus resultierende Vertragsstrafen (zum Beispiel im Fall von verspäteter Leistung) und Haftungen für Schäden des Kunden, die durch mangelhafte Leistung entstehen könnten (zum Beispiel fehlerhafte Erhebung von Daten und daraus resultierende falsche Einschätzung der Marktlage). Die Gründe hierfür können vielfältig sein. Eine Gegenmaßnahme ist zum Beispiel – sofern möglich – die Aushandlung von geringen Vertragsstrafen und von adäquaten Haftungsbeschränkungen in den jeweiligen Verträgen. Dies kann insbesondere durch die Verwendung von GfK-eigenen Vertragsvorlagen erleichtert werden. Eine interne Richtlinie regelt den internen Genehmigungsprozess vor Abschluss von signifikanten Kundenverträgen. Das Risiko nach Gegenmaßnahmen hat sich gegenüber dem Vorjahr nicht verändert: Eintrittswahrscheinlichkeit unwahrscheinlich, potenzielles Schadensausmaß sehr hoch III.

Rechtliche Risiken im Zusammenhang mit dem Datenschutz:

Insbesondere wegen Inkonsistenzen in den gesetzlichen Anforderungen in einigen Ländern wie Russland und den USA (Safe Harbor bzw. Privacy Shield) sowie der neuen Europäischen Datenschutz-Grundverordnung hat das Risiko aufgrund einer gestiegenen öffentlichen Wahrnehmung und Sensibilität hinsichtlich Datenschutz und Datensicherheit für GfK – wie im Vorjahr – höchste Priorität. Um das Bewusstsein hinsichtlich der Themen in Bezug auf Compliance und Datenschutz weiter auszubauen, ist im GfK-Intranet allen Mitarbeitern ein CEO-Webcast zugänglich, der zu diesen Themen den „Tone from the Top“ verdeutlicht. Auch im abgelaufenen Geschäftsjahr wurden gezielt interne Schulungsmaßnahmen (zum Beispiel speziell für Führungskräfte, „New Joiners“, Healthcare etc.) durchgeführt und ein 2017 einzuführendes globales E-Learning-Modul vorbereitet. Weitere Maßnahmen sind die Prozessdefinition für die Anwendung von Cloud-Systemen, der kontinuierliche Ausbau der IT-Architektur und des Datenmanagements, die konsequente Überwachung rechtlicher Veränderungen und die Durchführung interner Audits. Ferner wird durch die Einführung globaler Projekte den Anforderungen neuer Rechtssituationen (Privacy Shield/Europäische Datenschutz Grundverordnung) Rechnung getragen. Ein gewisses Restrisiko möglicher Verletzungen ist jedoch nicht gänzlich auszuschließen. Gegenüber dem Vorjahr bleibt die Eintrittswahrscheinlichkeit stabil, wohingegen das Schadensausmaß gestiegen ist. Risikobewertung nach Gegenmaßnahmen: Eintrittswahrscheinlichkeit wahrscheinlich, potenzielles Schadensausmaß sehr hoch I.

Compliance-Risiken: Im Rahmen des implementierten Chancen- und Risikomanagementsystems sowie des internen Kontrollsystems wird fortlaufend überwacht, ob zusätzlich Risiken auftreten, die gegebenenfalls Gegenmaßnahmen erforderlich machen. Obwohl fest verankerte Unternehmensleitlinien (Code of Conduct, Corporate Values) und interne Richtlinien einge-

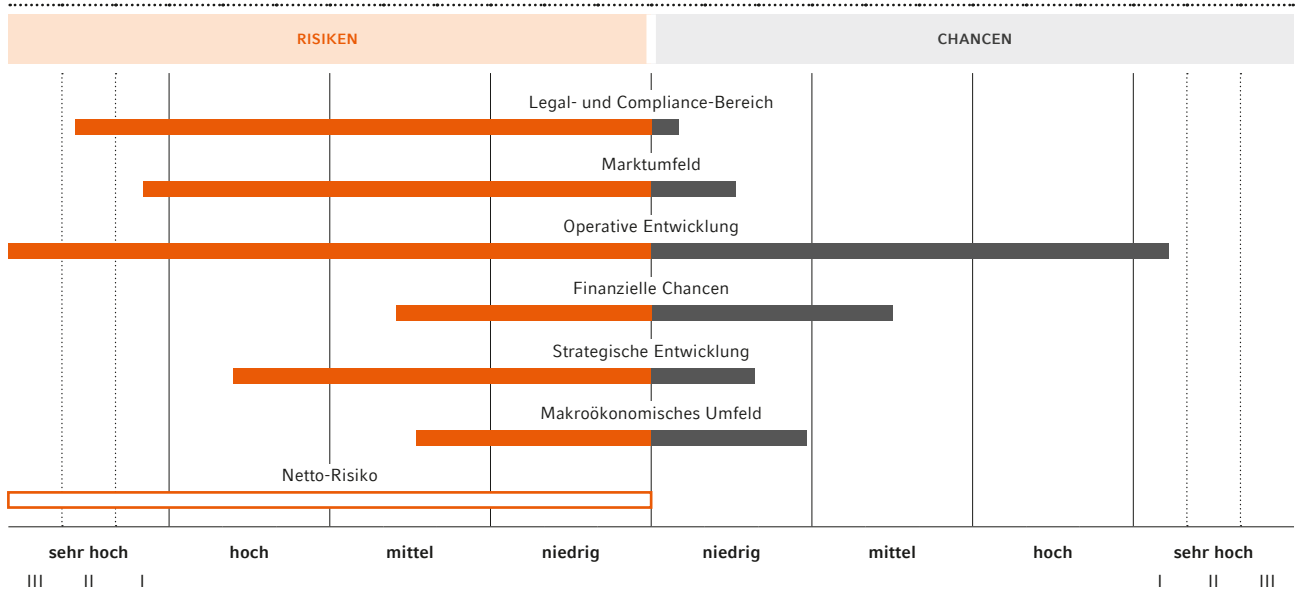
führt sind, bleibt ein gewisses Restrisiko bestehen, dass einzelne GfK-Mitarbeiter diese Regelwerke missachten bzw. nicht vollständig umsetzen. Compliance-Risiken können sich aus Verstößen gegen Unternehmensrichtlinien und kriminellem Verhalten ergeben. GfK ist sich dieses Risikos bewusst und führt diverse Maßnahmen, beispielsweise kontinuierliche Mitarbeiterschulungen und regelmäßig stattfindende interne Audits, durch. Das für alle Mitarbeiter verpflichtende Online-Training mit Bezug auf den Code of Conduct wird um wesentliche Konzernrichtlinien erweitert. Zusätzlich unterstützt die Einführung neuer bzw. die Überprüfung und Anpassung laufender Prozesse die frühzeitige Identifikation von Compliance-Risiken. Durch erfolgreich implementierte Gegenmaßnahmen konnte das Risiko gegenüber dem Vorjahr in Bezug auf das Schadensausmaß gesenkt werden. Risikobewertung nach Gegenmaßnahmen: Eintrittswahrscheinlichkeit eher unwahrscheinlich, potenzielles Schadensausmaß mittel.

Drohende oder laufende Rechtsstreitigkeiten, insbesondere rechtliche Risiken im Zusammenhang mit Scheinselbstständigkeit von Freelancern und Interviewern: Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurde, wie im Vorjahr, das Thema „Scheinselbstständigkeit“ betrachtet. Hierunter ist das Risiko zu verstehen, dass für GfK tätige Interviewer und sonstige Freiberufler als abhängig Beschäftigte eingestuft werden müssen und dadurch zusätzliche Beschäftigungsnebenkosten entstehen. GfK setzt Freelancer zum Beispiel für die Ausführung von Interviews ein. Sozialversicherungsbehörden haben in den letzten Jahren verstärkt damit begonnen, Freelancer im Hinblick auf abhängige Beschäftigung zu überprüfen. GfK prüft Dienstverhältnisse kontinuierlich und achtet auf die Einhaltung der gesetzlichen Bestimmungen. Zusätzlich werden bei neuen Projekten, in denen Freelancer eingesetzt werden, interne Prozesse und Verträge an den gesetzlichen Erfordernissen ausgerichtet, sodass möglicherweise sich ergebende steuer- und sozialversicherungspflichtige Risiken minimiert werden können und den jeweiligen Ländern mit ihren Sozialversicherungsgesetzgebungen entsprochen werden kann. Hinzu kommt auch die verstärkte Beauftragung von Serviceagenturen. Trotz der Implementierung von geeigneten Maßnahmen sieht GfK das Risiko gegenüber dem Vorjahr als leicht erhöht mit einer Eintrittswahrscheinlichkeit eher unwahrscheinlich und einem mittleren Schadensausmaß.

Identifizierte Geschäftsmöglichkeiten (Chancen)

Innerhalb der GfK Gruppe wurden die nachfolgenden Chancen identifiziert. Die identifizierten Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklungen wurden kategorisiert und gruppiert. Abgeleitet aus dem möglichen Einfluss auf das Konzernergebnis (unter Berücksichtigung der Eintrittswahrscheinlichkeit), ergibt sich die Bedeutung der einzelnen Chancen und Risiken, eingeteilt in vier Klassen: niedrig, mittel, hoch und sehr hoch (I–III). Kategorisiert wurden die einzelnen Chancen und Risiken nach sechs verschiedenen Bereichen.

CHANCEN- UND RISIKOPROFIL DER GfK GRUPPE



Makroökonomisches Umfeld

Chancen im Zusammenhang mit der konjunkturellen Entwicklung: GfK profitiert aufgrund der globalen Aufstellung und des sehr hohen Diversifizierungsgrads von positiven konjunkturellen Entwicklungen in den bedienten Märkten. Die zusätzlichen Geschäftsmöglichkeiten entstehen, sollte das Wirtschaftswachstum sich stärker entwickeln als erwartet, da hierdurch mit einer höheren Nachfrage gerechnet werden kann. Die Chancenbewertung ist gegenüber dem Vorjahr leicht rückläufig und knapp unterhalb eines mittleren positiven Chancenpotenzials.

Strategische Entwicklung

Chancen im Zusammenhang mit Portfoliomaßnahmen: Der Markt ist weiterhin geprägt durch eine zunehmende Digitalisierung und die damit einhergehende Veränderung des Kaufverhaltens der Verbraucher. Auch die schnellere Verfügbarkeit von Daten stellt die Marktforschungsbranche vor immer neue Herausforderungen. GfK entgegnet diesem Risiko unter anderem durch gezielte Akquisitionen. Durch eine mögliche Übererfüllung der den Akquisitionen zugrunde liegenden Businesspläne ergeben sich monetäre Chancen für GfK. Die Chancen werden vorsichtig mit einem geringen Potenzial bewertet.

Finanzielle Chancen

Währungsschwankungen– translatorische Chance: Als global agierender Konzern ist die GfK Gruppe Währungsschwankungen ausgesetzt. Durch das Aufwärtspotenzial der translatorischen Wechselkurseffekte ergibt sich für GfK eine mögliche Chance. Sie resultiert aus der Umrechnung von Bilanz sowie Gewinn- und Verlustrechnung der GfK-Gesellschaften außerhalb des Euro-Währungsraums in die Berichtswährung Euro der GfK Gruppe. Chancenbewertung: Geschäftsmöglichkeit mit einem mittleren positiven Chancenpotenzial.

Steuroptimierung: Auch weiterhin sieht GfK Steueroptimierungspotenziale, weshalb fortlaufend Möglichkeiten zur Verbesserung der steuerlichen Situation in einzelnen Ländern

geprüft und umgesetzt werden. Die Prüfung der Möglichkeiten erfolgt über ein laufendes Monitoring des globalen und lokalen rechtlichen Umfelds unter Berücksichtigung der Verhältnisse bei GfK. Die Chancenbewertung hat sich gegenüber dem Vorjahr erhöht: Geschäftsmöglichkeit mit einem hohen positiven Chancenpotenzial.

Operative Entwicklung

Ausbau der Geschäftsposition und Erfolgspotenzial aus Projekten: GfK investiert erheblich in neue, digitale Technologien und neue Möglichkeiten, Daten miteinander zu verknüpfen und anzureichern. Mithilfe von neu entwickelten Methoden und Technologien können große Datenmengen aus unterschiedlichsten Quellen analysiert werden. Wie im Vorjahr sieht GfK auch weiterhin eine Chance darin, überzeugende Angebote und Dienstleistungen auf Basis einer umfassenden Innovationsoffensive anzubieten. Die sich bietenden künftigen Potenziale aus den neuen technischen Möglichkeiten sollen durch die kontinuierliche Ausweitung der Datenverarbeitungsprozesse am Markt und die Nutzung eines globalen Netzwerks konsequent genutzt werden, wodurch sich GfK gegenüber seinen Konkurrenten klar und erfolgreich differenzieren möchte und zudem die Kundenbindung verstärkt werden soll. Durch einen gezielten Ausbau des Geschäfts und einen schnelleren Roll-out von Produkten in vielversprechenden Wachstumsregionen sieht die GfK Gruppe unmittelbar eine Chance, die Geschäftsposition weiter auszubauen.

Geschwindigkeit und Erfolg bei Innovationen: Gesondert erfasst wurde im ablaufenden Geschäftsjahr erstmals das Risiko, nicht rechtzeitig auf geänderte Marktanforderungen mit entsprechenden Innovationen reagieren zu können. Eine der vielen Gegenmaßnahmen, die von GfK implementiert werden, ist die verstärkte Bündelung von Kompetenzen in globalen Service Centern. Hier bietet sich die Chance, vermehrt Expertise auszubauen, dadurch schneller, kostengünstiger und flexibler auf

veränderte Anforderungen reagieren zu können und dabei eine stets herausragende Datenqualität zu gewährleisten.

Chancen im Zusammenhang mit der Datenbeschaffung: GfK liefert eine einzigartige Kombination aus Verbraucher-, Handels- und Mediadaten, die mithilfe wissenschaftlicher Verfahren und innovativer Technologien miteinander verknüpft werden. Um den Kunden diese Daten liefern zu können, werden kontinuierlich und weltweit wichtige Erkenntnisse über lokale Märkte in über 100 Ländern über deren Radio- und Fernsehnutzung und zu deren Absatzentwicklung und Kaufentscheidungen erhoben. GfK sieht durch die Nutzung alternativer Rekrutierungskanäle, eine ständige Optimierung in Bezug auf die Rekrutierung der Panelteilnehmer und die Erforschung neuer Technologien zur Datenerhebung die Möglichkeit, Kosten einzusparen.

Commercial Excellence in Bezug auf Datenqualität: Langjährige Erfahrung im Erheben und Auswerten von Daten macht GfK zu einem vertrauenswürdigen Lieferanten von zuverlässigen, relevanten und intelligenten Markt- und Verbraucherinformationen. Durch eine stetige Optimierung und Verbesserung der internen Prozesse zur Erhebung von zuverlässigen Daten sieht GfK die Möglichkeit, sich weiterhin als hochwertiges, global agierendes Marktforschungsunternehmen gegen die Wettbewerber erfolgreich durchzusetzen.

Chancen im Zusammenhang mit IT-Systemen: Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurden zahlreiche Maßnahmen erfolgreich abgeschlossen, um die Kontinuität des Systembetriebs zu erhöhen. Dadurch konnte GfK nicht nur das IT-Ausfallrisiko erfolgreich minimieren, sondern es ergeben sich auch Chancen aus der verbesserten Infrastruktur. So wurde die Hauptstromversorgung optimiert, um eine noch bessere Verfügbarkeit zu gewährleisten. Zusätzliche Investitionen in Datenschutz und Datensicherheit stärken die Reputation des Unternehmens, und GfK kann so möglicherweise zusätzliche Aufträge gewinnen.

Durch die Anzahl der vielversprechenden Initiativen in beiden Sektoren wurde die Chancenbewertung im Vergleich zum Vorjahr erhöht: Geschäftsmöglichkeit mit einem sehr hohen positiven Chancenpotenzial.

Marktumfeld

Der technologische Aspekt der Datengewinnung und -verarbeitung gewinnt einen immer größeren Einfluss auf die Geschäftsprozesse und die Unternehmensstrategie. Durch die Nutzung und den Ausbau digitaler Methoden zur Datenerfassung sowie neu entwickelte Methoden zur Datenverarbeitung aus unterschiedlichen Datenquellen eröffnen sich weitere Möglichkeiten innerhalb der Marktforschungsbranche. Geringes positives Chancenpotenzial.

Legal- und Compliance-Bereich

Rechtliche und strategische Chancen: Durch zuverlässige und hochwertige Dienstleistungen hat sich GfK als global agierendes Marktforschungsunternehmen bei seinen Kunden und externen Stakeholdern positioniert. Grundvoraussetzung hierfür ist, dass die bei GfK gelebten Werte und Normen („Tone from the Top“) durch alle Mitarbeiter des GfK-Konzerns gelebt werden. Dies ist die Grundvoraussetzung für den Erfolg, um den notwendigen und weiterhin gewünschten Kulturwandel innerhalb des Konzerns zu vollziehen. Geringes positives Chancenpotenzial.

11.3 ABSCHLIESSENDE EINSCHÄTZUNG DER CHANCEN- UND RISIKOSITUATION

Grundlage für die Beurteilung der Chancen- und Risikosituation durch den Vorstand bildet das unter 11.1. beschriebene Chancen- und Risikomanagementsystem. Dabei werden Risiken auf der Ebene der einzelnen Gesellschaften der GfK Gruppe sowie Chancen und Risiken auf der Regionenebene, der Sektor- und Konzernebene identifiziert und bewertet.

Im Vergleich zum Vorjahr hat sich das Gesamtrisiko für die GfK Gruppe leicht erhöht. Die im abgelaufenen Geschäftsjahr neu in die Risikobetrachtung aufgenommenen Risiken stammen hauptsächlich aus dem operativen Bereich. Hier sind vor allem die Notwendigkeit der zeitnahen Anpassung an sich verändernde Marktbedingungen und die effiziente Durchführung von Projekten zu nennen. Die Risiken in Zusammenhang mit dem Wettbewerb, der Absatzmarktkonsolidierung und Risiken in Bezug auf Produktgruppen sind im Vergleich zum Vorjahr im Schadensausmaß höher einzustufen, während nach Implementierung von Gegenmaßnahmen die Eintrittswahrscheinlichkeit nahezu unverändert bleibt. Demgegenüber wird der Konzern die Durchführung der identifizierten Chancen ergreifen.

Zusammenfassend ist festzustellen, dass dem Vorstand zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Konzernlageberichts keine Einzelrisiken oder Wechselwirkungen bzw. eine Kumulation von Risiken bekannt sind, die die GfK SE und die GfK Gruppe in ihrem Fortbestand gefährden können.

12. AUSBLICK*

12.1 GESAMTWIRTSCHAFT: HOFFNUNGEN RICHTEN SICH AUF SCHWELLENLÄNDER

Nachdem die Weltwirtschaft 2016 die konjunkturelle Talsohle durchschritten hat, rechnet der Internationale Währungsfonds (IWF) für 2017 mit einem Zuwachs des realen Weltbruttoinlandsprodukts um 3,4 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Damit würde sich die Weltwirtschaft knapp über dem langjährigen Mittel der Jahre 1980 bis 2008 – also vor der großen Rezession – entwickeln.

Als potenziell wachstumsfördernd werten Experten des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung (DIW) die weiterhin expansive Geldpolitik, eine Beschleunigung des Lohnanstiegs sowie Impulse der Finanzpolitik, wie sie in den **Vereinigten Staaten** der neue Präsident Donald Trump angekündigt hat. Die neue amerikanische Regierung ist aller Voraussicht nach gewillt, für mehr Wachstum zu sorgen. Sie plant einen positiven „Nachfrageschock“: Die Ausgaben für Infrastruktur sollen deutlich ausgeweitet werden. Gleichzeitig sollen die Steuern besonders für Unternehmen gesenkt und regulatorische Hemmnisse abgebaut werden, sodass auch auf der Angebotsseite mit einer zumindest zeitweiligen Dynamik zu rechnen sein dürfte.

In den **Schwellenländern** dürfte nach Einschätzung des Kieler Instituts für Weltwirtschaft die wirtschaftliche Expansion allmählich zunehmen. „Angesichts weiterhin relativ niedriger Rohstoffpreise und vielfach ungelöster struktureller Probleme dürfte sich aber keine große Dynamik entfalten“, so die

Forscher. Speziell für **China** prognostizieren sie ein weiteres Abflauen der Zuwachsraten. Experten warnen trotz der neuen Strategie – statt auf Export, Schwerindustrie und schuldenfinanzierten Investitionen soll die Wirtschaft auf einer starken Binnennachfrage, Innovationen und Dienstleistungen basieren – davor, dass das derzeitige chinesische Wachstumsmodell nicht nachhaltig sei. Die Wirtschaft sei noch immer zu sehr von stimulierenden Maßnahmen der Regierung abhängig, schreibt der Internationale Währungsfonds in einem Bericht. Es drohe eine „starke Abschwächung“, sollte die Kreditvergabe weiter rasant wachsen und die Regierung nicht entschlossener gegen die hohen Schulden der Unternehmen vorgehen. Nachdem die expansiven geld- und fiskalpolitischen Maßnahmen, mit denen die Regierung 2016 die Konjunktur stützte, ausgelaufen sind, rechnen die IWF-Experten für China mit Wachstumsraten von nur noch 6,4 Prozent (2017) und 5,9 Prozent (2018).

Unterm Strich dürften jedoch die **Emerging Markets und Entwicklungsländer** (EMDEs) zunehmend zu Zugpferden des Weltwirtschaftswachstums avancieren. Während sich in den etablierten Volkswirtschaften eine Stagnation mit dauerhaft gedämpftem Wachstum von nur noch 1,6 Prozent anbahnt, erfreut sich die Gruppe der EMDEs seit 2010 einer ökonomischen Normalität mit Wachstumsraten von durchschnittlich 4,9 Prozent. Für das Jahr 2017 rechnet die Weltbank mit einem Beitrag der EMDEs von 60 Prozent zum globalen Wirtschaftswachstum – und damit mit einem Rekord seit 2013. Gleichzeitig dürften sich die Differenzen zwischen rohstoffexportierenden und -importierenden Ländern mit dem erwarteten Anstieg der Rohstoffpreise ausgleichen.

„Gleichwohl wird der langfristige Ausblick für die EMDEs durch eine Reihe von Faktoren überschattet“, warnen die Weltbankanalysten. Neben demographischen Faktoren und schwachen Investments sind hier vor allem die Unsicherheit über die Zukunft des Welthandels und die Politik in den entwickelten Volkswirtschaften zu nennen. Die Experten versehen alle Prognosen für 2017 daher mit einem großen Fragezeichen.

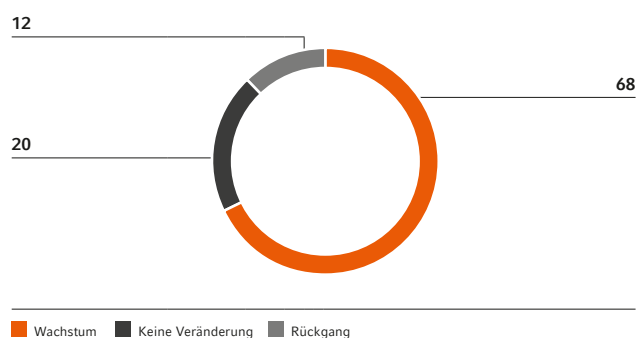
12.2 MARKTFORSCHUNGSBRANCHE: DIE ZEICHEN STEHEN AUF WACHSTUM

Nach einem Jahr, in dem der Skeptizismus vieler Marktteilnehmer von einer unerwartet freundlichen Branchenkonjunktur widerlegt worden war, gingen die von ESOMAR befragten Experten optimistischer ins neue Jahr. 68 Prozent von ihnen (2015: 58 Prozent) prognostizierten für das Geschäftsjahr 2016 ein erneutes Wachstum. Nur 12 Prozent erwarteten sinkende Umsätze für unsere Branche, während 20 Prozent von keiner Veränderung ausgingen.

Für Europa stellten sich die meisten Marktteilnehmer auf bestenfalls moderates Wachstum ein. Für Großbritannien wurden Datenanalysen und Beratungsleistungen als Wachstumstreiber genannt, während für Deutschland der kollaborative und flexible Ansatz als Stärke der Marktforschung ins Feld geführt wurde. Von APAC-Marktteilnehmern wurden Probleme wie ein Mangel an gut ausgebildeten Marktforschern, die Abhängigkeit von Regierungen oder den Aktivitäten marktfremder Player als mögliche Risiken für die Branche genannt. In Lateinamerika galten der Kostendruck von Kundenseite (Peru und Brasilien) wie

auch Skepsis in puncto Data-Handling (Mexiko) als Faktoren, die das Geschäft beeinträchtigen könnten, während neue Technologien, wachsende globale Vernetzung und das Aufkommen von Online-Befragungstools als die Konjunktur belebende Elemente angesehen wurden.

ERWARTETE ENTWICKLUNG DER MARKTFORSCHUNGSBRANCHE 2016
in %



Quelle: ESOMAR Industry Report „Global Market Research 2016“

12.3 PROGNOSE, AUFTRAGSEINGANG UND INVESTITIONEN

GfK geht davon aus, dass auch 2017 von einer herausfordernden Wettbewerbssituation geprägt sein wird. Die genannten Risiken, insbesondere in Bezug auf die Media-Measurement-Verträge in Brasilien und dem Königreich Saudi-Arabien, bleiben auch im laufenden Geschäftsjahr bestehen. Unabhängig von den Fortschritten beim Erreichen der technischen Leistungsindikatoren sind die Vertragsverhandlungen mit den drei brasilianischen Fernsehsendern noch nicht abgeschlossen. Dies beeinträchtigt auch die Neukundengewinnung. Beim Sektor Consumer Experiences war ein verhaltener Auftragseingang im zweiten Halbjahr 2016 zu verzeichnen. Vor dem Hintergrund dieser Herausforderungen in beiden Sektoren wird es 2017 für GfK schwierig werden, die Vorjahresmarge zu übertreffen.

Unser Fokus liegt unverändert auf Maßnahmen zur Stärkung der Wettbewerbsposition und der Fortentwicklung unserer Organisationsstruktur, um unser Ziel „One GfK: One Industry, One Region und One Operation“ zu erreichen. Ein Schwerpunkt liegt im Bereich der digitalen Innovation und der Konzentration auf Globale Service Centers, durch die neue zusätzliche Wertbeiträge geschaffen werden sollen. Gleichzeitig wird die Konzernstruktur weiter vereinfacht, das Produktportfolio angepasst und mit digitalem Fokus neu ausgerichtet.

Derzeit gehen wir von einer im Vergleich zum Vorjahr leicht ansteigenden Investitionssumme für Erweiterungs- und Ersatzinvestitionen von rund 80 Millionen Euro (2016: 71 Millionen Euro) aus. Auf der M&A-Seite werden wir weiter mit Augenmaß vorgehen und sich bietende Möglichkeiten sorgfältig prüfen. Interessant sind für uns vor allem technologiegetriebene und datenzentrierte Unternehmen, die uns sofort Mehrwert bieten.

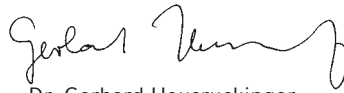
Im Sektor Consumer Experiences legen wir den Fokus auf die Optimierung und Straffung der Abläufe. Das Marktumfeld im Ad-hoc-Geschäft wird auch 2017 herausfordernd sein. Vor diesem Hintergrund wird mit leicht sinkenden Umsätzen und einer Marge auf Vorjahresniveau gerechnet.

Im Sektor Consumer Choices sollen die neuen Wachstums- und Margenpotenziale konsequent genutzt werden. POS Measurement als Stammgeschäft wird weiter durch neue Produktkategorien, Industrien und Services ausgebaut und durch Online-Auswertungsmöglichkeiten ergänzt. Der Vorstand erwartet, dass der Sektor moderat wachsen wird. Die Marge sollte sich gegenüber dem Vorjahr moderat verbessern, sofern die anhaltenden Anlaufprobleme bei den beiden Fernsehforschungsaufträgen in Brasilien und im Königreich Saudi-Arabien überwunden werden. Sollten diese Verzögerungen andauern, könnte dies zu Umsatzeinbußen und zusammen mit möglichen Wertberichtigungen auch zu einem Rückgang des (angepassten operativen) Ergebnisses führen.

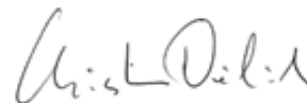
Für 2017 erwartet die Gruppe, in Abhängigkeit von den genannten Anlaufschwierigkeiten, eine leicht über Vorjahr liegende Umsatzentwicklung und eine AOI-Marge (angepasstes operatives Ergebnis zu Umsatz) auf Vorjahresniveau.

Der Umsatzabdeckungsgrad erreichte per Ende Januar 2017 43,2 Prozent (2016: 43,8 Prozent) des erwarteten Jahresumsatzes. Damit liegt er im Rahmen der Schwankungsbreite der letzten fünf Jahre von 37 bis 44 Prozent.

Nürnberg, den 10. März 2017



Dr. Gerhard Hausruckinger



Christian Diedrich



Alessandra Cama



David Krajicek

* 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 das Ergebnis für das Jahr 2017. 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, Ziele zu erreichen, beeinflussen können, werden im Kapitel „Chancen- und Risikobericht“ 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, und übernehmen für diese Aussagen keinerlei Haftung. Die hier enthaltenen vorausschauenden Aussagen basieren auf aktuellen Konzernermutungen. 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- ABSCHLUSS



104
KONZERN-
GEWINN- UND
VERLUSTRECHNUNG

105
KONZERN-
GESAMTERGEBNIS-
RECHNUNG

106
KONZERNBILANZ

107
KONZERN-KAPITAL-
FLUSSRECHNUNG

108
KONZERN-EIGENKAPITAL-
VERÄNDERUNGSRECHNUNG

110
KONZERNANHANG

168
AUF SICHTSRAT

169
VORSTAND

170
ANTEILSBESITZ
DER GfK GRUPPE

174
ERKLÄRUNG ZUM
DEUTSCHEN CORPORATE
GOVERNANCE KODEX

175
BESTÄTIGUNGSVERMERK

KONZERN-GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG DER GfK GRUPPE

NACH IFRS IN TEUR FÜR DIE ZEIT VOM 1. JANUAR BIS ZUM 31. DEZEMBER 2016

	Anhang	2015	2016
Umsatzerlöse	5.	1.543.426	1.483.814
Umsatzkosten	6.	-1.061.934	-1.059.094
Bruttoergebnis vom Umsatz		481.492	424.720
Vertriebs- und allgemeine Verwaltungskosten	7.	-302.229	-296.472
Sonstige betriebliche Erträge	8.	19.813	16.385
Sonstige betriebliche Aufwendungen	9.	-94.925	-199.865
Operatives Ergebnis¹⁾		104.151	-55.232
Ergebnis aus assoziierten Unternehmen	3.	1.800	636
Sonstiges Beteiligungsergebnis	3.	206	4.523
EBIT		106.157	-50.073
Sonstige Finanzerträge	12.	30.167	24.760
Sonstige Finanzaufwendungen	13.	-48.432	-37.439
Ergebnis aus laufender Geschäftstätigkeit		87.892	-62.752
Steuern auf das Ergebnis aus laufender Geschäftstätigkeit	14.	-47.163	-73.707
KONZERNERGEBNIS		40.729	-136.459
Den Anteilseignern der Muttergesellschaft zuzurechnen		36.773	-140.555
Den Minderheitsanteilseignern zuzurechnen		3.956	4.096
KONZERNERGEBNIS		40.729	-136.459
Unverwässertes Ergebnis je Aktie in Euro	15.	1,01	-3,85
Verwässertes Ergebnis je Aktie in Euro	15.	1,01	-3,85

1) Die Überleitung zur internen Steuerungsgröße „Angepasstes operatives Ergebnis“ in Höhe von 155.293 TEUR (2015: 187.579 TEUR) wird im Konzernlagebericht dargestellt.

KONZERN-GESAMTERGEBNISRECHNUNG DER GfK GRUPPE

NACH IFRS IN TEUR FÜR DIE ZEIT VOM 1. JANUAR BIS ZUM 31. DEZEMBER 2016

	Anhang	2015	2016
Konzernergebnis		40.729	-136.459
Bestandteile, die nicht aufwands- oder ertragswirksam umgegliedert werden:			
Versicherungsmathematische Gewinne/Verluste aus leistungsorientierten Pensionsplänen	26.	-3.003	-4.133
Bestandteile, die in späteren Perioden aufwands- oder ertragswirksam umgegliedert werden:			
Unterschied aus der Währungsumrechnung	25.	63.760	-21.382
Bewertung von Net Investment Hedges für ausländische Tochtergesellschaften	30.	-252	0
Bewertung von Cashflow Hedges (effektiver Teil)	30.	-26	-256
Marktbewertung von Wertpapieren	3.	-12	0
Sonstiges Ergebnis (nach Steuern)		60.467	-25.771
GESAMTERGEBNIS		101.196	-162.230
Den Anteilseignern der Muttergesellschaft zuzurechnen		99.760	-166.595
Den Minderheitsanteilseignern zuzurechnen		1.436	4.365
GESAMTERGEBNIS		101.196	-162.230

KONZERNBILANZ DER GfK GRUPPE

NACH IFRS IN TEUR ZUM 31. DEZEMBER 2016

	Anhang	31.12.2015	31.12.2016
AKTIVA			
Geschäfts- oder Firmenwerte	16.	774.003	642.721
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	16.	271.790	281.386
Sachanlagen	17.	105.241	92.489
Anteile an assoziierten Unternehmen	18.	651	967
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	18.	5.613	3.315
Latente Steueransprüche	14.	43.578	30.102
Langfristige sonstige Vermögenswerte und Abgrenzungen	19.	20.829	14.481
Langfristige Vermögenswerte		1.221.705	1.065.461
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	20.	396.257	408.818
Kurzfristige Ertragsteuerforderungen	14.	15.654	29.174
Kurzfristige Wertpapiere und Festgelder	21.	1.456	1.393
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	22.	129.459	173.690
Kurzfristige sonstige Vermögenswerte und Abgrenzungen	19.	38.362	40.047
Zur Veräußerung bestimmte Vermögenswerte	23.	39.408	2.302
Kurzfristige Vermögenswerte		620.596	655.424
AKTIVA		1.842.301	1.720.885
PASSIVA		31.12.2015	31.12.2016
Gezeichnetes Kapital		153.316	153.316
Kapitalrücklage		212.403	212.403
Gewinnrücklagen		320.721	164.760
Sonstige Rücklagen		18.140	-7.900
Den Anteilseignern der Muttergesellschaft zuzurechnendes Eigenkapital		704.580	522.579
Minderheitsanteile am Eigenkapital		15.930	15.590
EIGENKAPITAL	25.	720.510	538.169
Langfristige Rückstellungen	26.	80.577	98.629
Langfristige verzinsliche Finanzverbindlichkeiten	27.	256.362	451.004
Latente Steuerverbindlichkeiten	14.	86.373	96.817
Langfristiges sonstiges Fremdkapital und Abgrenzungen	28.	17.419	19.381
Langfristiges Fremdkapital		440.731	665.831
Kurzfristige Rückstellungen	26.	17.258	32.882
Kurzfristige Ertragsteuerverbindlichkeiten	14.	13.545	16.060
Kurzfristige verzinsliche Finanzverbindlichkeiten	27.	208.169	32.191
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	3.	90.864	88.735
Verpflichtungen aus Aufträgen in Bearbeitung	3.	167.015	162.493
Kurzfristiges sonstiges Fremdkapital und Abgrenzungen	28.	176.635	184.384
Zur Veräußerung bestimmte Schulden	23.	7.574	140
Kurzfristiges Fremdkapital		681.060	516.885
FREMDKAPITAL		1.121.791	1.182.716
PASSIVA		1.842.301	1.720.885

KONZERN-KAPITALFLUSSRECHNUNG DER GfK GRUPPE

NACH IFRS IN TEUR FÜR DIE ZEIT VOM 1. JANUAR BIS ZUM 31. DEZEMBER 2016

	Anhang	2015	2016
Konzernergebnis		40.729	-136.459
Abschreibungen/Zuschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte	16.	97.749	202.694
Abschreibungen/Zuschreibungen auf Sachanlagen	17.	27.321	30.453
Abschreibungen/Zuschreibungen auf sonstige finanzielle Vermögenswerte		3.724	1.601
<i>Summe der Abschreibungen/Zuschreibungen</i>		128.794	234.748
Veränderung der Vorräte und der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen		-9.346	-7.324
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und der Verpflichtungen aus Aufträgen in Bearbeitung		5.083	-3.498
Veränderung anderer Aktiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind		-6.066	3.525
Veränderung anderer Passiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind		-10.651	-5.744
Gewinn/Verlust aus dem Abgang von langfristigen Vermögenswerten		-13.044	-7.471
Ergebnisse aus assoziierten Unternehmen, soweit nicht zahlungswirksam	3.	-3.150	-179
Veränderung der langfristigen Rückstellungen		4.197	14.199
Sonstige zahlungsunwirksame Erträge/Aufwendungen		14.418	23.923
Zinsergebnis	12., 13.	15.787	12.416
Veränderung der latenten Steuern	14.	4.843	24.023
Laufender Ertragsteueraufwand	14.	42.319	49.686
Gezahlte Steuern		-42.979	-55.642
a) Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	31.	170.934	146.203
Auszahlungen für Investitionen in immaterielle Vermögenswerte		-67.763	-53.073
Auszahlungen für Investitionen in Sachanlagen		-26.363	-17.913
Auszahlungen für den Erwerb von konsolidierten Unternehmen und sonstigen Geschäftseinheiten		-12.269	-30.812
Auszahlungen für Investitionen in sonstige finanzielle Vermögenswerte		-2.208	-286
Einzahlungen aus Abgängen von immateriellen Vermögenswerten		130	18
Einzahlungen aus Abgängen von Sachanlagen		5.840	4.107
Einzahlungen aus dem Verkauf von konsolidierten Unternehmen und sonstigen Geschäftseinheiten		26.039	22.422
Einzahlungen aus Abgängen von sonstigen finanziellen Vermögenswerten		272	4.163
b) Cashflow aus der Investitionstätigkeit	31.	-76.322	-71.374
Dividendenzahlungen an Unternehmenseigner	25.	-23.728	-23.728
Dividendenzahlungen an Minderheitsgesellschafter und sonstige Eigenkapitaltransaktionen		-65.446	-4.405
Einzahlungen aus der Aufnahme von Finanzkrediten		153.366	214.463
Auszahlungen für die Tilgung von Finanzkrediten		-105.657	-201.253
Erhaltene Zinsen		1.473	2.451
Gezahlte Zinsen		-19.417	-19.624
c) Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit	31.	-59.409	-32.096
Zahlungswirksame Veränderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente (Summe der Zeilen a), b) und c))		35.203	42.733
Wechselkurs- und bewertungsbedingte Änderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente		1.599	1.498
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am Anfang der Periode	22.	93.180	129.459
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am Ende der Periode	22.	129.982	173.690
Abzüglich Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente, die in den zur Veräußerung bestimmten Vermögenswerten enthalten sind	23.	523	0
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am Ende der Periode wie in der Konzernbilanz ausgewiesen		129.459	173.690

KONZERN-EIGENKAPITALVERÄNDERUNGS- RECHNUNG DER GfK GRUPPE

NACH IFRS IN TEUR FÜR DIE ZEIT VOM 1. JANUAR BIS ZUM 31. DEZEMBER 2016

	Den Anteilseignern der Muttergesellschaft zuzurechnendes Eigenkapital		
	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Gewinnrücklagen
STAND AM 1. JANUAR 2015	153.316	212.403	330.818
<i>Gesamtergebnis</i>			
Konzernergebnis			36.773
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	0
Gesamtergebnis	0	0	36.773
<i>Transaktionen mit Unternehmenseignern, direkt im Eigenkapital erfasst</i>			
Kapitalzuführungen von Eigentümern und Ausschüttungen an Eigentümer			
Ausschüttungen an Anteilseigner			-23.728
Veränderungen der Eigentumsanteile an Tochterunternehmen ohne Veränderung der Beherrschung			
Erwerb von Minderheitsanteilen			-22.832
Sonstige Veränderungen			-310
Transaktionen mit Unternehmenseignern, direkt im Eigenkapital erfasst	0	0	-46.870
STAND AM 31. DEZEMBER 2015	153.316	212.403	320.721
STAND AM 1. JANUAR 2016	153.316	212.403	320.721
<i>Gesamtergebnis</i>			
Konzernergebnis			-140.555
Sonstiges Ergebnis			
Unterschied aus der Währungsumrechnung			
Veränderungen im Konsolidierungskreis			
Bewertung von Cashflow Hedges (effektiver Teil), nach Steuern			
Versicherungsmathematische Gewinne/Verluste aus leistungsorientierten Pensionsplänen, nach Steuern			
Sonstiges Ergebnis	0	0	0
Gesamtergebnis	0	0	-140.555
<i>Transaktionen mit Unternehmenseignern, direkt im Eigenkapital erfasst</i>			
Kapitalzuführungen von Eigentümern und Ausschüttungen an Eigentümer			
Ausschüttungen an Anteilseigner			-23.728
Veränderungen der Eigentumsanteile an Tochterunternehmen ohne Veränderung der Beherrschung			
Sonstige Veränderungen			8.322
Transaktionen mit Unternehmenseignern, direkt im Eigenkapital erfasst	0	0	-15.406
STAND AM 31. DEZEMBER 2016	153.316	212.403	164.760
Anhang	25.	25.	25.

Den Anteilseignern der Muttergesellschaft zuzurechnendes Eigenkapital							
Sonstige Rücklagen							
Rücklage aus der Währungs- umrechnung	Rücklage aus der Bewertung von Hedges	Rücklage aus der Marktbewertung	Versicherungs- mathematische Gewinne/Verluste aus leistungsorientierten Pensionsplänen	Summe	Minderheitsanteile am Eigenkapital	Gesamtes Eigenkapital	
-33.625	18.126	12	-29.360	651.690	53.589	705.279	
				36.773	3.956	40.729	
66.343				66.343	-2.583	63.760	
	-252			-252		-252	
	-26			-26		-26	
		-12		-12		-12	
			-3.066	-3.066	63	-3.003	
66.343	-278	-12	-3.066	62.987	-2.520	60.467	
66.343	-278	-12	-3.066	99.760	1.436	101.196	
				-23.728	-5.411	-29.139	
				-22.832	-34.609	-57.441	
				-310	925	615	
0	0	0	0	-46.870	-39.095	-85.965	
32.718	17.848	0	-32.426	704.580	15.930	720.510	
32.718	17.848	0	-32.426	704.580	15.930	720.510	
				-140.555	4.096	-136.459	
-14.013				-14.013	272	-13.741	
-7.641			57	-7.584		-7.584	
	-256			-256		-256	
			-4.187	-4.187	-3	-4.190	
-21.654	-256	0	-4.130	-26.040	269	-25.771	
-21.654	-256	0	-4.130	-166.595	4.365	-162.230	
				-23.728	-4.427	-28.155	
				8.322	-278	8.044	
0	0	0	0	-15.406	-4.705	-20.111	
11.064	17.592	0	-36.556	522.579	15.590	538.169	
25.	30.		26.		25.		

KONZERNANHANG

INHALTSVERZEICHNIS

1. Allgemeine Angaben	Seite 111
2. Konsolidierungsgrundsätze	Seite 111
3. Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden	Seite 112
4. Konsolidierungskreis und wesentliche Akquisitionen	Seite 123
5. Umsatzerlöse	Seite 125
6. Umsatzkosten	Seite 125
7. Vertriebs- und allgemeine Verwaltungskosten	Seite 125
8. Sonstige betriebliche Erträge	Seite 126
9. Sonstige betriebliche Aufwendungen	Seite 126
10. Personalaufwendungen	Seite 126
11. Angepasstes operatives Ergebnis	Seite 127
12. Sonstige Finanzerträge	Seite 128
13. Sonstige Finanzaufwendungen	Seite 128
14. Steuern auf das Ergebnis aus laufender Geschäftstätigkeit	Seite 129
15. Ergebnis je Aktie	Seite 130
16. Immaterielle Vermögenswerte	Seite 131
17. Sachanlagen	Seite 137
18. Finanzanlagen	Seite 138
19. Sonstige Vermögenswerte und Abgrenzungen	Seite 138
20. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	Seite 140
21. Kurzfristige Wertpapiere und Festgelder	Seite 140
22. Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	Seite 141
23. Zur Veräußerung bestimmte Vermögenswerte und Schulden	Seite 141
24. Fälligkeit von Vermögenswerten	Seite 142
25. Eigenkapital	Seite 142
26. Rückstellungen	Seite 143
27. Verzinsliche Finanzverbindlichkeiten	Seite 147
28. Sonstiges Fremdkapital und Abgrenzungen	Seite 147
29. Finanzinstrumente	Seite 149
30. Risikomanagement von Markt-, Kredit- und Liquiditätsrisiken	Seite 154
31. Erläuterungen zur Konzern-Kapitalflussrechnung	Seite 158
32. Nahestehende Unternehmen und Personen	Seite 158
33. Haftungsverhältnisse, Eventualschulden und sonstige finanzielle Verpflichtungen	Seite 160
34. Segmentberichterstattung	Seite 160
35. Schwebende Rechtsstreitigkeiten und Schadenersatzansprüche	Seite 162
36. Ereignisse nach dem Bilanzstichtag	Seite 163
37. Änderungen in IFRS-Standards und -Interpretationen	Seite 163
38. Zusatzangaben	Seite 167
39. Aufsichtsrat	Seite 168
40. Vorstand	Seite 169
41. Anteilsbesitz der GfK Gruppe	Seite 170
42. Erklärung zum Deutschen Corporate Governance Kodex	Seite 174
43. Freigabe zur Veröffentlichung	Seite 174

1. ALLGEMEINE ANGABEN

Die GfK SE ist eine börsennotierte Societas Europaea mit Sitz am Nordwestring 101, Nürnberg, Deutschland. Die GfK SE ist mit Eintragung unter HR B 25014 im Handelsregister des Amtsgerichts Nürnberg am 2. Februar 2009 durch formwechselnde Umwandlung aus der GfK Aktiengesellschaft entstanden. Die GfK SE und ihre Tochtergesellschaften (GfK Gruppe) gehören zu den führenden Marktforschungsunternehmen der Welt. Die GfK Gruppe liefert ihren Kunden aus der Konsumgüterindustrie, dem Handel, der Dienstleistungsbranche und den Medien Informationsdienstleistungen, die sie für ihre Marketingentscheidungen nutzen.

Der Konzernabschluss der GfK SE für das am 31. Dezember 2016 endende Geschäftsjahr schließt die GfK SE und alle konsolidierten Tochterunternehmen ein. Er wurde nach den Vorschriften der International Financial Reporting Standards (IFRS), wie sie in der Europäischen Union anzuwenden sind, aufgestellt.

Alle für das Geschäftsjahr 2016 verbindlichen IFRS sowie die Verlautbarungen des International Financial Reporting Interpretations Committee (IFRIC) wurden angewandt, sofern sie von der Europäischen Union übernommen wurden.

Ergänzend wurden bei der Erstellung des Konzernabschlusses die nach § 315a Abs. 1 HGB zu beachtenden handelsrechtlichen Vorschriften berücksichtigt.

Der Konzernabschluss wurde in Euro erstellt und auf Tausend Euro (TEUR) gerundet. Alle Angaben erfolgen in TEUR, sofern nicht anders angegeben.

Der Jahresabschluss der Muttergesellschaft GfK SE wurde nach den Vorschriften des HGB erstellt. Er wird im elektronischen Bundesanzeiger unter HR B 25014 veröffentlicht.

Eine Darstellung von erstmals angewandten sowie von noch nicht angewandten Standards, Interpretationen und Änderungen der IFRS, die schon von der EU übernommen wurden, ist in diesem Konzernanhang in Kapitel 37, „Änderungen in IFRS-Standards und -Interpretationen“, enthalten.

2. KONSOLIDIERUNGSGRUNDSÄTZE

In den Konzernabschluss der GfK SE werden die für Konsolidierungszwecke erstellten Abschlüsse der GfK SE sowie aller wesentlichen Tochterunternehmen einbezogen, über deren Geschäfts- und Finanzpolitik direkt oder indirekt die Kontrolle ausgeübt werden kann. Die Abschlüsse aller in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen wurden nach einheitlichen Rechnungslegungsgrundsätzen erstellt.

Unternehmen, an denen die GfK Gruppe mit mindestens 20 Prozent und nicht mehr als 50 Prozent beteiligt ist und auf die ein maßgeblicher Einfluss ausgeübt werden kann, werden grundsätzlich als assoziierte Unternehmen at equity bilanziert. Alle übrigen Unternehmen der GfK Gruppe werden zu ihren Anschaffungskosten angesetzt.

Eine Aufstellung des Anteilsbesitzes der GfK SE ist in diesem Konzernanhang in Kapitel 41 enthalten.

Die Kapitalkonsolidierung wird gemäß IFRS 3, „Unternehmenszusammenschlüsse“, nach der Erwerbsmethode durchgeführt (Purchase Accounting). Hierbei werden die Anschaffungskosten der Beteiligung mit dem auf das Mutterunternehmen entfallenden anteiligen, neu bewerteten Eigenkapital des Tochterunternehmens zum Erwerbszeitpunkt verrechnet. Immaterielle Vermögenswerte, die bei Unternehmenszusammenschlüssen erworben und im Rahmen der Kaufpreisallokation identifiziert wurden, werden mit dem beizulegenden Zeitwert bilanziert.

Verbleibt nach dieser Verrechnung und Anschaffungskostenverteilung eine aktivische Differenz, wird sie als Geschäfts- oder Firmenwert unter den langfristigen Vermögenswerten ausgewiesen.

Im Rahmen von Kaufpreisallokationen in der Folge eines Unternehmenserwerbs werden identifizierbare Vermögenswerte, Verbindlichkeiten und Eventualverbindlichkeiten mit ihren beizulegenden Zeitwerten im Zeitpunkt des Erwerbs angesetzt. Die Ermittlung der beizulegenden Zeitwerte geht dabei zwangsläufig mit der Vornahme von Schätzungen einher. Sofern im Rahmen der Kaufpreisallokation immaterielle Vermögenswerte identifiziert worden sind, wird, unter Berücksichtigung der Art des Vermögenswerts, des Komplexitätsgrads der Ermittlung des beizulegenden Zeitwerts und des Transaktionsvolumens, entweder auf die Berechnung durch einen unabhängigen externen Gutachter abgestellt, oder die beizulegenden Zeitwerte werden intern ermittelt. Sofern eine interne Ermittlung erfolgt, basiert sie auf einer angemessenen Bewertungstechnik. Entsprechende Bewertungen sind dabei eng verknüpft mit Annahmen und Schätzungen, die durch den Vorstand in Bezug auf die zukünftige Entwicklung der identifizierten Vermögenswerte und hinsichtlich des anzuwendenden Diskontierungszinssatzes vorgenommen wurden.

Als Minderheitsanteile am Eigenkapital werden die nicht beherrschenden Anteile ausgewiesen.

Im Fall von sukzessiven Unternehmenserwerben ermittelt sich der Geschäfts- oder Firmenwert zum Zeitpunkt der Erlangung der Kontrolle als Differenz zwischen dem erfolgswirksam neu bewerteten Beteiligungsbuchwert zuzüglich der Anschaffungskosten für den Erwerb der neuen Anteile abzüglich des anteilig auf GfK entfallenden Nettovermögens. Änderungen in der Beteiligungsquote ohne Veränderung der Beherrschung werden ausschließlich als Eigenkapitaltransaktion erfasst.

Anschaffungsnebenkosten im Zusammenhang mit Unternehmenszusammenschlüssen werden nicht aktiviert, sondern als Aufwand berücksichtigt.

Alle Transaktionen und Salden zwischen den Unternehmen der GfK Gruppe, die in den Konzernabschluss einbezogen sind, werden bei der Erstellung des Konzernabschlusses eliminiert. Differenzen aus der Schuldenkonsolidierung werden ergebniswirksam behandelt. Darauf wird latente Steuer mit einem Steuersatz von 30 Prozent gebildet, was dem erwarteten Konzernsteuersatz ohne Sondereinflüsse entspricht. Zwischenergebnisse aus dem konzerninternen Leistungsverkehr oder aus konzerninternen Anlagenbewegungen werden bei wesentlicher Bedeutung ergebniswirksam eliminiert.

Assoziierte Unternehmen werden grundsätzlich at equity bilanziert (One-Line Consolidation). Sie werden zum Zeitpunkt des Erwerbs erstmals einbezogen. Die Erstbewertung erfolgt analog zur Vollkonsolidierung. Ein bei der Erstbewertung aus der Verrechnung des Beteiligungsbuchwerts mit dem anteiligen Eigenkapital entstehender aktivischer Unterschiedsbetrag ist im Equity-Buchwert enthalten.

Verschmelzungsgewinne oder -verluste, die bei der Verschmelzung zweier konsolidierter Unternehmen der GfK Gruppe entstehen, werden eliminiert. Aus Verschmelzungen entsteht somit kein Einfluss auf die Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung der GfK Gruppe. Verschmelzungen von Gesellschaften, an denen konzernexterne Minderheitsgesellschafter beteiligt sind, führen nicht zu einer Veränderung der Minderheitsanteile am Eigenkapital oder am Konzernergebnis.

Auf Konzernfremde entfallende Anteile am Eigenkapital der Tochterunternehmen werden gesondert innerhalb des Eigenkapitals ausgewiesen. Anteile Konzernfremder am Ergebnis der Tochterunternehmen werden in der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung gesondert als Ergebniszuordnung dargestellt.

3. BILANZIERUNGS- UND BEWERTUNGSMETHODEN

3.1 WÄHRUNGSUMRECHNUNG

Transaktionen in fremder Währung werden mit dem Kurs am Tag der Transaktion in die funktionale Währung des berichtenden Unternehmens umgerechnet. Zum Bilanzstichtag werden monetäre Posten zum Stichtagskurs umgerechnet, nicht monetäre Posten bleiben mit dem historischen Kurs am Tag der Transaktion bewertet. Aus diesen Umrechnungen resultierende Differenzen werden grundsätzlich erfolgswirksam erfasst.

Die Bilanzen von ausländischen Tochterunternehmen, die nicht in Euro erstellt wurden, sowie die im Rahmen der Kaufpreisallokation aufgedeckten stillen Reserven und Geschäfts- oder Firmenwerte aus Unternehmenserwerben werden nach dem Konzept der funktionalen Währung mit den Mittelkursen am Bilanzstichtag in Euro umgerechnet. Auf die Gewinn- und Verlustrechnungen dieser Tochterunternehmen wird der Jahresdurchschnittskurs zum Euro, ermittelt als Mittelwert aller Monatsendkurse, angewandt.

Differenzen, die aus der Umrechnung von Vermögens- und Schuldposten zum aktuellen Stichtagskurs im Vergleich zur Umrechnung zum vorhergehenden Stichtag entstehen, werden im sonstigen Ergebnis erfasst. Währungskursdifferenzen aus der Kapitalkonsolidierung sowie Differenzen aus der Umrechnung des Jahresergebnisses in Bilanz (Stichtagskurs) und Gewinn- und Verlustrechnung (Durchschnittskurs) werden in den sonstigen Rücklagen ausgewiesen.

Die Wechselkurse zum Euro der für die GfK Gruppe wichtigsten Währungen sind in der nachstehenden Tabelle dargestellt.

Land	Wesentliche Währungen Währungseinheit	Mittelkurs Euro am Bilanzstichtag		Durchschnittskurs Euro im Berichtsjahr	
		31.12.2015	31.12.2016	2015	2016
USA	1 USD	0,92	0,95	0,91	0,91
Großbritannien	1 GBP	1,36	1,17	1,38	1,22
Schweiz	1 CHF	0,92	0,93	0,94	0,92
Singapur	1 SGD	0,65	0,66	0,66	0,66
China	1 CNY	0,14	0,14	0,14	0,14
Japan	100 JPY	0,76	0,81	0,75	0,83

Währungsgewinne und -verluste, die aus ähnlichen Geschäftsvorfällen entstanden sind, werden auf der Ebene jeder Tochtergesellschaft saldiert.

3.2 KONZERN-GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

Die Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung wird nach dem Umsatzkostenverfahren aufgestellt. Die Aufwendungen werden darin nach Funktionen dargestellt.

3.3 UMSATZERLÖSE

Die Methode der Umsatzrealisierung bestimmt sich maßgeblich nach IAS 18, „Umsatzerlöse“. Sie hängt vom Charakter des zugrunde liegenden Geschäfts ab:

Im **Panelgeschäft** werden Untersuchungen von Einzelpersonen, Haushalten und Unternehmen vorgenommen, die sich dadurch auszeichnen, dass grundsätzlich der stets gleiche Sachverhalt zu den stets gleichen, wiederkehrenden Zeitpunkten bei der stets gleichen Stichprobe auf die stets gleiche Art und Weise erhoben wird. Für Geschäfte aus dem Panelbereich wird der zu realisierende Umsatz nach dem zeitanteiligen Projektfortschritt ermittelt. Der Umsatz eines Projekts wird so gleichmäßig auf seine Zeitdauer verteilt. In jedem Monat während der Laufzeit eines Auftrags wird betragsmäßig der gleiche Umsatz realisiert.

Das **Ad-hoc-Geschäft** ist eine systematische, empirische Untersuchungstätigkeit, die als Grundlage für Marketingentscheidungen in sämtlichen Bereichen des Marketingmixes dient. Dazu gehören Tests und Studien zur Produkt- und Preispolitik, zur Markenpositionierung und Markenführung, zu klassischen und modernen Formen der Kommunikation mit Verbrauchern und Nutzern, zur Optimierung der Distribution sowie zu Fragen der Kundenbindung und -loyalität. Geschäfte aus dem Ad-hoc-Bereich werden mit der Methode des kostenanteiligen Projektfortschritts bewertet. Der Projektfortschritt wird hierbei als Verhältnis der tatsächlich angefallenen Kosten zu den insgesamt für das Projekt erwarteten Kosten ermittelt. Die Schätzung der Gesamtkosten wird während der gesamten Projektdauer laufend überprüft. Änderungen in der Schätzung der Gesamtkosten fließen in die Ermittlung des realisierbaren Umsatzes zu dem Zeitpunkt ein, zu dem sie absehbar werden. Die in diese Berechnung einzubeziehenden Kosten bestehen aus allen direkten Personal- und anderen Umsatzkosten sowie den anteiligen indirekten Kosten.

Im **syndizierten Geschäft** werden Märkte oder Marktteilnehmer untersucht, ohne dass hierfür zuvor ein konkreter Auftrag eines Kunden vorliegt, auf dessen Bedürfnisse die Studie maßgeschneidert wird. Die fertige Studie wird ohne kundenspezifische Anpassungen am Markt angeboten. Syndizierte Studien können einmalig oder wiederkehrend durchgeführt werden, ohne jedoch die eng eingegrenzten Merkmale eines Panels zu erfüllen. Es ist zum Beispiel möglich, dass bei wiederkehrenden Studien jeweils verschiedene Marktteilnehmer befragt werden oder dass sie in unregelmäßigen Zeitabständen erscheinen. Syndiziertes Geschäft wird für die Umsatzermittlung wie Panelgeschäft behandelt, wenn es vom Charakter her mit Panelgeschäft vergleichbar ist, weil es sich um wiederkehrende Studien handelt, bei denen der Kostenverlauf über die Laufzeit ungefähr gleich verteilt ist.

Beim übrigen syndizierten Geschäft hängt die Methode der Umsatzrealisierung von der empirischen Einschätzung der Profitabilität der jeweiligen Studie ab:

Ist ein Gewinn aus einer Studie wahrscheinlich, wird sie wie ein Ad-hoc-Auftrag bewertet.

Ist noch nicht hinreichend sicher, ob genügend Abnehmer für eine Studie gefunden werden, wird der Umsatz entsprechend den angefallenen Kosten wie folgt realisiert: Liegt der Wert des tatsächlichen Auftragseingangs unter den angefallenen Kosten, ist der realisierbare Umsatz auf den Wert des Auftragseingangs

beschränkt. Sobald feststeht, dass der Auftragswert die Kosten übersteigt, erfolgt die Umsatzrealisierung wie bei einem Ad-hoc-Auftrag.

Bei allen **anderen Geschäftsvorfällen** erfolgt die Umsatzrealisierung erst nach vollendeter Leistungserbringung und Fakturierung.

Für die Umsatzrealisierung auf Basis der Percentage-of-Completion-Methode ist die Einschätzung des Fertigstellungsgrads von entscheidender Bedeutung. Ferner sind Schätzungen hinsichtlich des zur Erfüllung der vertraglichen Verpflichtungen erforderlichen Lieferungs- und Leistungsumfangs notwendig. Die wesentlichen Schätzungen können dabei unter anderem die gesamten Auftragskosten, die bis zur Fertigstellung noch anfallenden Kosten, die gesamten Erlöse aus dem Auftrag sowie die Auftragsrisiken betreffen. Das Management überprüft kontinuierlich alle Einschätzungen im Zusammenhang mit entsprechenden Aufträgen und passt gegebenenfalls die Parameter an. Änderungen der maßgeblichen Parameter können zu einer Erhöhung oder Verminderung der Umsatzerlöse der jeweiligen Berichtsperiode führen.

Rückstellungen für drohende Verluste aus laufenden Aufträgen werden gebildet, wenn sie absehbar sind.

3.4 UMSATZKOSTEN, VERTRIEBS- UND ALLGEMEINE VERWALTUNGSKOSTEN

In den Umsatzkosten sowie den Vertriebs- und allgemeinen Verwaltungskosten sind neben den Aufwendungen für Personal, den Aufwendungen für bezogene Leistungen und den regulären Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen alle weiteren Kosten enthalten, die im unmittelbaren Zusammenhang mit der betrieblichen Tätigkeit der GfK Gruppe stehen.

3.5 FORSCHUNGS- UND ENTWICKLUNGSKOSTEN

Forschungs- und Entwicklungskosten werden grundsätzlich zum Zeitpunkt ihrer Entstehung als Aufwand erfasst und als Teil der Umsatzkosten ausgewiesen.

Entwicklungskosten, die in der GfK Gruppe insbesondere beim Aufbau neuer Panels anfallen, werden bei Vorliegen der Voraussetzungen für die Aktivierung unter den sonstigen immateriellen Vermögenswerten ausgewiesen.

Selbst geschaffene immaterielle Vermögenswerte werden nur dann aktiviert, wenn sie aus der Entwicklungsphase und nicht aus der Forschungsphase stammen und wenn darüber hinaus weitere genau definierte Voraussetzungen kumulativ erfüllt sind. Zu diesen Kriterien gehören die technische Machbarkeit der Fertigstellung des Projekts, seine beabsichtigte Vollendung und Verwertung sowie die Fähigkeit zur Eigennutzung oder zum Verkauf des immateriellen Vermögenswerts. Darüber hinaus müssen der zukünftige ökonomische Vorteil und die Verfügbarkeit der erforderlichen technischen, finanziellen und anderen Ressourcen zur Vollendung des Projekts nachgewiesen werden. Außerdem ist die zuverlässige Ermittlung der dem immateriellen Vermögenswert während der Entwicklungsphase zuzuordnenden Kosten Voraussetzung für die Aktivierung selbst geschaffener immaterieller Vermögenswerte.

3.6 SONSTIGE BETRIEBLICHE ERTRÄGE UND AUFWENDUNGEN

Die sonstigen betrieblichen Erträge und Aufwendungen beinhalten Erträge und Aufwendungen operativer Art, deren Zuordnung zu den Umsatzerlösen oder den Funktionskosten nicht sachgerecht wäre. Darin sind hauptsächlich Währungsgewinne und -verluste aus nicht finanziellen Transaktionen, Gewinne und Verluste aus dem Abgang von Anlagevermögen, nicht den Funktionskosten zuordenbare Wertminderungen und Wertaufholungen, Erträge und Aufwendungen aus Reorganisations- und Optimierungsprojekten, Erträge und Aufwendungen aus Unternehmenskäufen und Übernahmetransaktionen sowie Aufwendungen für Gerichtsprozesse enthalten.

3.7 OPERATIVES ERGEBNIS

Das operative Ergebnis umfasst bei der GfK Gruppe das Bruttoergebnis vom Umsatz, vermindert um die Vertriebs- und allgemeinen Verwaltungskosten, sowie das sonstige Ergebnis, das sich aus den sonstigen betrieblichen Erträgen und den sonstigen betrieblichen Aufwendungen zusammensetzt.

3.8 ANGEPASSTES OPERATIVES ERGEBNIS

Die intern zur Steuerung des Geschäfts der GfK Gruppe verwendete Kennzahl angepasstes operatives Ergebnis basiert auf dem operativen Ergebnis. Das angepasste operative Ergebnis wird ermittelt, indem aus dem operativen Ergebnis 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
- › Aufwendungen aus Rechtsstreitigkeiten, Compliance-Fällen und nicht fortgeführten Projekten
- › sonstige hervorgehobene Posten

3.9 ERGEBNIS AUS ASSOZIIERTEN UNTERNEHMEN

Das Ergebnis aus assoziierten Unternehmen beinhaltet den Ertrag oder Aufwand, der sich aus der Bewertung der Anteile an assoziierten Unternehmen zum anteiligen Eigenkapital (at equity) ergibt.

3.10 SONSTIGES BETEILIGUNGSERGEBNIS

Das sonstige Beteiligungsergebnis enthält im Wesentlichen Dividenden von nicht konsolidierten verbundenen Unternehmen und sonstigen Beteiligungen der GfK Gruppe, Gewinne und Verluste aus dem Abgang solcher Unternehmen sowie Erträge und Aufwendungen aus der Ergebnisabführung dieser Unternehmen.

3.11 EBIT

Die verwendete Kennzahl EBIT (earnings before interest and taxes) wurde als Zwischensumme in die Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung eingefügt. Das EBIT wird ermittelt, indem zum operativen Ergebnis das Ergebnis aus assoziierten Unternehmen und das sonstige Beteiligungsergebnis addiert werden.

3.12 SONSTIGE FINANZERTRÄGE UND -AUFWENDUNGEN

Die sonstigen Finanzerträge und -aufwendungen umfassen Zinserträge und Zinsaufwendungen, Erträge und Aufwendungen aus der Bewertung von derivativen Finanzinstrumenten, die zur Absicherung des Zinsänderungsrisikos dienen, Transaktionskosten für Bankkredite, Aufwendungen aus Abschreibungen auf Ausleihungen, Währungsgewinne und -verluste, die aus finanziellen Transaktionen, wie zum Beispiel Ausleihungen oder Finanzverbindlichkeiten in Fremdwährung, entstanden sind, und das übrige Finanzergebnis. In den Zinsaufwendungen sind auch Aufzinsungen auf Schulden enthalten, die zuvor abgezinst wurden. Diese Aufzinsungen betreffen unter anderem zukünftige Kaufpreisbestandteile aus Unternehmensakquisitionen, die mit ihrem beizulegenden Zeitwert passiviert werden.

Zinsen werden zum Zeitpunkt ihrer Entstehung als Ertrag oder Aufwand erfasst. Die Abgrenzung von Zinsen erfolgt nach der Effektivzinsmethode.

3.13 ERGEBNIS AUS LAUFENDER GESCHÄFTSTÄTIGKEIT

Die verwendete Kennzahl Ergebnis aus laufender Geschäftstätigkeit wurde als Zwischensumme in die Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung eingefügt. Das Ergebnis aus laufender Geschäftstätigkeit entspricht dem Konzernergebnis vor Berücksichtigung des Ertragsteueraufwands.

3.14 ERTRAGSTEUERN

Die Steuern auf das Ergebnis aus laufender Geschäftstätigkeit enthalten den laufenden und den latenten Ertragsteueraufwand.

Die Unternehmen der GfK Gruppe sind in zahlreichen Ländern operativ tätig. Die GfK Gruppe unterliegt daher unter einer Vielzahl von Steuerhoheiten verschiedenen Steuergesetzen. Die im Konzernabschluss enthaltenen Steuerposten werden unter Berücksichtigung der jeweiligen Steuergesetze sowie der einschlägigen Auffassungen der Steuerverwaltung ermittelt. Infolge ihrer Komplexität können bestimmte Sachverhalte einer abweichenden Interpretation durch die Steuerpflichtigen einerseits und die lokalen Finanzbehörden andererseits unterliegen.

Die Ermittlung der latenten Steuern erfolgt nach der bilanzorientierten Liability-Methode. Danach werden für temporäre Differenzen zwischen den im Konzernabschluss angesetzten Buchwerten und den steuerlichen Wertansätzen von Vermögenswerten und Schulden aktive und passive latente Steuern bilanziert. Auswirkungen von Steuergesetzänderungen auf latente Steuern werden ab dem Tag ergebniswirksam berücksichtigt, an dem das Steuergesetz verabschiedet wird.

Aktive latente Steuern werden nur dann bilanziert, wenn es wahrscheinlich ist, dass sie in der Zukunft realisiert werden können. Dies ist im Wesentlichen der Fall, wenn das betreffende Unternehmen mit hinreichender Wahrscheinlichkeit ausreichend zu versteuerndes Einkommen erzielen wird, um den steuerlichen Vorteil zu realisieren. Dabei werden unter anderem die geplanten Ergebnisse aus der operativen Geschäftstätigkeit, die Ergebniswirkungen aus der Umkehr von zu versteuernden temporären Differenzen sowie bestehende Steuerstrategien berücksichtigt.

Zu jedem Bilanzstichtag wird durch den Vorstand die Werthaltigkeit aktiver latenter Steuern eingeschätzt. Die Schätzung des geplanten steuerpflichtigen Einkommens und die durch mögliche Steuerstrategien erzielbaren Steuervorteile sind dabei naturgemäß mit Unsicherheit behaftet. Ferner kann sich aus Änderungen der Steuergesetzgebung eine Einschränkung in Bezug auf den Umfang oder den zeitlichen Rahmen der Realisierbarkeit zukünftiger steuerlicher Vorteile ergeben. Die Anpassung von Schätzungen erfolgt in der Periode, in der ausreichende Hinweise für eine Anpassung vorliegen.

Eine Wertberichtigung für aktive latente Steuern wird erfasst, wenn Anhaltspunkte dafür vorliegen, dass aktive latente Steuern teilweise oder vollumfänglich nicht realisiert werden können. Im Rahmen seiner Ermessensausübung geht der Vorstand bei nicht nachhaltig in Verlustsituationen befindlichen Tochtergesellschaften von einem maximalen Zeitraum zur Realisierung von aktiven latenten Steuern von fünf Jahren aus, ansonsten von einem kürzeren Zeitraum.

Steuern auf Sachverhalte, die im sonstigen Ergebnis erfasst wurden, werden nicht in der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung erfasst. Auf im sonstigen Ergebnis erfasste Währungsdifferenzen aus konzerninternen Fremdwährungsdarlehen, die Nettoinvestitionen in den Geschäftsbetrieb von Tochtergesellschaften darstellen, werden keine latenten Steuern abgegrenzt, da nicht geplant ist, die temporären Differenzen in absehbarer Zeit zu realisieren.

3.15 WERTMINDERUNGEN

Wenn Vermögenswerte nicht mehr werthaltig sind und deshalb abgewertet werden, wird der Wertminderungsaufwand in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst.

Vermögenswerte mit einer unbestimmten Nutzungsdauer und in der Entwicklung befindliche immaterielle Vermögenswerte werden einmal jährlich im Rahmen eines Impairment-Tests auf ihre Werthaltigkeit hin untersucht. Ein Impairment-Test wird außerdem dann durchgeführt, wenn Ereignisse („triggering events“) eintreten, die die Werthaltigkeit wesentlich beeinflussen könnten.

Wertminderungen auf immaterielle Vermögenswerte werden vorgenommen, wenn der erzielbare Betrag unter den fortgeführten Anschaffungs- und Herstellungskosten liegt. Der erzielbare Betrag ist der höhere Betrag aus dem beizulegenden Zeitwert abzüglich Veräußerungskosten und dem Nutzungswert eines Vermögenswerts, dem bei der GfK Gruppe die erwarteten künftigen Zahlungsströme zumindest über einen detailliert geplanten Dreijahreszeitraum zugrunde liegen, die mit einem jeweils individuell zu Marktbedingungen bestimmten Zinssatz abgezinst werden. Die Wachstumsrate der Zahlungsströme über den Detailplanungszeitraum hinaus wird in der Regel durch einen Abschlag auf den Diskontierungszinssatz berücksichtigt. Auf diese Weise wird ein beizulegender Zeitwert der Ebene 3 ermittelt.

Der Wertminderungsaufwand von Geschäfts- oder Firmenwerten und von Marken wird in der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung in den sonstigen betrieblichen Aufwendungen ausgewiesen, während Wertminderungen von Studien, Panels, Kundenstämmen, langfristigen Verträgen und Software in den Funktionskosten gezeigt werden. Ein für Geschäfts- oder Firmenwerte erfasster Wertminderungsaufwand wird nicht wieder aufgeholt.

Bei der Überprüfung der sonstigen immateriellen Vermögenswerte oder der Vermögenswerte des Sachanlagevermögens auf Wertminderungen beinhaltet die Bestimmung des erzielbaren Betrags dieser Vermögenswerte Schätzungen und Annahmen des Vorstands, die mit Unsicherheit behaftet sind. Die Schätzungen und Annahmen können einen erheblichen Einfluss auf die jeweiligen Werte und damit auf die Höhe einer möglichen Wertminderung haben. Aus einer Veränderung der Annahmen oder der Umstände können vor diesem Hintergrund zukünftig zusätzliche Wertminderungen oder Zuschreibungen resultieren.

Nähere Erläuterungen zu Wertminderungen von finanziellen Vermögenswerten finden sich innerhalb dieses Kapitels im Folgenden unter „Finanzinstrumente“.

3.16 ERGEBNIS JE AKTIE

Das unter der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung ausgewiesene Ergebnis je Aktie wird ermittelt, indem das Konzernergebnis, das den Anteilseignern der Muttergesellschaft zuzurechnen ist, durch die gewichtete durchschnittliche Aktienanzahl des Geschäftsjahres dividiert wird.

Eine Korrektur der durchschnittlichen Aktienanzahl um im Berichtsjahr ausgeübte und verfallene Optionen zur Ermittlung des verwässerten Ergebnisses je Aktie kommt nicht in Betracht, da keine ausübenden Optionen auf GfK-Aktien mehr bestehen. Somit entspricht das verwässerte Ergebnis je Aktie dem Ergebnis je Aktie.

3.17 LONG-TERM-INCENTIVE-PROGRAMME FÜR MITARBEITER UND FÜHRUNGSKRÄFTE DER GfK GRUPPE

Seit dem Geschäftsjahr 2010 gilt für die Mitglieder des Vorstands der GfK SE und seit dem Geschäftsjahr 2012 für ausgewählte Führungskräfte der GfK Gruppe ein neues Long-Term-Incentive-Programm. Ansprüche aus dem zuvor geltenden Modell wurden letztmals im Jahr 2015 ausbezahlt. Den Planteilnehmern des neuen Programms wird ein individueller Bonus-Zielbetrag gewährt, der bis 2014 jeweils zu einer Hälfte in virtuelle Aktien und zur anderen in einen „Performance-Based Long-Term Cash Bonus“ umgewandelt wurde. Seit 2015 wird der individuelle Bonus-Zielbetrag der Planteilnehmer vollständig in virtuelle Aktien umgewandelt.

Der Zielbetrag der virtuellen Aktien wird auf Basis des Aktienkurses der GfK-Aktie der letzten 20 Handelstage vor Beginn des Performance-Zeitraums in virtuelle Aktien umgewandelt. Bei Ausschüttung einer Dividende an die Aktionäre erhöht sich die Anzahl virtueller Aktien entsprechend wertgleich.

Die Mitglieder des Vorstands dürfen ihre virtuellen Aktien nach Ablauf einer vierjährigen Sperrfrist im Verlauf eines zweijährigen Ausübungszeitraums in gewissen Handelsfenstern ausüben. Virtuelle Aktien der Tranche 2016 dürfen jeweils zur Hälfte nach Ablauf einer vierjährigen Sperrfrist und nach Ablauf einer sechsjährigen Sperrfrist im Verlauf eines zweijährigen Ausübungszeitraums in gewissen Handelsfenstern ausgeübt werden. Werden die virtuellen Aktien bis zum Ende des Zeitraums nicht ausgeübt, so werden sie am letzten Tag des letzten Ausübungszeitraums ausgezahlt.

Für Führungskräfte findet das zweijährige Ausübungszeitraum keine Anwendung. Für diese Planteilnehmer wird der Auszahlungsbetrag nach Ablauf einer vierjährigen Sperrfrist auf Basis des Aktienkurses der GfK-Aktie der letzten 20 Handelstage vor Ablauf des Performance-Zeitraums ermittelt.

Für den Performance-Based Long-Term Cash Bonus gilt: Nach Ablauf eines vierjährigen Performance-Zeitraums besteht ein Anspruch auf Auszahlung eines Bonusbetrags. Die Höhe des Betrags bemisst sich danach, bis zu welchem Grad das festgelegte Performance-Ziel (durchschnittlicher Return on Capital Employed von GfK, „GfK-ROCE“, der Vierjahresperiode) bis zum 31. Dezember des dritten Jahres nach dem Jahr der Gewährung erreicht wurde. Die Auszahlung für die entsprechende Laufzeit wird auf Grundlage der testierten Jahresabschlüsse berechnet.

Endet das Anstellungsverhältnis vor Ablauf des Performance-Zeitraums aufgrund von Kündigung oder Rücktritt, verfallen die gewährten Bonusleistungen ersatzlos.

3.18 IMMATERIELLE VERMÖGENSWERTE

Geschäfts- oder Firmenwerte

Die GfK Gruppe weist innerhalb dieses Aktivpostens sowohl Geschäfts- oder Firmenwerte aus, die aus der Kapitalkonsolidierung von Tochterunternehmen entstanden sind, als auch Geschäfts- oder Firmenwerte, die aus Abschlüssen der Tochterunternehmen in den Konzernabschluss übernommen wurden.

Der Geschäfts- oder Firmenwert repräsentiert für Unternehmenszusammenschlüsse die verbleibende aktivische Differenz, nachdem die Anschaffungskosten der Beteiligung mit dem anteiligen neu bewerteten Eigenkapital verrechnet wurden.

Geschäfts- oder Firmenwerte aus dem Erwerb von Unternehmen, die nicht in Euro berichten, werden in der Berichtswährung der erworbenen Tochtergesellschaft geführt. Für die erstmalige Ermittlung des Geschäfts- oder Firmenwerts wird der Umrechnungskurs zum Zeitpunkt der Erstkonsolidierung herangezogen. Die Folgebewertung erfolgt zum Mittelkurs am Bilanzstichtag.

Im Rahmen eines Impairment-Tests überprüft die GfK Gruppe einmal jährlich und zusätzlich bei Eintritt wesentlicher Ereignisse (triggering events) oder veränderter Verhältnisse die Werthaltigkeit ihrer Zahlungsmittel generierenden Einheiten einschließlich der Geschäfts- oder Firmenwerte. Zur Überprüfung der Werthaltigkeit der Geschäfts- oder Firmenwerte werden diese den Zahlungsmittel generierenden Einheiten zugeordnet, die einer Matrix aus den zwei Sektoren zu je sechs Regionen zuzüglich des Bereichs Sonstige entsprechen.

Die Werthaltigkeit der Geschäfts- oder Firmenwerte ist gegeben, wenn der erzielbare Betrag nicht geringer ist als der Buchwert der Zahlungsmittel generierenden Einheit.

Der erzielbare Betrag entspricht dem höheren Betrag aus dem beizulegenden Zeitwert abzüglich der Veräußerungskosten und dem Nutzungswert. Da nach Einschätzung von GfK der Nutzungswert geringere Cashflows generiert, berechnet GfK in der Regel ausschließlich den beizulegenden Zeitwert abzüglich der Veräußerungskosten. Er wird im Rahmen des Impairment-Tests durch Anwendung eines Discounted-Cashflow-Verfahrens ermittelt. Hierfür werden die erwarteten künftigen Zahlungsströme aus der jeweils aktuellen Fünfjahresplanung herangezogen. Die entsprechenden Prognosen berücksichtigen Erfahrungen aus der Vergangenheit und basieren auf der besten durch den Vorstand vorgenommenen Einschätzung zukünftiger Entwicklungen. Das Wachstum der Zahlungsströme über den Fünfjahreszeitraum hinaus (ewige Rente) wird durch einen Abschlag auf den Diskontierungszinssatz berücksichtigt. Zur Ableitung der nachhaltigen Wachstumseffekte wurden die aktuellen, branchenbezogenen Rahmenbedingungen sowie die Kosten-Erlös-Struktur und die Entwicklung von GfK berücksichtigt. Vor diesem Hintergrund wurde ein Wachstumsabschlag von 1,3 Prozentpunkten (2015: 1,3 Prozentpunkte) berücksichtigt.

Dieser Wachstumsabschlag wurde ebenso wie der Diskontierungszinssatz aus extern verfügbaren Kapitalmarktdaten abgeleitet. Auf diese Weise wird ein beizulegender Zeitwert der Ebene 3 ermittelt.

Zur Ermittlung des Diskontierungszinssatzes wird eine gewichtete durchschnittliche Kapitalkostenberechnung durchgeführt, die die branchenübliche Kapitalstruktur und die branchenüblichen Finanzierungskosten berücksichtigt. In den Diskontierungszinssatz fließen die Erwartungen der Eigen- und Fremdkapitalgeber und das jeweilige Länderrisiko ein. Der hieraus resultierende Diskontierungszinssatz zum 31. Dezember beträgt, abhängig von der Zahlungsmittel generierenden Einheit, zwischen 6,5 Prozent und 12,4 Prozent (31. Dezember 2015: zwischen 6,4 Prozent und 12,1 Prozent). Der Diskontierungszinssatz vor Steuern zum 31. Dezember beträgt zwischen 8,4 Prozent und 17,4 Prozent (31. Dezember 2015: zwischen 8,3 Prozent und 16,8 Prozent).

Die Bestimmung des erzielbaren Betrags der Zahlungsmittel generierenden Einheiten, denen ein Geschäfts- oder Firmenwert zugeordnet worden ist, ist mit Schätzungen verbunden. Zu den zentralen Annahmen, auf denen die Ermittlung der erzielbaren Beträge beruht, gehören geschätzte Wachstumsraten, gewichtete durchschnittliche Kapitalkostensätze und Steuersätze. Schätzungen sind insbesondere im Zusammenhang mit der Prognose und Diskontierung zukünftiger Cashflows und damit hinsichtlich der erwarteten wirtschaftlichen Entwicklung erforderlich. Ferner beeinflussen die Volatilität auf Kapitalmärkten, Zinsentwicklungen und Währungskursschwankungen die Bewertung. Die vorgenommenen Schätzungen und die zugrunde liegende Methodik können erheblichen Einfluss auf die jeweiligen Werte und damit auf die Höhe einer eventuellen Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte haben.

Sonstige immaterielle Vermögenswerte

Die sonstigen immateriellen Vermögenswerte der GfK Gruppe setzen sich aus den selbst erstellten immateriellen Vermögenswerten und den übrigen immateriellen Vermögenswerten zusammen. Sie beinhalten ganz überwiegend Software und Marktforschungspanels, die entweder extern erworben oder selbst erstellt wurden. Ein weiterer wesentlicher Bestandteil sind im Rahmen der Kaufpreisallokation aktivierte Kundenbeziehungen und Marken.

Wurde bei einem sonstigen immateriellen Vermögenswert eine Wertminderung vorgenommen, erfolgt eine Wertaufholung, wenn sich zu einem späteren Zeitpunkt ein höherer erzielbarer Betrag ergibt. Der Buchwert nach Wertaufholung darf jedoch nicht den rechnerischen Buchwert übersteigen, der sich ergeben hätte, wenn die Wertminderung in der Vergangenheit nicht vorgenommen worden wäre. Die Zuschreibung erfolgt ergebniswirksam in dem Posten, in dem zuvor die Wertminderung erfasst wurde.

SELBST ERSTELLTE IMMATERIELLE VERMÖGENSWERTE

Die selbst erstellten immateriellen Vermögenswerte der GfK Gruppe bestehen hauptsächlich aus Software und Panelaufbaukosten.

Software, die von Unternehmen der GfK Gruppe selbst entwickelt wurde, wird in der Regel intern für die Analyse und Aufbereitung von Marktforschungsdaten eingesetzt. In manchen Fällen handelt es sich um Software für externe Nutzer, die speziell nach den Anforderungen des Nutzers programmiert wurde. Interne Kosten der Softwareentwicklung werden unter den langfristigen Vermögenswerten aktiviert, wenn die Kriterien nach IAS 38, „Immaterielle Vermögenswerte“, erfüllt sind. Die Abschreibung beginnt mit Fertigstellung der Software.

Bei Panelaufbaukosten handelt es sich um aktivierte Entwicklungskosten für den Aufbau eines neuen Panels oder die Erweiterung eines bestehenden Panels. Panelaufbaukosten, die aktiviert werden, beinhalten unter anderem:

- › Ausgaben für Material und Dienstleistungen, die beim Panelaufbau genutzt oder verbraucht werden
- › Löhne und Gehälter sowie andere mit der Beschäftigung verbundene Aufwendungen für die Mitarbeiter, die am Panelaufbau direkt beteiligt sind

- › Gemeinkosten, die beim Panelaufbau notwendigerweise anfallen und ihm auf vernünftiger und stetiger Basis aufgrund einer Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung zugeordnet werden können

Nicht aktivierungsfähig sind die Kosten der Vorbereitungs- und der Anwendungsphase sowie Erhaltungskosten für laufende Panels. Sie werden aufwandswirksam erfasst.

Panelaufbaukosten werden nur dann abgeschrieben, wenn sie im unmittelbaren Zusammenhang mit einem bestimmten, zeitlich begrenzt laufenden Kundenauftrag entstanden sind. Der Abschreibungszeitraum bemisst sich in diesem Fall in der Regel nach der Vertragsdauer oder der wirtschaftlichen Nutzungsdauer. Ansonsten ist die Nutzungsdauer von Panels unbestimmt. Sie unterliegen keiner regulären Abschreibung. Ihre Werthaltigkeit wird mindestens jährlich mit einem Impairment-Test überprüft.

Aufwendungen für Forschungsaktivitäten werden als Aufwand der Berichtsperiode erfasst. Entwicklungskosten, die nicht zu einem aktivierungsfähigen immateriellen Vermögenswert geführt haben, werden ebenfalls als Aufwand erfasst.

ÜBRIGE IMMATERIELLE VERMÖGENSWERTE

Die übrigen immateriellen Vermögenswerte umfassen vor allem extern erworbene Panels, Kundenstämme, Software und Marken.

Die übrigen immateriellen Vermögenswerte werden zu fortgeführten Anschaffungskosten bilanziert und linear abgeschrieben; dies gilt nicht für Kundenstämme und nicht uneingeschränkt für Marken. Die Nutzungsdauer für Software und übrige immaterielle Vermögenswerte beträgt in der Regel zwischen drei und zehn Jahren.

Kundenstämme werden in der Regel über einen Zeitraum von sechs bis 20 Jahren degressiv mit einer individuell ermittelten Kundenabschmelzrate abgeschrieben, die zwischen 5 Prozent und 30 Prozent liegt.

Marken unterliegen in der Regel keiner Abschreibung. Ihre Nutzungsdauer ist unbestimmt. Werden erworbene Marken über einen definierten Zeitraum durch die Marke GfK ersetzt, werden sie linear abgeschrieben. Die Nutzungsdauer in solchen Fällen beträgt drei Jahre.

Immaterielle Vermögenswerte mit einer unbestimmten Nutzungsdauer werden zumindest jährlich einem Impairment-Test unterzogen.

Bei qualifizierten Vermögenswerten werden Fremdkapitalzinsen aktiviert.

3.19 SACHANLAGEN

Sachanlagen werden zu Anschaffungs- oder Herstellungskosten abzüglich der kumulierten Abschreibungen bewertet. Fremdkapitalzinsen werden bei qualifizierten Vermögenswerten aktiviert. Die kumulierten Abschreibungen umfassen im Regelfall die linearen Abschreibungen bis zum Bilanzstichtag und gegebenenfalls Wertminderungen. Die Abschreibungsdauer entspricht der wirtschaftlichen Nutzungsdauer. In Erstellung befindliche Anlagen werden nicht abgeschrieben.

Die GfK Gruppe sieht für den Regelfall die in der folgenden Tabelle dargestellten Nutzungsdauern vor.

Anlagengut	Nutzungsdauer in Jahren
Verwaltungsgebäude	50
EDV-Anlagen	3 bis 5
Pkw und andere Fahrzeuge	5
Büromaschinen	3 bis 5
Büromöbel	10 bis 13

Die Betriebs- und Geschäftsausstattung enthält auch noch nicht fertiggestellte technische Geräte.

Die Bilanzierung von Leasingverhältnissen erfolgt nach IAS 17, „Leasingverhältnisse“. Je nach Vertragsgestaltung liegt Finance Lease oder Operating Lease vor.

Finance Lease ist dadurch charakterisiert, dass Risiken und Nutzen des Leasinggegenstands im Wesentlichen auf den Leasingnehmer übergehen. Liegt Finance Lease vor, wird der Leasinggegenstand beim Leasingnehmer aktiviert und eine korrespondierende Leasingverbindlichkeit passiviert. Die Leasingverbindlichkeit entspricht dem niedrigeren Wert aus Barwert der Mindestleasingzahlungen und beizulegendem Zeitwert des Leasinggegenstands zu Beginn des Leasingverhältnisses.

Der aktivierte Leasinggegenstand wird linear abgeschrieben. Die Abschreibungsdauer bemisst sich am kürzeren Zeitraum aus Vertragslaufzeit und wirtschaftlicher Nutzungsdauer. Bei Vorliegen der Voraussetzungen wird darüber hinaus eine Wertminderung vorgenommen.

Die Leasingverbindlichkeit wird über die Laufzeit des Leasingvertrags durch die Zahlung der Leasingraten getilgt. Die Auflösung der Abzinsung wird durch Anwendung eines konstanten Zinssatzes auf die Restschuld ermittelt und in den Zinsaufwendungen innerhalb der sonstigen Finanzaufwendungen ausgewiesen.

Beim Operating Lease erfolgt die Bilanzierung des Leasingguts beim Leasinggeber. Der Leasingnehmer erfasst seine regelmäßigen Zahlungen als Mietaufwand.

3.20 FINANZINSTRUMENTE

Finanzinstrumente sind Verträge, die bei einem Unternehmen zu einem finanziellen Vermögenswert und bei einem anderen zu einer finanziellen Verbindlichkeit oder einem Eigenkapitalinstrument führen.

Finanzielle Vermögenswerte umfassen insbesondere Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente, an anderen Unternehmen gehaltene Eigenkapitalinstrumente (zum Beispiel Beteiligungen), Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, sonstige ausgereichte Kredite und Forderungen sowie zu Handelszwecken gehaltene originäre und derivative Finanzinstrumente.

Finanzielle Verbindlichkeiten begründen regelmäßig einen Rückgabeanspruch in Zahlungsmitteln oder anderen finanziellen Verbindlichkeiten. Darunter fallen bei der GfK Gruppe insbesondere Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten, Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen, Verbindlichkeiten aus Finance-Lease-Verhältnissen und derivative Finanzinstrumente.

Die Bilanzierung von Finanzinstrumenten erfolgt in der GfK Gruppe bei Kauf oder Verkauf zum Handelstag, also an dem Tag, an dem die Verpflichtung zum Kauf oder Verkauf eines Finanzinstruments eingegangen wurde.

Zinsänderungen können bei fest verzinslichen Finanzinstrumenten zu einer Änderung des beizulegenden Zeitwerts und bei variabel verzinslichen Finanzinstrumenten zu Zinszahlungsschwankungen führen. Kurzfristige Forderungen und Verbindlichkeiten unterliegen grundsätzlich keinem Zinsänderungsrisiko.

Finanzielle Vermögenswerte und finanzielle Verbindlichkeiten werden angesetzt, wenn die GfK Gruppe Vertragspartei bei einem Finanzinstrument wird.

Finanzielle Vermögenswerte werden bei ihrem erstmaligen Ansatz mit dem beizulegenden Zeitwert bewertet. Bei finanziellen Vermögenswerten, die in der Folge nicht erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet werden, werden die dem Erwerb direkt zurechenbaren Transaktionskosten berücksichtigt. Die in der Konzernbilanz angesetzten beizulegenden Zeitwerte entsprechen regelmäßig den Marktpreisen der finanziellen Vermögenswerte. Sofern diese nicht unmittelbar durch Rückgriff auf einen aktiven Markt verfügbar sind, erfolgt eine Bewertung unter Anwendung marktüblicher Verfahren (Bewertungsmodelle). Hierfür werden instrumentenspezifische Marktparameter zugrunde gelegt. Die dargestellten beizulegenden Zeitwerte von Finanzinstrumenten, die zu fortgeführten Anschaffungskosten bilanziert werden, werden auf dieselbe Weise ermittelt. Unverzinsliche oder niedrig verzinsliche finanzielle Vermögenswerte mit einer Laufzeit von über einem Jahr werden grundsätzlich abgezinst. Bei finanziellen Vermögenswerten mit einer Restlaufzeit von unter einem Jahr wird davon ausgegangen, dass der beizulegende Zeitwert dem Nominalwert entspricht.

Finanzielle Vermögenswerte werden ausgebucht, wenn die vertraglichen Rechte auf Zahlungen aus den finanziellen Vermögenswerten auslaufen oder die finanziellen Vermögenswerte mit allen wesentlichen Risiken und Chancen übertragen werden.

Die in den sonstigen finanziellen Vermögenswerten ausgewiesenen Ausleihungen und langfristigen Festgelder sind der Kategorie „Kredite und Forderungen“ zugeordnet. Sie werden unter Anwendung der Effektivzinsmethode mit den fortgeführten Anschaffungskosten bewertet.

Zu Handelszwecken gehaltene finanzielle Vermögenswerte werden mit dem beizulegenden Zeitwert bewertet. Darunter fallen die derivativen Finanzinstrumente, die nicht in eine effektive Sicherungsbeziehung eingebunden sind und damit zwingend als „zu Handelszwecken gehaltene finanzielle Vermögenswerte“ klassifiziert werden müssen. Ein aus der Folgebewertung resul-

tierender Gewinn oder Verlust aus zu Handelszwecken gehaltenen finanziellen Vermögenswerten wird erfolgswirksam in der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung erfasst.

Bezüglich der Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden für Finanzinvestitionen wurde durch den Vorstand im Rahmen seiner Ermessensausübung festgelegt, dass Finanzinvestitionen nie als bis zur Endfälligkeit zu haltende Finanzinvestitionen, sondern stets als zur Veräußerung verfügbar klassifiziert werden.

Die Kategorie „zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte“ stellt in der GfK Gruppe die Residualgröße der originären finanziellen Vermögenswerte dar, die keiner anderen Kategorie zugeordnet wurden. Darunter fallen die unter den sonstigen finanziellen Vermögenswerten ausgewiesenen Anteile an verbundenen Unternehmen, die sonstigen Beteiligungen und sonstige zur Veräußerung verfügbare Wertpapiere.

Die Bewertung erfolgt grundsätzlich mit dem aus dem Börsenkurs abgeleiteten beizulegenden Zeitwert, sofern ein auf einem aktiven Markt notierter Preis vorliegt. Die in der Folge aus der Bewertung mit dem beizulegenden Zeitwert resultierenden Gewinne und Verluste werden im sonstigen Ergebnis erfasst. Dies gilt nicht, wenn es sich um dauerhafte oder wesentliche Wertminderungen oder um währungsbedingte Wertänderungen von Fremdkapitalinstrumenten handelt. Sie werden erfolgswirksam erfasst.

Erst mit dem Abgang der finanziellen Vermögenswerte werden die in den sonstigen Rücklagen gebuchten kumulierten Gewinne und Verluste aus der Bewertung zum beizulegenden Zeitwert erfolgswirksam in der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung erfasst. Lässt sich für nicht börsennotierte Eigenkapitalinstrumente der beizulegende Zeitwert nicht hinreichend verlässlich bestimmen, werden insbesondere die Beteiligungen mit den Anschaffungskosten (gegebenenfalls abzüglich Wertminderungen) bewertet.

Ein Wertminderungsaufwand wird erfasst, wenn der Buchwert eines finanziellen Vermögenswerts höher ist als der Barwert der zukünftigen Zahlungsströme. Die Überprüfung, ob ein Wertminderungsbedarf besteht, wird zu jedem Bilanzstichtag vorgenommen. Um eine Wertminderung objektiv nachweisbar festzustellen, werden die folgenden auslösenden Sachverhalte herangezogen:

- › Der Schuldner befindet sich in erheblichen finanziellen Schwierigkeiten.
- › Beobachtbare Daten zeigen, dass seit dem erstmaligen Ansatz eine messbare Minderung der erwarteten künftigen Zahlungsströme eingetreten ist.

Um über das Bestehen eines Wertminderungsbedarfs zu entscheiden, werden die bestehenden Kreditverhältnisse analysiert, die der Kategorie „Kredite und Forderungen“ zugeordnet werden und deren Folgebewertung somit zu fortgeführten Anschaffungskosten vorgenommen wird. Zum jeweiligen Bilanzstichtag wird überprüft, inwieweit objektive Hinweise auf eine Wertminderung vorliegen, die bilanziell zu berücksichtigen sind. Die Höhe einer Wertminderung berechnet sich aus der Differenz zwischen dem Buchwert des Vermögenswerts und dem erzielbaren Betrag, also dem Barwert der erwarteten künftigen Zahlungsströme, der mit dem originären Effektivzinssatz des Finanzinstruments diskontiert wird. Dabei werden Zahlungsströme aus kurzfristigen Forderungen aus Vereinfachungsgründen nicht diskontiert. Wertminderungen von Finanzinstrumenten der Kategorie „Kredite und Forderungen“ werden auf separaten Wertberichtigungskonten erfasst. Bei Abgang des Finanzinstruments geht auch die zugehörige Wertberichtigung ab. Eine direkte Verringerung oder Erhöhung des Buchwerts von Finanzinstrumenten der Kategorie „Kredite und Forderungen“ erfolgt grundsätzlich nicht.

Umgliederungen zwischen den Ebenen der Bewertungshierarchie von zum beizulegenden Zeitwert bewerteten finanziellen Vermögenswerten und finanziellen Verbindlichkeiten werden zum Ende des Geschäftsjahres durchgeführt, in dem sie aufgetreten sind.

Finanzielle Verbindlichkeiten werden bei ihrem erstmaligen Ansatz mit dem beizulegenden Zeitwert bewertet. Die direkt zurechenbaren Transaktionskosten werden bei finanziellen Verbindlichkeiten, die in der Folge nicht zum beizulegenden Zeitwert bewertet werden, ebenfalls angesetzt und unter Anwendung der Effektivzinsmethode über die Laufzeit amortisiert.

Originäre finanzielle Verbindlichkeiten werden grundsätzlich zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet. Darunter fallen Finanzverbindlichkeiten, Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie finanzielles sonstiges Fremdkapital und Abgrenzungen. Unverzinsliche oder niedrig verzinsliche Verbindlichkeiten mit einer Laufzeit von über einem Jahr werden abgezinst. Bei Verbindlichkeiten mit einer Laufzeit von unter einem Jahr wird unterstellt, dass der beizulegende Zeitwert dem Rückzahlungsbetrag entspricht.

Nicht in effektive Sicherungsbeziehungen eingebundene derivative Finanzinstrumente sind zwingend als „zu Handelszwecken gehalten“ einzustufen und damit erfolgswirksam mit dem beizulegenden Zeitwert zu bilanzieren. Ist er negativ, wird eine finanzielle Verbindlichkeit angesetzt.

Finanzielle Verbindlichkeiten werden ausgebucht, wenn die vertraglichen Verpflichtungen beglichen, aufgehoben oder ausgelaufen sind.

Fremdkapitalkosten werden in der Periode als Aufwand erfasst, in der sie angefallen sind.

Bei zum beizulegenden Zeitwert zu bilanzierenden Finanzinstrumenten wird der Marktwert grundsätzlich anhand von Börsenkursen ermittelt. Sofern keine Börsenkurse vorliegen, erfolgt eine Bewertung unter Anwendung der marktüblichen Verfahren (Bewertungsmethoden), wobei instrumentenspezifische Marktparameter zugrunde gelegt werden.

Die Ermittlung des beizulegenden Zeitwerts erfolgt mit der Discounted-Cashflow-Methode, wobei die individuellen Bonitäten und sonstigen Marktgegebenheiten in Form von marktüblichen Bonitäts- bzw. Liquiditäts-Spreads bei der Barwertermittlung berücksichtigt werden.

Für Finanzinstrumente der Kategorie „Kredite und Forderungen“, die zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet werden, gibt es keine liquiden Märkte. Für kurzfristige Kredite und Forderungen wird angenommen, dass der Marktwert dem Buchwert entspricht. Für alle anderen Kredite und Forderungen wird der Marktwert durch Abzinsung der zukünftig erwarteten Zahlungsströme ermittelt. Hierbei werden für Kredite Zinssätze verwendet, zu denen Kredite mit entsprechender Risikostruktur, Ursprungswährung und Laufzeit neu abgeschlossen würden.

Für Anteile an nicht börsennotierten Gesellschaften wird angenommen, dass der Buchwert dem Marktwert entspricht. Eine verlässliche Ermittlung eines Marktwerts wäre nur im Rahmen von konkreten Verkaufsverhandlungen möglich.

Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie die finanziellen kurzfristigen sonstigen Verbindlichkeiten haben generell eine Restlaufzeit von unter einem Jahr, sodass der Buchwert näherungsweise dem beizulegenden Zeitwert entspricht.

Für die finanziellen langfristigen Verbindlichkeiten werden die beizulegenden Zeitwerte als Barwerte der mit den Verbindlichkeiten verbundenen Zahlungen ermittelt.

3.21 DERIVATIVE FINANZINSTRUMENTE, HEDGE ACCOUNTING

Die GfK Gruppe schließt weltweit Geschäfte in verschiedenen Währungen ab, wodurch ein Wechselkursrisiko entstehen kann. Auch Geldanlagen, Anlagen in Wertpapieren sowie die Aufnahme von Bankkrediten erfolgen in diversen Währungen. Hieraus können Risiken aus der Veränderung von Wechselkursen, Zinsen und Marktpreisen resultieren.

Nähere Informationen zum Fremdwährungs- und Zinsänderungsrisiko sowie zu den Zielen, Strategien und Prozessen des Risikomanagements können dem Risikobericht innerhalb des Konzernlageberichts entnommen werden.

Zur Absicherung von Fremdwährungs- und Zinsänderungsrisiken setzt die GfK Gruppe Devisentermingeschäfte und Zins-swaps ein.

Derivative Finanzinstrumente werden bei Abschluss der Transaktion mit ihren Anschaffungskosten als Vermögenswert oder Verbindlichkeit bilanziert und in der Folge zum beizulegenden Zeitwert bewertet. Die Bewertung derivativer Finanzinstrumente erfolgt unter Anwendung marktüblicher Verfahren unter Zugrundelegung instrumentenspezifischer Marktparameter. Dabei werden die Marktwerte mit Barwert- und Optionspreismodellen errechnet. Als Eingangsparameter für diese Modelle werden, so weit wie möglich, die am Bilanzstichtag relevanten Marktpreise und Zinssätze verwendet.

Die Wertänderungen von derivativen Finanzinstrumenten im Rahmen des Hedge Accountings werden je nachdem, ob es sich um einen Fair Value Hedge, einen Cashflow Hedge oder einen Net Investment Hedge handelt, unterschiedlich erfasst.

Werden durch das derivative Finanzinstrument Wertänderungsrisiken von Vermögenswerten oder Verbindlichkeiten abgesichert, liegt ein Fair Value Hedge vor. In diesem Fall werden die Wertänderungen sowohl des gesicherten Grundgeschäfts als auch des derivativen Finanzinstruments ergebniswirksam erfasst.

Bei Wertänderungen von Cashflow Hedges, die zur Absicherung von Grundgeschäften gegen Risiken aus Schwankungen zukünftiger Zahlungsströme eingesetzt werden, werden die effektiven Teile der Zeitertschwankungen zunächst im sonstigen Ergebnis erfasst. Liegt die Effektivität einer Hedge-Beziehung nicht zwischen 80 und 125 Prozent, wird die Hedge-Beziehung aufgelöst. Die ineffektiven Teile von Hedge-Beziehungen werden sofort erfolgswirksam erfasst. Ein Risiko hinsichtlich der Höhe zukünftiger Zahlungsströme besteht insbesondere für variabel verzinsliche Kredite und für geplante

Transaktionen, die mit hoher Wahrscheinlichkeit eintreten werden.

Wird das abgesicherte Grundgeschäft ergebniswirksam, werden die aufgelaufenen, in den sonstigen Rücklagen enthaltenen Gewinne und Verluste dementsprechend erfolgswirksam aufgelöst.

Nettoinvestitionen in ausländische Tochterunternehmen können durch Net Investment Hedges abgesichert werden. Hierbei kann es sich zum Beispiel um einen Fremdwährungskredit in der Lokalwährung der erworbenen Beteiligung handeln. Die sich aus der Stichtagsbewertung des Fremdwährungskredits ergebenden Währungsgewinne oder -verluste werden bezüglich des effektiven Teils ebenfalls wie beim Cashflow Hedge im sonstigen Ergebnis erfasst.

Erweist sich die Sicherung als hocheffektiv, werden Kursgewinne oder -verluste aus dem Sicherungsgeschäft im sonstigen Ergebnis erfasst. Die ergebniswirksame Auflösung dieser Position erfolgt nicht mit Ende der Laufzeit des Sicherungsgeschäfts, sondern erst bei Veräußerung oder Liquidation der abgesicherten Investition.

Voraussetzung für die Anwendung jeglicher Art von Hedge Accounting ist die formale Dokumentation der Beziehung zwischen der gesicherten Position und dem Sicherungsgeschäft. Aus der Dokumentation muss ferner hervorgehen, wie das Sicherungsgeschäft das Risiko aus dem Grundgeschäft hocheffektiv ausgleicht und mit welchen Methoden diese Effektivität nachgewiesen wird.

Generell wird der nicht durch das Grundgeschäft gedeckte Teil der Wertänderungen ergebniswirksam in der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung berücksichtigt.

Die GfK Gruppe geht darüber hinaus Sicherungsbeziehungen ein, die nicht nach den Regeln des Hedge Accountings bilanziert werden können. Aus ökonomischer Sicht entsprechen auch diese Sicherungsbeziehungen den Grundsätzen des Risikomanagements. Darüber hinaus wird bei der Fremdwährungsabsicherung bilanzierter monetärer Vermögenswerte und Verbindlichkeiten kein Hedge Accounting angewendet, da die aus der Währungsumrechnung stammenden, erfolgswirksam realisierten Gewinne und Verluste der Grundgeschäfte mit den Gewinnen und Verlusten der derivativen Sicherungsinstrumente einhergehen und sich entsprechend in der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung nahezu ausgleichen.

3.22 FORDERUNGEN UND SONSTIGE VERMÖGENSWERTE

Forderungen werden mit Nominalwerten und bei erkennbaren Einzelrisiken unter Berücksichtigung einer Wertminderung angesetzt. Diese Wertminderungen tragen dem Ausfallrisiko hinreichend Rechnung. Eine konzernweit geltende Richtlinie regelt die Absicherung gegen das Ausfallrisiko. Im Zusammenhang mit der Ermittlung des Wertberichtigungsbedarfs für zweifelhafte Forderungen sind in bedeutendem Maß Einschätzungen und Beurteilungen erforderlich. Dabei sind insbesondere die Kreditwürdigkeit des Kunden, die aktuellen Entwicklungen der Konjunktur und historische Ausfallraten zu berücksichtigen.

Über Neukunden sollte eine Kreditauskunft bei einer renommierten Wirtschaftsauskunftei eingeholt werden, wenn das Auftragsvolumen 50 TEUR übersteigt. Sind keine zufrieden-

stellenden Informationen über den Kunden verfügbar, müssen zwei Drittel des Auftragswerts vor Lieferung der Daten bezahlt sein. Bestandskunden sind ebenfalls nach vorgegebenen Regeln hinsichtlich ihrer Kreditwürdigkeit zu beobachten. Darüber hinaus wird das Kreditrisiko durch das Stellen von Voraus- und Anzahlungsrechnungen minimiert.

3.23 VORRÄTE

Vorräte werden zum niedrigeren Betrag aus den Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten und dem Nettoveräußerungswert bewertet. Wegen ihrer untergeordneten Bedeutung für den Konzernabschluss der GfK Gruppe werden sie unter den kurzfristigen sonstigen Vermögenswerten und Abgrenzungen ausgewiesen.

3.24 ZAHLUNGSMITTEL UND ZAHLUNGSMITTELÄQUIVALENTE

Die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente enthalten Kassenbestände und Bankguthaben sowie liquide Geldanlagen mit einer Restlaufzeit von unter drei Monaten.

3.25 ZUR VERÄUSSERUNG BESTIMMTE VERMÖGENSWERTE UND SCHULDEN

Vermögenswerte und Schulden, deren zugehöriger Buchwert überwiegend durch ein Veräußerungsgeschäft und nicht durch fortgesetzte Nutzung realisiert wird, werden in der Konzernbilanz getrennt von den übrigen Vermögenswerten und Schulden in den Bilanzposten „Zur Veräußerung bestimmte Vermögenswerte“ und „Zur Veräußerung bestimmte Schulden“ ausgewiesen. Die Veräußerung innerhalb eines Jahres muss höchstwahrscheinlich sein.

Langfristige Vermögenswerte, die als zur Veräußerung bestimmt klassifiziert sind, werden mit dem niedrigeren Wert aus Buchwert und beizulegendem Zeitwert abzüglich Veräußerungskosten bewertet. Ihre reguläre Abschreibung wird ausgesetzt. Ergibt sich eine Wertminderung, wird sie zunächst dem Geschäfts- oder Firmenwert zugeordnet, anschließend anteilig den übrigen Vermögenswerten und Schulden. Der Wertminderungsaufwand wird in der Gewinn- und Verlustrechnung ausgewiesen. Der Bestimmung des beizulegenden Zeitwerts abzüglich Veräußerungskosten liegen Schätzungen und Annahmen zugrunde, die mit Unsicherheiten behaftet sind.

3.26 EIGENKAPITAL

Kapitalrücklage

In der Kapitalrücklage wird das Eigenkapital der GfK SE ausgewiesen, das nicht zum gezeichneten Kapital gehört, das aus Kapitaleinzahlungen der Anteilseigner stammt und das nicht aus dem erwirtschafteten Ergebnis resultiert. Als Kapitalrücklage werden Leistungen ausgewiesen, die im Zusammenhang mit Einlagen zum Erwerb von Anteilen oder der Gewährung eines Vorzugs stehen, aber auch andere Leistungen zur Verstärkung des Eigenkapitals.

Gewinnrücklagen

Als Gewinnrücklagen werden Beträge ausgewiesen, die im Geschäftsjahr oder in früheren Geschäftsjahren aus dem Ergebnis gebildet worden sind. Es handelt sich dabei auch um die aus dem Ergebnis zu bildende gesetzliche Rücklage.

Sonstige Rücklagen

Die sonstigen Rücklagen enthalten Veränderungen im Eigenkapital des Konzerns, die zunächst im sonstigen Ergebnis erfasst werden und bei denen es sich nicht um Einzahlungen von Aktionären oder Ausschüttungen an Aktionäre handelt.

Diese Veränderungen resultieren aus Währungskursdifferenzen, aus unrealisierten Gewinnen und Verlusten aus zur Veräußerung verfügbaren Wertpapieren, aus der Bewertung von Sicherungsbeziehungen (Cashflow Hedges und Net Investment Hedges) sowie aus versicherungsmathematischen Gewinnen und Verlusten aus leistungsorientierten Pensionsplänen.

Minderheitsanteile am Eigenkapital

Als Minderheitsanteile am Eigenkapital werden die nicht beherrschenden Anteile ausgewiesen.

3.27 RÜCKSTELLUNGEN

Rückstellungen werden grundsätzlich gebildet, wenn eine Verpflichtung gegenüber einem Dritten besteht und ein Abfluss von Ressourcen zur Erfüllung dieser Verpflichtung wahrscheinlich ist. Zudem muss die Höhe der Verpflichtung verlässlich geschätzt werden können. Langfristige Rückstellungen werden abgezinst, wenn sie unverzinslich oder niedrig verzinslich sind.

Rückstellungen für Pensionen werden nach dem Anwartschaftsbarwertverfahren (Projected Unit Credit Method) bewertet. Hierbei werden künftige Gehaltssteigerungen berücksichtigt. Der bilanzierte Betrag stellt den um den nachzuverrechnenden Dienstzeitaufwand bereinigten Barwert der leistungsorientierten Verpflichtung nach Verrechnung mit dem beizulegenden Zeitwert des Planvermögens dar. Der Diskontierungszinssatz orientiert sich an der Verzinsung erstrangiger festverzinslicher Industriebanleihen.

Auf Grundlage der leistungsorientierten Nettoschuld bzw. des leistungsorientierten Nettovermögens werden die Nettozinssätze auf die Nettoschuld (den Nettovermögenswert) aus einem leistungsorientierten Plan ermittelt, indem die Nettoschuld (der Nettovermögenswert) zu Beginn der Periode mit dem Diskontierungszinssatz multipliziert wird, der der leistungsorientierten Verpflichtung, also der Bruttoschuld, zu Periodenbeginn zugrunde liegt.

Pensions- und ähnliche Verpflichtungen werden ausgehend von versicherungsmathematischen Bewertungen bilanziert. Zu den diesen Bewertungen zugrunde liegenden Faktoren zählen versicherungsmathematische Annahmen wie Diskontierungszinssätze, erwartete Gehaltssteigerungen, Sterblichkeitsraten und Steigerungsraten für Kosten der Gesundheitsfürsorge. Infolge veränderter Bedingungen können die versicherungsmathematischen Annahmen wesentlich von den tatsächlichen Entwicklungen abweichen und in der Folge zu signifikanten Änderungen der Verpflichtungen im Zusammenhang mit Leistungen an Arbeitnehmer führen.

Zahlungen für beitragsorientierte Versorgungspläne werden bei Fälligkeit als Aufwand erfasst.

Unternehmen der GfK Gruppe sind mitunter Parteien in Rechtsstreitigkeiten. Der Vorstand analysiert regelmäßig aktuelle Informationen zu rechtlichen Risiken. Für wahrscheinliche Verpflichtungen werden Rückstellungen passiviert, bei deren Dotierung auch geschätzte Kosten der rechtlichen Beratung berücksichtigt werden. In diesem Zusammenhang werden die Wahrscheinlichkeit eines ungünstigen Ausgangs aus Sicht der GfK Gruppe und die Möglichkeit, die Höhe der entsprechenden Verpflichtung gegebenenfalls hinreichend verlässlich schätzen zu können, berücksichtigt. Für Zwecke der Beurteilung rechtlicher Risiken setzen die Unternehmen der GfK Gruppe interne und externe Anwälte ein.

Für weitere Verpflichtungen gegenüber Dritten, die zukünftig wahrscheinlich zu einem Ressourcenabfluss führen, aber keine Verbindlichkeiten sind, werden Rückstellungen gebildet, wenn mehr für als gegen das Vorliegen einer gegenwärtigen Verpflichtung spricht und wenn der erwartete Betrag der Inanspruchnahme im Rahmen einer Bandbreite geschätzt werden kann. Innerhalb dieser Bandbreite wird der wahrscheinlichste Betrag angesetzt.

3.28 FINANZVERBINDLICHKEITEN

Die Finanzverbindlichkeiten enthalten verzinsliche Verbindlichkeiten mit Finanzierungscharakter, insbesondere Darlehen von Banken und anderen Darlehensgebern, Verbindlichkeiten aus Finanzierungsleasing sowie andere verzinsliche Verbindlichkeiten.

Die GfK Gruppe bilanziert von Minderheitsgesellschaftern gehaltene Andienungsrechte (Put-Optionen oder Obligationen) sowie variable Kaufpreise im Zusammenhang mit Anteilerwerben als von zukünftigen Ereignissen abhängige Kaufpreisbestandteile, die von zukünftigen Umsätzen und EBITs beeinflusst werden. Die hiervon betroffenen Minderheitsanteile werden nicht als Anteile anderer Gesellschafter ausgewiesen. Die Bewertung der damit in Zusammenhang stehenden lang- bzw. kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten erfolgt grundsätzlich zum beizulegenden Zeitwert. Die Aufzinsung der Zahlungsverpflichtungen wird in den Zinsaufwendungen gezeigt.

Für mögliche Anpassungen der Anschaffungskosten in Abhängigkeit von künftigen Ereignissen, die im Erwerbszeitpunkt als Verbindlichkeiten erfasst werden, werden Wertänderungen von ab dem 1. Januar 2010 eingegangenen Verbindlichkeiten aus Earn-outs und Andienungsrechten von Minderheitsgesellschaftern ergebniswirksam im sonstigen Finanzergebnis ausgewiesen. In der Kapitalflussrechnung erfolgt die Korrektur des daraus entstehenden Ergebnisses im Posten „Sonstige zahlungsunwirksame Erträge/Aufwendungen“ innerhalb des Cashflows aus laufender Geschäftstätigkeit.

3.29 VERBINDLICHKEITEN AUS LIEFERUNGEN UND LEISTUNGEN, SONSTIGE VERBINDLICHKEITEN

Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie die sonstigen Verbindlichkeiten werden mit dem Rückzahlungsbetrag angesetzt. Verpflichtungen aus ausstehenden Rechnungen werden unter den Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen ausgewiesen.

3.30 VERPFLICHTUNGEN AUS AUFTRÄGEN IN BEARBEITUNG

Der Passivposten „Verpflichtungen aus Aufträgen in Bearbeitung“ umfasst erhaltene Anzahlungen sowie abgegrenzte Beträge aus der Umsatzbewertung. In diesem Posten werden abgegrenzte Umsätze ausgewiesen, die aus vertraglich vereinbarten Voraus- oder Anzahlungsrechnungen entstanden sind, jedoch gemäß den oben beschriebenen Methoden der Umsatzrealisierung noch nicht als Umsatz vereinnahmt werden können.

3.31 ÜBERSICHT ÜBER DIE ANGEWANDTEN BEWERTUNGSGRUNDSÄTZE

Der folgenden Tabelle können die wichtigsten Bewertungsgrundsätze entnommen werden, die bei der Erstellung des Konzernabschlusses der GfK Gruppe Anwendung finden.

AKTIVA	
Geschäfts- oder Firmenwerte	Impairment-only-Ansatz
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	
mit bestimmter Nutzungsdauer	Fortgeführte Anschaffungs- oder Herstellungskosten
mit unbestimmter Nutzungsdauer	Impairment-only-Ansatz
Sachanlagen	Fortgeführte Anschaffungs- oder Herstellungskosten
Finanzanlagen	
Anteile an verbundenen Unternehmen, sonstige Beteiligungen	Anschaffungskosten
Ausleihungen und langfristige Festgelder	Fortgeführte Anschaffungskosten
Zu Handelszwecken gehalten	Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert
Zur Veräußerung verfügbare sonstige Wertpapiere	Erfolgsneutral zum beizulegenden Zeitwert
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Forderungen	Fortgeführte Anschaffungskosten
Finanzielle sonstige Vermögenswerte	
Derivative Finanzinstrumente mit Hedge-Beziehung	Erfolgsneutral zum beizulegenden Zeitwert
Derivative Finanzinstrumente ohne Hedge-Beziehung	Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert
Übrige finanzielle sonstige Vermögenswerte	Fortgeführte Anschaffungskosten
Nicht finanzielle sonstige Vermögenswerte	Fortgeführte Anschaffungskosten
Kurzfristige Wertpapiere und Festgelder	Fortgeführte Anschaffungskosten
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	Fortgeführte Anschaffungskosten

PASSIVA	
Rückstellungen	
Pensionsrückstellungen	Anwartschaftsbarwertverfahren
Sonstige Rückstellungen	Abgezinster Erfüllungsbetrag mit höchster Eintrittswahrscheinlichkeit
Verzinsliche Finanzverbindlichkeiten	
Verbindlichkeiten aus Finance Lease	Fortgeführter Barwert der Mindestleasingzahlungen
Von zukünftigen Ereignissen abhängige Kaufpreisverpflichtungen	Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert
Sonstige verzinsliche Finanzverbindlichkeiten	Fortgeführte Anschaffungskosten
Finanzielles sonstiges Fremdkapital	
Derivative Finanzinstrumente mit Hedge-Beziehung	Erfolgsneutral zum beizulegenden Zeitwert
Derivative Finanzinstrumente ohne Hedge-Beziehung	Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert
Übriges finanzielles sonstiges Fremdkapital	Fortgeführte Anschaffungskosten
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	
	Fortgeführte Anschaffungskosten
Verpflichtungen aus Aufträgen in Bearbeitung	
	Fortgeführte Anschaffungskosten
Nicht finanzielles sonstiges Fremdkapital	
	Fortgeführte Anschaffungskosten

3.32 KONZERN-KAPITALFLUSSRECHNUNG

Die Kapitalflussrechnung stellt anhand von Zahlungsströmen aus laufender Geschäftstätigkeit, aus der Investitionstätigkeit und aus der Finanzierungstätigkeit die Veränderung des Bilanzpostens „Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente“ dar.

Dabei wird der Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit indirekt anhand von Veränderungen der Bilanzposten ermittelt. Sie werden um Effekte aus der Währungsumrechnung und aus Änderungen des Konsolidierungskreises bereinigt. Daraus folgt, dass eine Abstimmung der Veränderungen von Bilanzposten aus der Konzern-Kapitalflussrechnung mit den rechnerischen Veränderungen aus der Konzernbilanz, mit dem Anlagenspiegel oder mit sonstigen Angaben im Konzernanhang nur eingeschränkt möglich ist.

3.33 SCHÄTZUNGEN

Die Erstellung des Konzernabschlusses der GfK Gruppe nach IFRS erfordert die Verwendung von Annahmen und die Vornahme von Schätzungen. Einige dieser Schätzungen betreffen Sachverhalte, denen eine Unsicherheit immanent ist und die Veränderungen unterliegen können. Diese Schätzungen und Annahmen wurden vom Vorstand unter Berücksichtigung aller bekannten Tatsachen nach bestem Wissen vorgenommen, um ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage zu vermitteln. Dennoch können die tatsächlichen Beträge der Vermögenswerte und Schulden sowie die Eventualverbindlichkeiten am Bilanzstichtag ebenso wie die Aufwendungen und Erträge des Geschäftsjahres davon abweichen.

Schätzungen finden Anwendung bei der Umsatzrealisierung nach der Percentage-of-Completion-Methode, im Zusammenhang mit dem Wertberichtigungsbedarf für zweifelhafte Forderungen und bei der Durchführung des Impairment-Tests für

den Geschäfts- oder Firmenwert sowie für andere immaterielle Vermögenswerte oder Sachanlagen. Darüber hinaus werden Schätzungen vorgenommen bei der Kaufpreisallokation in der Folge von Unternehmenszusammenschlüssen, bei der Beurteilung der Werthaltigkeit aktiver latenter Steuern und beim Ansatz und der Bewertung von bedingten Kaufpreisverpflichtungen und Rückstellungen. Nähere Erläuterungen zur Art der in diesen Gebieten jeweils notwendigen Schätzungen sowie zur Vornahme der Schätzungen in der GfK Gruppe können der vorstehenden Erläuterung der Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden entnommen werden. Die im Berichtsjahr verwendeten Parameter beim Impairment-Test für immaterielle Vermögenswerte und für die Bewertung der Pensionsrückstellungen sind in diesem Konzernanhang in den Kapiteln 16, „Immaterielle Vermögenswerte“, und 26, „Rückstellungen“, enthalten.

Im Abschnitt „Ausblick“ des Konzernlageberichts werden die wichtigsten Einschätzungen über die zukünftige Entwicklung der GfK Gruppe und ihres wirtschaftlichen Umfelds dargestellt.

4. KONSOLIDIERUNGSKREIS UND WESENTLICHE AKQUISITIONEN

4.1 VOLL KONSOLIDIERTE GESELLSCHAFTEN

Zum 31. Dezember 2016 umfasst der Konsolidierungskreis nach IFRS neben der Muttergesellschaft acht (2015: neun) inländische und 128 (2015: 130) ausländische Tochterunternehmen.

Die Änderungen im Bereich der voll konsolidierten Tochterunternehmen zwischen dem 1. Januar 2016 und dem 31. Dezember 2016 sind in nachfolgender Tabelle dargestellt.

VOLL KONSOLIDIERTE TOCHTERUNTERNEHMEN (Anzahl)				
	1.1.2016	Zugänge	Abgänge	31.12.2016
Inland	9	0	-1	8
Ausland	130	10	-12	128
Gesamt	139	10	-13	136

Zum 4. Februar 2016 wurde die zu diesem Zeitpunkt erworbene 100-Prozent-Beteiligung an der Soluciones Netquest de Investigación, S. L., Barcelona, Spanien, erstkonsolidiert und damit auch ihre Tochtergesellschaften

- › Netquest Iberia, S. L. U., Barcelona, Spanien
- › Netquest Mexicana, S. A. de C. V., Mexiko-Stadt, Mexiko
- › Netquest Brasil Pesquisa de Mercado Ltda., São Paulo, Brasilien
- › Netquest Estudios Cono Sur Ltda., Santiago, Chile
- › Netquest USA Inc., New York, New York, USA
- › Netquest S. A. S., Bogotá, Kolumbien
- › Wakoopa, B. V., Amsterdam, Niederlande

Alle acht Gesellschaften sind im Sektor Consumer Experiences tätig.

Aus der Akquisition resultierte ein Geschäfts- oder Firmenwert in Höhe von 24.960 TEUR, der den Sektor Consumer Experiences betrifft. Der Geschäfts- oder Firmenwert repräsentiert vor allem das Know-how der Mitarbeiter dieser Firmen, das nicht gesondert aktiviert werden kann. Er ist nicht für Steuerzwecke abzugsfähig.

Durch den Erwerb der Netquest Gruppe sollen Synergien für die digitale Ausrichtung der GfK Gruppe auf globaler Ebene entstehen. Im Rahmen des angesprochenen Erwerbsvorgangs wurden bisher nicht bilanzierte immaterielle Vermögenswerte und darauf entfallende latente Steuern in Höhe von per Saldo 9.060 TEUR aufgedeckt. Hierbei handelt es sich insbesondere um den Kundenstamm, Panels und Software. Die vorläufige Kaufpreisallokation zum 30. Juni 2016 wurde zum 31. Dezember 2016 finalisiert.

	Vor Zusammenschluss	Zum Erwerbszeitpunkt
Langfristige Vermögenswerte	7.251	19.368
Kurzfristige Vermögenswerte	4.576	4.576
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	779	779
Langfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen	2.472	5.529
Kurzfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen	9.139	9.139

Zum Konzernumsatz der GfK Gruppe im Geschäftsjahr 2016 haben diese Gesellschaften mit 14.942 TEUR beigetragen. Das kumulierte Ergebnis dieser Gesellschaften für die Zeit ihrer Zugehörigkeit zur GfK Gruppe beträgt –2.088 TEUR.

Für den Zeitraum vom 1. Januar 2016 bis zum Zeitpunkt der erstmaligen Konsolidierung am 4. Februar 2016 erzielten die genannten Gesellschaften Umsatzerlöse in Höhe von 2.185 TEUR und ein Ergebnis von –910 TEUR.

Die im Sektor Consumer Choices tätige und im Vorjahr gegründete Gesellschaft GfK Retail and Technology Belgium N.V., Leuven, Belgien, wurde zum 1. Januar 2016 erstkonsolidiert. Darüber hinaus wurde die ebenfalls im Vorjahr gegründete GfK Netherlands B.V., Utrecht, Niederlande, zum 1. Januar 2016 erstkonsolidiert. Sie ist in den Sektoren Consumer Choices und Consumer Experiences tätig. Auf diese Gesellschaft wurden zum 1. Januar 2016 die im Sektor Consumer Experiences tätige GfK Panelservices Benelux B.V., Dongen, Niederlande, und die in den Sektoren Consumer Choices und Consumer Experiences tätige GfK Intomart B.V., Hilversum, Niederlande, verschmolzen. Die Adimark S.A., Providencia, Santiago, Chile, wurde zum 31. Juli 2016 auf die GfK Adimark Chile S.A., Providencia, Santiago, Chile, verschmolzen. Diese konzerninternen Verschmelzungen dienten ausschließlich der Vereinfachung der Konzernstruktur und haben keine wesentliche unmittelbare wirtschaftliche Auswirkung.

Zum 30. April 2016 hat die GfK Gruppe die Veräußerung des Marktforschungsgeschäfts im Bereich Pflanzenschutz und Tiergesundheit abgeschlossen, was den Verkauf der Gesellschaften GfK Kynetec Group Limited, St Peter Port, Guernsey, Großbritannien, GfK Kynetec Limited, London, Großbritannien, und GfK Kynetec France SAS, Saint-Aubin, Frankreich, (Share Deals) sowie einige Asset Deals eingeschlossen hat. Das veräußerte Geschäft war dem Sektor Consumer Choices zugeordnet. Die genannten Gesellschaften wurden zum 30. April 2016 entkonsolidiert. Dabei entstand ein Ertrag in Höhe von 5.092 TEUR, der in den sonstigen betrieblichen Erträgen ausgewiesen wird.

Zum 31. Dezember 2015 waren im Zusammenhang mit dem geplanten Verkauf des Bereichs Pflanzenschutz und Tiergesundheit langfristige Vermögenswerte in Höhe von 24.462 TEUR, kurzfristige Vermögenswerte in Höhe von 11.267 TEUR und Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente in Höhe von 523 TEUR in die zur Veräußerung bestimmten Vermögenswerte umgliedert worden. Die zur Veräußerung bestimmten Schulden betragen 7.034 TEUR.

Am 3. Oktober 2016 wurden alle Anteile an der Genius Digital Ltd, London, Großbritannien, im Rahmen eines Management Buy-outs verkauft. Die Gesellschaft, die im Sektor Consumer Choices tätig war, wurde auf diesen Termin entkonsolidiert. Dabei entstand ein Aufwand in Höhe von 4.351 TEUR, der in den sonstigen betrieblichen Aufwendungen ausgewiesen wird.

Im Rahmen dieser Veräußerungsvorgänge wurden folgende Vermögenswerte und Schulden übertragen:

	Verkauf Bereich Pflanzenschutz und Tiergesundheit	Verkauf Genius Digital Ltd	Summe
Langfristige Vermögenswerte	21.744	1.703	23.447
Kurzfristige Vermögenswerte	8.341	3.400	11.741
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	2.169	0	2.169
Langfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen	8.798	790	9.588
Kurzfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen	3.454	113	3.567

Der erzielte Kaufpreis betrug 20.235 TEUR. Er wurde vollständig durch Zahlungsmittel geleistet.

Alle Anteile an der NOP Global Limited, London, Großbritannien, wurden zum 3. Juni 2016 verkauft; die Gesellschaft wurde daher zu diesem Datum entkonsolidiert. Dabei wurden keine Vermögenswerte und Schulden übertragen.

Die am 19. Januar 2016 liquidierte Gesellschaft NOP World Limited, London, Großbritannien, wurde rückwirkend zum 1. Januar 2016 entkonsolidiert. Am 24. September 2016 wurden die GfK Blue Moon Research and Planning Pty. Limited und die GfK Blue Moon Quantitative Research Pty. Limited, beide in St Leonards, Australien, liquidiert und daher entkonsolidiert. Die IFR Monitoring USA Inc., Niagara Falls, New York, USA, wurde zum 31. Dezember 2016 liquidiert und gleichzeitig entkonsolidiert.

Darüber hinaus wurde die GfK Beteiligungsgesellschaft mbH, Nürnberg, zum 1. Januar 2016 entkonsolidiert, da sie für die Lage des Konzerns nicht wesentlich ist.

4.2 GESELLSCHAFTEN VON UNTERGEORDNETER BEDEUTUNG

Im Berichtsjahr bezog die GfK Gruppe 26 (2015: 29) Gesellschaften aufgrund ihrer untergeordneten Bedeutung für die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns nicht in den Konzernabschluss ein.

Insgesamt sind jeweils der externe Umsatz, das Jahresergebnis, die Bilanzsumme und die Cashflows dieser Gesellschaften im Vergleich zu den entsprechenden Werten des Konzernabschlusses wie im Vorjahr von untergeordneter Bedeutung.

4.3 ASSOZIIERTE UNTERNEHMEN

Im Konzernabschluss zum 31. Dezember 2016 sind Anteile an sieben (2015: zehn) assoziierten Unternehmen bilanziert, darunter kein inländisches (2015: ein inländisches).

Die Beteiligung an der YouEye Inc., Mountain View, Kalifornien, USA, wurde am 22. Februar 2016 verkauft.

Die Beteiligung an der USEEDS GmbH, Berlin, wurde am 9. März 2016 verkauft.

Die Beteiligung an der St. Mamet Saisie Informatique (SMSI) S.A. R.L., Saint Mamet la Salvetat, Frankreich, wurde am 5. Juli 2016 verkauft.

4.4 SONSTIGE BETEILIGUNGEN

Die Anzahl der sonstigen Beteiligungen sank von vier auf drei durch den Verkauf der Beteiligung an der Qosmos SA, Amiens, Frankreich. Daraus entstand ein Ertrag in Höhe von 5.813 TEUR, der im sonstigen Beteiligungsergebnis ausgewiesen wird.

5. UMSATZERLÖSE

Die Umsatzerlöse lassen sich wie folgt nach ihrer Art aufgliedern:

	2015	2016
Umsatzerlöse mit Dritten	1.537.528	1.479.344
Umsatzerlöse mit Gruppenunternehmen	3.206	2.077
Umsatzerlöse mit nahestehenden Personen und Gruppen	2.692	2.393
Umsatzerlöse	1.543.426	1.483.814

Die Aufgliederung der Umsatzerlöse nach Sektoren und nach Regionen wird in der Segmentberichterstattung in Kapitel 34 dargestellt.

6. UMSATZKOSTEN

Die Aufgliederung der Umsatzkosten ist der nachfolgenden Tabelle zu entnehmen.

	2015	2016
Personalkosten	537.941	529.773
Sonstige Umsatzkosten	461.125	438.635
Abschreibungen und Wertminderungen	39.498	64.764
Umsatzkosten von Gruppenunternehmen	6.252	4.635
Umsatzkosten (vor Forschungs- und Entwicklungskosten)	1.044.816	1.037.807
Forschungs- und Entwicklungskosten	17.118	21.287
Umsatzkosten (inkl. Forschungs- und Entwicklungskosten)	1.061.934	1.059.094

Die sonstigen Umsatzkosten beinhalten ganz überwiegend bezogene Leistungen.

7. VERTRIEBS- UND ALLGEMEINE VERWALTUNGSKOSTEN

Die Vertriebs- und allgemeinen Verwaltungskosten setzen sich wie folgt zusammen:

	2015	2016
Personalkosten	198.889	193.770
Sonstige Vertriebs- und allgemeine Verwaltungskosten	81.219	73.354
Abschreibungen und Wertminderungen	22.118	29.328
Vertriebs- und allgemeine Verwaltungskosten von Gruppenunternehmen	3	20
Vertriebs- und allgemeine Verwaltungskosten	302.229	296.472

Die Abschreibungen und Wertminderungen enthalten neben den Abschreibungen und Wertminderungen auf sonstige immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen auch Wertberichtigungen auf operative Forderungen.

Die sonstigen Vertriebs- und allgemeinen Verwaltungskosten setzen sich überwiegend aus Mietaufwand, Kosten für Beratung und andere externe Dienstleistungen, Reisekosten, Kosten der Telekommunikation, Datenübertragung und -verarbeitung sowie Wartungsaufwand zusammen.

8. SONSTIGE BETRIEBLICHE ERTRÄGE

Die sonstigen betrieblichen Erträge beinhalten die in der folgenden Tabelle aufgeführten Positionen.

	2015	2016
Ertrag aus der Entkonsolidierung	0	5.092
Währungsgewinne	2.306	4.528
Wertaufholungen	0	783
Übrige	17.507	5.982
Sonstige betriebliche Erträge	19.813	16.385

Die Währungsgewinne beinhalten hauptsächlich Gewinne aus Fremdwährungsgeschäften in US-Dollar und britischen Pfund sowie japanischen Yen.

Der Ertrag aus der Entkonsolidierung entstand aus dem Verkauf des Marktforschungsgeschäfts im Bereich Pflanzenschutz und Tiergesundheit.

Die übrigen sonstigen betrieblichen Erträge enthalten den Gewinn aus dem Verkauf des Print Centers in der Schweiz und der Beteiligung an der USEEDS GmbH, Berlin, in Höhe von insgesamt 1.252 TEUR. Darüber hinaus umfasst diese Position überwiegend Erträge aus der Vermietung von Immobilien und aus Weiterverrechnungen. Im Vorjahr war darin ein Ertrag aus der Auflösung der Überkreuzbeteiligung mit The NPD Group, Inc., USA, enthalten.

9. SONSTIGE BETRIEBLICHE AUFWENDUNGEN

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen beinhalten die in der folgenden Tabelle aufgeführten Positionen, die nicht den Funktionskosten zuordenbar sind.

	2015	2016
Wertminderung auf Geschäfts- oder Firmenwerte	39.418	136.942
Personalkosten	14.504	21.050
Aufwand aus der Entkonsolidierung	0	4.351
Währungsverluste	4.545	4.187
Abschreibungen und sonstige Wertminderungen	24.376	3.541
Übrige	12.082	29.794
Sonstige betriebliche Aufwendungen	94.925	199.865

Die Wertminderung auf Geschäfts- oder Firmenwerte in Höhe von 136.942 TEUR (2015: 39.418 TEUR) ergab sich infolge einer Neueinschätzung der Wachstumsaussichten im Sektor Consumer Experiences.

Die Personalkosten betreffen vorwiegend Abfindungen im Zusammenhang mit Stellen, die aufgrund einer Neustrukturierung als Folge der neuen strategischen Ausrichtung der betreffenden Bereiche nicht wieder besetzt wurden (14.371 TEUR; 2015: 13.897 TEUR).

Die Währungsverluste enthalten hauptsächlich Verluste aus Fremdwährungstransaktionen von Gesellschaften mit dem Euro als funktionaler Währung in US-Dollar, japanischen Yen, britischen Pfund und Singapur-Dollar sowie aus Fremdwährungsgeschäften von Gesellschaften, deren funktionale Währung nicht der Euro ist, in Euro, US-Dollar und britischen Pfund.

Die Abschreibungen und sonstigen Wertminderungen beinhalten außerplanmäßige Abschreibungen im Zusammenhang mit dem Media-Measurement-Geschäft in Höhe von 2.448 TEUR (2015: 0 TEUR). Im Vorjahr resultierten Sonderabschreibungen in Höhe von 20.034 TEUR aus der Aufgabe von Produktneuentwicklungen sowie von einzelnen Modulen einer Analyse- und Produktionsplattform.

In den übrigen sonstigen betrieblichen Aufwendungen sind weitere 11.114 TEUR (2015: 0 TEUR) für Beratungskosten und die Risikovorsorge für das Media-Measurement-Geschäft enthalten. Des Weiteren werden Aufwendungen im Zusammenhang mit der Anteilseignerstruktur in Höhe von 6.225 TEUR (2015: 0 TEUR) hier ausgewiesen. Darüber hinaus umfassen die übrigen sonstigen betrieblichen Aufwendungen Kosten, die mit Mietverträgen bzw. Umzügen zusammenhängen (3.848 TEUR; 2015: 4.447 TEUR), sowie Aufwendungen aus Unternehmenskäufen, -verkäufen und Übernahmetransaktionen (3.943 TEUR; 2015: 3.164 TEUR). Die Aufwendungen im Zusammenhang mit den im Jahr 2012 aufgetretenen Unregelmäßigkeiten bei der GfK Arastirma Hizmetleri A. S., Istanbul, Türkei, in Höhe von 17 TEUR (2015: 1.349 TEUR) spielen nur noch eine untergeordnete Rolle.

10. PERSONALAUFWENDUNGEN

Die Aufwandsposten der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung enthalten die in nachstehender Tabelle dargestellten Personalaufwendungen.

	2015	2016
Löhne und Gehälter	646.255	638.189
Sozialabgaben	96.112	99.708
Aufwand für Altersversorgung	23.487	24.743
Personalaufwendungen	765.854	762.640

11. ANGEPASSTES OPERATIVES ERGEBNIS

Das angepasste operative Ergebnis ist die interne Steuerungsgröße der GfK Gruppe, die im Konzernlagebericht ausführlich erläutert wird. Es wird wie folgt ermittelt:

	2015	2016
Operatives Ergebnis	104.151	-55.232
Abschreibungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte	39.418	136.942
Zu- und Abschreibungen auf aufgedeckte stille Reserven aus der Kaufpreisallokation	4.314	16.536
Erträge und Aufwendungen aus Unternehmenskäufen und Übernahmetransaktionen	-8.655	4.667
Erträge und Aufwendungen aus Reorganisations- und Optimierungsprojekten	22.772	22.096
Personalaufwendungen aus anteilsbasierter Vergütung	1.896	7.358
Ergebnis aus der Währungsumrechnung	2.240	-341
Aufwendungen aus Rechtsstreitigkeiten, Compliance-Fällen und nicht fortgeführten Projekten	22.924	16.851
Sonstige hervorgehobene Posten	-1.481	6.416
Angepasstes operatives Ergebnis	187.579	155.293

11.1 ZU- UND ABSCHREIBUNGEN AUF AUFGEDECKTE STILLE RESERVEN AUS DER KAUFPREISALLOKATION

Die Zusammensetzung der Zu- und Abschreibungen auf aufgedeckte stille Reserven aus der Kaufpreisallokation sowie ihre Verteilung auf die Posten der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung sind in der folgenden Tabelle dargestellt.

	2015	2016
Abschreibungen		
Umsatzkosten	1.171	1.233
Vertriebs- und allgemeine Verwaltungskosten	3.731	3.888
Wertminderungen		
Umsatzkosten	919	5.570
Vertriebs- und allgemeine Verwaltungskosten	1.208	6.590
Sonstige betriebliche Aufwendungen	1.288	271
Wertaufholungen		
Umsatzkosten	-3.131	-238
Vertriebs- und allgemeine Verwaltungskosten	-872	0
Sonstige betriebliche Erträge	0	-778
Zu- und Abschreibungen auf aufgedeckte stille Reserven aus der Kaufpreisallokation	4.314	16.536

Weitere Erläuterungen hierzu können Kapitel 16.6, „Abschreibungen, Wertminderungen und Wertaufholungen auf immaterielle Vermögenswerte“, entnommen werden.

11.2 ERTRÄGE UND AUFWENDUNGEN AUS REORGANISATIONS- UND OPTIMIERUNGSPROJEKTEN

Die Erträge und Aufwendungen aus Reorganisations- und Optimierungsprojekten betreffen im Wesentlichen Aufwendungen für Abfindungen im Rahmen von Reorganisationsprojekten in Höhe von 14.371 TEUR (2015: 13.897 TEUR). Darüber hinaus werden hier Aufwendungen in Höhe von 2.644 TEUR (2015: 3.397 TEUR) für das weltweite Standardisierungsprojekt REACH ausgewiesen.

11.3 PERSONALAUFWENDUNGEN AUS ANTEILSBASIERTER VERGÜTUNG

Seit dem Geschäftsjahr 2010 gilt für die Mitglieder des Vorstands der GfK SE und seit dem Geschäftsjahr 2012 für ausgewählte Führungskräfte der GfK Gruppe ein Long-Term-Incentive-Programm, das in Kapitel 3.17, „Long-Term-Incentive-Programme für Mitarbeiter und Führungskräfte der GfK Gruppe“, näher beschrieben wird. Die nachfolgende Tabelle zeigt die Stückzahl, die Laufzeit und den Wert der im Rahmen dieses Long-Term-Incentive-Programms gewährten virtuellen Aktien.

Tranche	2	3	4	5	6	7
Jahr der Gewährung	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Jahr der Auszahlung	2015	2016	2017	2018	2019 ¹⁾	2020 ¹⁾
Anzahl gewährter virtueller Aktien (Stück)	4.658	27.074	45.516	43.751	118.383	128.585
Zeitwert einer virtuellen Aktie bei Gewährung in Euro	34,64	30,70	37,08	41,61	33,66	33,82
Zeitwert einer virtuellen Aktie in Euro	43,39	43,39	43,39	43,39	43,39	43,39

¹⁾ Für die Hälfte der an den Vorstand gewährten virtuellen Aktien erfolgt die Auszahlung zwei Jahre später.

Für das Programm sind im Geschäftsjahr insgesamt Aufwendungen in Höhe von 7.358 TEUR (2015: 1.896 TEUR) angefallen. Der Anstieg im Vergleich zum Vorjahr resultiert überwiegend aus dem Ausscheiden eines Vorstandsmitglieds und aus dem Anstieg des Aktienkurses der GfK-Aktie aufgrund des öffentlichen Übernahmeangebots durch Acceleratio Capital N.V., Amsterdam, Niederlande. Nähere Informationen hierzu finden sich in Kapitel 36, „Ereignisse nach dem Bilanzstichtag“, in diesem Konzernanhang.

11.4 AUFWENDUNGEN AUS RECHTS-STREITIGKEITEN, COMPLIANCE-FÄLLEN UND NICHT FORTGEFÜHRTEN PROJEKTEN

Der hervorgehobene Posten „Aufwendungen aus Rechtsstreitigkeiten, Compliance-Fällen und nicht fortgeführten Projekten“ wurde aus Gründen der Klarheit im Berichtsjahr eingeführt. Die darin enthaltenen Sachverhalte haben zusammen mit den nachfolgend beschriebenen „sonstigen hervorgehobenen Posten“ bisher den Posten „Erträge und Aufwendungen aus Einmaleffekten und anderen außergewöhnlichen Sachverhalten“ gebildet. Durch die neue Gliederung wurde lediglich eine Konkretisierung der Ableitung des angepassten operativen Ergebnisses vorgenommen, nicht aber eine Veränderung dieser Kennzahl selbst.

Der Posten beinhaltet die Risikoversorge für das Media-Measurement-Geschäft in Höhe von 13.562 TEUR (2015: 0 TEUR). Im Vorjahr waren darin die Aufwendungen im Zusammenhang mit der Einstellung der netzwerkbasierter Entwicklungstätigkeiten im Bereich Mobile Insight/Location Insight sowie zweier Module der digitalen Analyse- und Produktionsplattform CPIMS/NEO in Höhe von 20.034 TEUR enthalten; im Berichtsjahr fielen hierfür lediglich 190 TEUR an.

Für Arbeitsgerichtsprozesse und daraus resultierende Sozialversicherungsrisiken sind im Geschäftsjahr insgesamt Aufwendungen in Höhe von 2.122 TEUR (2015: 226 TEUR) angefallen.

Die aus den Unregelmäßigkeiten bei der GfK Arastirma Hizmetleri A. S., Istanbul, Türkei, resultierenden Aufwendungen beliefen sich für das Jahr 2016 auf 17 TEUR (2015: 1.349 TEUR).

11.5 SONSTIGE HERVORGEHOBENE POSTEN

In den sonstigen hervorgehobenen Posten sind Aufwendungen im Zusammenhang mit der Anteilseignerstruktur in Höhe von 6.225 TEUR (2015: 0 TEUR) enthalten.

Durch den Verkauf einer Immobilie der GfK Switzerland AG, Hergiswil, Schweiz, fielen im Jahr 2015 Erträge von insgesamt 1.102 TEUR (2016: 0 TEUR) an.

12. SONSTIGE FINANZERTRÄGE

Die sonstigen Finanzerträge setzen sich wie folgt zusammen:

	2015	2016
Zinsen und ähnliche Erträge von Banken	897	659
Sonstige Zinserträge	1.277	1.053
Zinserträge	2.174	1.712
Währungskursbedingte Finanzerträge	24.275	22.998
Übrige sonstige Finanzerträge	3.718	50
Sonstige Finanzerträge	30.167	24.760

Die währungskursbedingten Finanzerträge beinhalten hauptsächlich Währungsgewinne aus Finanzanlagen, Finanzforderungen und Finanzverbindlichkeiten, Bankguthaben in Fremdwährung sowie Erträge aus Währungssicherungsgeschäften. Diese Beträge und ihre Entwicklung sind im Zusammenhang mit den korrespondierenden Währungsverlusten in den sonstigen Finanzaufwendungen zu sehen.

Aus der ergebniswirksamen Bewertungsanpassung von Kaufpreisverpflichtungen für den Erwerb von Beteiligungen beziehungsweise Vermögenswerten (Put-Optionen oder Obligationen), die in den übrigen sonstigen Finanzerträgen enthalten ist, fielen lediglich 50 TEUR an (2015: 3.681 TEUR).

13. SONSTIGE FINANZ-AUFWENDUNGEN

Die sonstigen Finanzaufwendungen setzen sich wie folgt zusammen:

	2015	2016
Zinsen und ähnliche Aufwendungen an Banken	5.272	7.445
Sonstige Zinsaufwendungen	13.456	6.684
Zinsaufwendungen	18.728	14.129
Währungskursbedingte Finanzaufwendungen	26.678	21.875
Übrige sonstige Finanzaufwendungen	3.026	1.435
Sonstige Finanzaufwendungen	48.432	37.439

Die Festzinsanleihe über 186 Millionen Euro, die am 1. April 2011 begeben und mit einem Kupon in Höhe von 5 Prozent ausgestattet worden war, wurde am 14. April 2016 zurückbezahlt. Die bis zum 14. April 2016 angefallenen Zinsaufwendungen in Höhe von 2.226 TEUR (2015: 10.100 TEUR) sind in den sonstigen Zinsaufwendungen enthalten. Darüber hinaus werden in den sonstigen Zinsaufwendungen 1.090 TEUR (2015: 1.120 TEUR) Zinsaufwendungen für zukünftige Kaufpreisverbindlichkeiten aus dem Erwerb von Beteiligungen ausgewiesen.

In den währungskursbedingten Finanzaufwendungen sind im Wesentlichen Währungsverluste aus Finanzanlagen, Finanzforderungen und -verbindlichkeiten sowie aus in Fremdwährung geführten Bankkonten und Aufwendungen aus Währungssicherungsgeschäften enthalten. Diese Beträge und ihre Entwicklung sind im Zusammenhang mit den korrespondierenden Währungsgewinnen in den sonstigen Finanzerträgen zu sehen.

Weitere Informationen zum Einsatz derivativer Finanzinstrumente können Kapitel 29, „Finanzinstrumente“, und Kapitel 30, „Risikomanagement von Markt-, Kredit- und Liquiditätsrisiken“, entnommen werden.

14. STEUERN AUF DAS ERGEBNIS AUS LAUFENDER GESCHÄFTS- TÄTIGKEIT

Die Ertragsteuern setzen sich wie folgt zusammen:

	2015	2016
Tatsächlicher Steueraufwand	42.320	49.686
Latenter Steueraufwand	4.843	24.021
Steueraufwand	47.163	73.707

Der tatsächliche Steueraufwand enthält neben den Ertragsteuern für das laufende Jahr in Höhe von 44.314 TEUR (2015: 44.760 TEUR) Steueraufwendungen für Vorjahre in Höhe von 6.988 TEUR (2015: Steuerertrag 1.139 TEUR) sowie Steuererträge aus der Geltendmachung von Verlustvorträgen in Vorjahren in Höhe von 1.616 TEUR (2015: 1.301 TEUR).

Der latente Steueraufwand resultiert in Höhe von 7.357 TEUR (2015: 6.356 TEUR) aus der Veränderung von Verlustvorträgen aus laufenden steuerlichen Ergebnissen. Im Berichtsjahr wirkten sich zudem latente Steueraufwendungen aus der Anpassung aktiver latenter Steuern aus Vorjahren in Höhe von 8.588 TEUR (2015: 156 TEUR) sowie aus der Reduktion aktiver latenter Steuern auf Zinsvorträge aufgrund der Neueinschätzung ihrer Werthaltigkeit in Höhe von 8.696 TEUR (2015: 0 TEUR) aus.

Der Steuersatz der GfK SE und ihrer Organgesellschaften setzt sich aus dem Körperschaftsteuersatz von 15 Prozent zuzüglich des Solidaritätszuschlags von 5,5 Prozent auf die festgesetzte Körperschaftsteuer sowie einem effektiven Gewerbesteuersatz von 15,645 Prozent zusammen. Daraus ergab sich zum 31. Dezember 2016 unverändert ein Gesamtsteuersatz in Höhe von 31,47 Prozent. Bei den ausländischen Gesellschaften wurden für die Berechnung der laufenden und latenten Steuern die jeweils länderspezifischen Steuersätze verwendet.

Die nachfolgende Tabelle enthält eine Überleitung vom erwarteten Ertragsteueraufwand unter Zugrundelegung des Gesamtsteuersatzes der GfK SE auf den im Konzern ausgewiesenen Ertragsteueraufwand:

	2015	2016
Ergebnis aus laufender Geschäftstätigkeit	87.892	-62.752
Gesamtsteuersatz der GfK SE	31,47 %	31,47 %
Erwarteter Steueraufwand	27.659	-19.746
Steuersatzunterschiede	1.019	-916
Abschreibungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte	12.405	43.096
Nicht abzugsfähige Aufwendungen	8.228	15.263
Steuerfreie Erträge	-4.429	-8.965
Anpassung der latenten Steuer aufgrund von Steuersatzänderungen	-1.435	-873
Veränderung der nicht angesetzten aktiven latenten Steuern	-693	25.956
Ertragsteuern aus Vorjahren	-976	13.960
Quellensteuern und sonstige ausländische Steuern	2.568	4.942
Sonstiges	2.817	990
Ausgewiesener Steueraufwand	47.163	73.707

Die latenten Steuern sind in der Konzernbilanz wie folgt ausgewiesen:

	31.12.2015	31.12.2016
Aktive latente Steuern	43.578	30.102
Passive latente Steuern	-86.373	-96.817
Nettobetrag der passiven latenten Steuern	-42.795	-66.715

Die Veränderung des Nettobetrags der latenten Steuern stellt sich wie folgt dar:

	2015	2016
Saldo der passiven latenten Steuern zum 1. Januar	-34.149	-42.795
Veränderung Konsolidierungskreis	-469	238
Umgliederung latenter Steuern auf die Position zur Veräußerung bestimmte Vermögenswerte und Schulden	-115	0
Latente Steueraufwendungen (-)/-erträge (+) erfolgswirksam	-4.843	-24.021
Veränderung erfolgsneutral erfasster latenter Steuern aufgrund der Neubewertungen der leistungsorientierten Pensionszusagen	58	1.718
Veränderung erfolgsneutral erfasster latenter Steuern aus sonstigen Sachverhalten	2.024	-190
Wechselkurseffekte und sonstige Änderungen	-5.301	-1.665
Saldo der passiven latenten Steuern zum 31. Dezember	-42.795	-66.715

Die angesetzten aktiven und passiven latenten Steuern setzen sich wie folgt zusammen:

	31.12.2015		31.12.2016	
	Aktive latente Steuern	Passive latente Steuern	Aktive latente Steuern	Passive latente Steuern
Geschäfts- oder Firmenwerte	508	-46.032	272	-54.818
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	1.236	-75.628	791	-73.532
Sachanlagen	1.852	-2.190	687	-1.482
Finanzielle Vermögenswerte	1.512	-7.206	1.989	-885
Forderungen und sonstige Vermögenswerte	1.582	-12.673	4.165	-17.133
Langfristiges Fremdkapital	14.535	-448	17.718	-1.103
Kurzfristiges Fremdkapital	25.115	-1.338	25.255	-1.451
Summe temporäre Differenzen	46.340	-145.515	50.877	-150.404
Verlustvorträge	43.031		30.490	
Zinsvorträge	12.032		0	
Steuervergünstigungen	1.317		2.322	
Latente Steuer (vor Saldierung)	102.720	-145.515	83.689	-150.404
Saldierung	-59.142	59.142	-53.587	53.587
Latente Steuer gemäß Bilanz	43.578	-86.373	30.102	-96.817
Netto-Betrag der passiven latenten Steuern		-42.795		-66.715

Zum Abschlussstichtag hat der Konzern körperschaftsteuerliche Verlustvorträge in Höhe von 207.881 TEUR (31. Dezember 2015: 201.542 TEUR) und Verlustvorträge für sonstige Ertragsteuern auf lokaler Ebene von 26.644 TEUR (31. Dezember 2015: 56.000 TEUR). Bei Gesellschaften, die latente Steueransprüche für steuerliche Verlustvorträge angesetzt haben und die sich im Berichtsjahr oder im Vorjahr in einer Verlustsituation befunden haben, wurden aktive latente Steuerüberhänge in Höhe von 5.330 TEUR (31. Dezember 2015 (angepasst): 6.479 TEUR) angesetzt, da eine hinreichende Gewinnerwartung für die Zukunft besteht.

Zur Beurteilung dieser Gewinnerwartung hat der Vorstand vergangene Ertragssituationen wie auch prognostizierte zukünftige Ergebnissituationen, errechnet auf der Grundlage von genehmigten Geschäftsplänen, herangezogen. Darüber hinaus flossen auch Informationen über noch nicht genutzte steuerliche Verluste aus Vorjahren sowie weitere maßgebliche Überlegungen in die Werthaltigkeitsprüfung ein.

Bei den Verlustvorträgen, für die aktive latente Steuern nicht angesetzt wurden, stellen sich die Verfallsdaten wie folgt dar:

	31.12.2015	31.12.2016
Verfall innerhalb der nächsten 5 Jahre	15.942	32.542
Verfall innerhalb von 5 bis 10 Jahren	11.055	2.337
Verfall in mehr als 10 Jahren	344	330
Unbegrenzte Nutzbarkeit	29.069	69.356
Verlustvorträge Körperschaftsteuer	56.410	104.565

	31.12.2015	31.12.2016
Begrenzte Nutzbarkeit	27.252	114
Unbegrenzte Nutzbarkeit	1.647	6.264
Verlustvorträge lokale Steuern	28.899	6.378

Neben den oben genannten nicht angesetzten Verlustvorträgen wurden im Konzern aktive latente Steuern für temporäre Differenzen in Höhe von 20.964 TEUR (31. Dezember 2015: 11.481 TEUR) und Zinsvorträge in Höhe von 36.374 TEUR (31. Dezember 2015: 0 TEUR) bzw. Steuerguthaben in Höhe von 440 TEUR (31. Dezember 2015: 390 TEUR) nicht angesetzt.

Die GfK Gruppe setzt latente Steuern für einbehaltene Gewinne ausländischer Tochtergesellschaften an, soweit diese Gewinne ausschüttungsfähig sind und in absehbarer Zukunft ausgeschüttet werden sollen. Auf diesbezügliche temporäre Differenzen in Höhe von 27.661 TEUR (2015: 17.780 TEUR) wurden mangels Ausschüttungsabsicht keine latenten Steuerverbindlichkeiten abgegrenzt.

Ausschüttungen an Anteilseigner der GfK SE führen nicht zu ertragsteuerlichen Konsequenzen auf Ebene der GfK SE.

15. ERGEBNIS JE AKTIE

Das Ergebnis je Aktie wird wie folgt hergeleitet:

	2015	2016
Den Anteilseignern der Muttergesellschaft zuzurechnendes Konzernergebnis	36.773	-140.555
Gewichteter Durchschnitt ausstehender Aktien (Stück) – nicht verwässert –	36.503.896	36.503.896
Gewichteter Durchschnitt ausstehender Aktien (Stück) – verwässert –	36.503.896	36.503.896
Ergebnis je Aktie in Euro	1,01	-3,85
Ergebnis je Aktie (verwässert) in Euro	1,01	-3,85

Es bestehen keine Sachverhalte, aus denen sich ein Verwässerungseffekt ergeben kann.

16. IMMATERIELLE VERMÖGENSWERTE

Die Entwicklung der immateriellen Vermögenswerte wird in nachfolgender Tabelle gezeigt.

	Geschäfts- oder Firmenwerte	Selbst erstellte immaterielle Vermögenswerte	Übrige immaterielle Vermögenswerte	Summe immaterielle Vermögenswerte
ANSCHAFFUNGS- UND HERSTELLUNGSKOSTEN				
Stand am 1. Januar 2015	995.386	220.248	469.508	1.685.142
Wechselkursänderungen	58.692	-1.626	31.075	88.141
Zugänge aus Unternehmenszusammenschlüssen	4.437	398	3.525	8.360
Sonstige Veränderungen des Konsolidierungskreises	0	0	0	0
Zugänge	0	59.696	8.856	68.552
Abgänge	-1.433	-2.143	-8.437	-12.013
Umgliederung in zur Veräußerung bestimmte Vermögenswerte	-6.907	-7.799	-31.981	-46.687
Umbuchungen	0	458	-279	179
Stand am 31. Dezember 2015	1.050.175	269.232	472.267	1.791.674
Stand am 1. Januar 2016	1.050.175	269.232	472.267	1.791.674
Wechselkursänderungen	-25.197	4.526	4.407	-16.264
Zugänge aus Unternehmenszusammenschlüssen	27.987	10.747	12.354	51.088
Sonstige Veränderungen des Konsolidierungskreises	0	-791	-2.880	-3.671
Zugänge	597	47.804	5.399	53.800
Abgänge	0	-876	-2.253	-3.129
Umbuchungen	0	-522	206	-316
Stand am 31. Dezember 2016	1.053.562	330.120	489.500	1.873.182
KUMULIERTE ABSCHREIBUNGEN				
Stand am 1. Januar 2015	222.677	83.309	339.728	645.714
Wechselkursänderungen	14.173	848	20.885	35.906
Zugänge aus Unternehmenszusammenschlüssen	0	122	1.535	1.657
Sonstige Veränderungen des Konsolidierungskreises	0	0	0	0
Zugänge	0	20.827	16.280	37.107
Abgänge	-96	-2.013	-8.517	-10.626
Umgliederung in zur Veräußerung bestimmte Vermögenswerte	0	-1.990	-22.694	-24.684
Wertminderungen	39.418	20.337	4.889	64.644
Wertaufholungen	0	0	-4.003	-4.003
Umbuchungen	0	220	-54	166
Stand am 31. Dezember 2015	276.172	121.660	348.049	745.881
Stand am 1. Januar 2016	276.172	121.660	348.049	745.881
Wechselkursänderungen	-2.273	1.303	2.901	1.931
Zugänge aus Unternehmenszusammenschlüssen	0	4.844	188	5.032
Sonstige Veränderungen des Konsolidierungskreises	0	-410	-3.027	-3.437
Zugänge	0	30.155	13.117	43.272
Abgänge	0	-881	-2.149	-3.030
Wertminderungen	136.942	9.473	14.028	160.443
Wertaufholungen	0	-5	-1.017	-1.022
Umbuchungen	0	-44	49	5
Stand am 31. Dezember 2016	410.841	166.095	372.139	949.075
BUCHWERTE				
Stand am 1. Januar 2015	772.709	136.939	129.780	1.039.428
Stand am 31. Dezember 2015	774.003	147.572	124.218	1.045.793
Stand am 1. Januar 2016	774.003	147.572	124.218	1.045.793
Stand am 31. Dezember 2016	642.721	164.025	117.361	924.107

Die Zugänge aus Unternehmenszusammenschlüssen bei den Geschäfts- oder Firmenwerten resultieren aus Investitionen und Desinvestitionen in Unternehmen im Berichtsjahr. Nähere Informationen hierzu können Kapitel 4, „Konsolidierungskreis und wesentliche Akquisitionen“, entnommen werden.

16.1 GESCHÄFTS- ODER FIRMENWERTE

Zum Jahresbeginn 2016 betrug der Buchwert der Geschäfts- oder Firmenwerte 774.003 TEUR (2015: 772.709 TEUR); zum Jahresende lag der Buchwert bei 642.721 TEUR. Vom Rückgang der Geschäfts- oder Firmenwerte um 131.282 TEUR (2015: Anstieg um 1.294 TEUR) entfallen 22.924 TEUR (2015: –44.519 TEUR) auf währungskursbedingte Veränderungen und 136.942 TEUR (2015: 39.418 TEUR) auf Wertminderungen der Geschäfts- oder Firmenwerte im Sektor Consumer Experiences. Diesen stehen Zugänge von 597 TEUR (2015: Abgänge von 1.337 TEUR) aus der Neubewertung von Kaufpreisverpflichtungen für Anteilserwerbe entgegen. Aus Investitionen und Desinvestitionen in Unternehmen resultieren Zugänge in Höhe von 27.987 TEUR (2015: Abgänge von 2.470 TEUR).

Die bilanzielle Verringerung der Geschäfts- oder Firmenwerte aufgrund der Wertminderung zu Mittelkursen am Bilanzstichtag beträgt 136.959 TEUR (2015: 39.820 TEUR).

16.2 SELBST ERSTELLTE IMMATERIELLE VERMÖGENSWERTE

Die selbst erstellten immateriellen Vermögenswerte setzen sich wie folgt zusammen:

31.12.2015	Mit begrenzter Nutzungsdauer	Mit unbestimmter Nutzungsdauer	Gesamt
Software	95.482	0	95.482
Aktivierte Panelaufbaukosten	18.368	31.116	49.484
Sonstige	2.606	0	2.606
Selbst erstellte immaterielle Vermögenswerte	116.456	31.116	147.572

31.12.2016	Mit begrenzter Nutzungsdauer	Mit unbestimmter Nutzungsdauer	Gesamt
Software	102.809	0	102.809
Aktivierte Panelaufbaukosten	19.082	39.144	58.226
Sonstige	2.990	0	2.990
Selbst erstellte immaterielle Vermögenswerte	124.881	39.144	164.025

Aktivierte Panelaufbaukosten haben nur dann eine begrenzte Nutzungsdauer, wenn das Panel für einen speziellen, begrenzt laufenden Kundenauftrag erstellt wurde. Ansonsten haben aktivierte Panelaufbaukosten eine unbestimmte Nutzungsdauer.

16.3 ÜBRIGE IMMATERIELLE VERMÖGENSWERTE

Die Zusammensetzung der übrigen immateriellen Vermögenswerte ist in den nachstehenden Tabellen dargestellt.

31.12.2015	Mit begrenzter Nutzungsdauer	Mit unbestimmter Nutzungsdauer	Gesamt
Erworbene Panels	409	64.676	65.085
Kundenstämme	24.547	0	24.547
Marken	0	17.357	17.357
Software	13.590	0	13.590
Studien	0	0	0
Sonstige	3.639	0	3.639
Übrige immaterielle Vermögenswerte	42.185	82.033	124.218

31.12.2016	Mit begrenzter Nutzungsdauer	Mit unbestimmter Nutzungsdauer	Gesamt
Erworbene Panels	205	64.351	64.556
Kundenstämme	19.404	0	19.404
Marken	986	17.898	18.884
Software	10.990	0	10.990
Sonstige	3.527	0	3.527
Übrige immaterielle Vermögenswerte	35.112	82.249	117.361

16.4 IMMATERIELLE VERMÖGENSWERTE MIT UNBESTIMMTER NUTZUNGSDAUER

Die Verteilung der wesentlichen Geschäfts- oder Firmenwerte auf die Zahlungsmittel generierenden Einheiten ist aus der folgenden Tabelle ersichtlich. Darin werden die Geschäfts- oder Firmenwerte derjenigen Zahlungsmittel generierenden Einheiten gesondert dargestellt, deren Geschäfts- oder Firmenwerte mehr als 5 Prozent der gesamten Geschäfts- oder Firmenwerte der GfK Gruppe betragen.

	31.12.2015	31.12.2016
Consumer Experiences	402.079	269.130
davon		
Nordeuropa	228.940	165.281
Nordamerika	78.477	53.302
Zentral Osteuropa/META	41.690	41.969
Sonstige	52.972	8.578
Consumer Choices	371.924	373.591
davon		
Nordeuropa	151.291	150.820
Nordamerika	99.560	101.093
Süd- und Westeuropa	58.690	58.255
Asien und Pazifik	34.646	34.291
Sonstige	27.737	29.132
Geschäfts- oder Firmenwerte	774.003	642.721

Die Wertminderung infolge des Impairment-Tests betrug 136.942 TEUR (2015: 39.418 TEUR). Der Rückgang der Geschäfts- und Firmenwerte um 131.282 TEUR (2015: 1.294 TEUR) resultiert fast ausschließlich aus der im aktuellen Geschäftsjahr vorgenommenen Wertminderung. Diese betraf alle Regionen des Sektors Consumer Experiences mit Ausnahme von Zentral Osteuropa/META.

Die Zuordnung der aktivierten Panelaufbaukosten für selbst erstellte Panels mit unbestimmter Nutzungsdauer zu den Sektoren wird in der nachstehenden Tabelle dargestellt.

	31.12.2015	31.12.2016
Consumer Experiences	19.595	22.294
Consumer Choices	11.521	16.850
Aktivierte Panelaufbaukosten mit unbestimmter Nutzungsdauer	31.116	39.144

Der Anstieg gegenüber dem Vorjahr im Sektor Consumer Choices resultiert unter anderem aus der Erweiterung eines Health-Panels in Deutschland und dem Ausbau eines Konsumgüter-Panels in den USA. Der Anstieg im Sektor Consumer Experiences ist auf den Zugang von Panels bei der neu gekauften Netquest Gruppe zurückzuführen, mit denen die Position in Lateinamerika, Spanien und Portugal gestärkt werden soll.

Die Zuordnung der erworbenen Panels mit unbestimmter Nutzungsdauer zu den Sektoren kann der folgenden Tabelle entnommen werden. Insgesamt ergaben sich gegenüber dem Vorjahr keine wesentlichen Veränderungen.

	31.12.2015	31.12.2016
Consumer Experiences	45.261	44.512
Consumer Choices	19.415	19.839
Erworbene Panels mit unbestimmter Nutzungsdauer	64.676	64.351

Die Marken, die im Rahmen der Kaufpreisallokation identifiziert und aktiviert wurden, haben in der Regel eine unbestimmte Nutzungsdauer. Es handelt sich um etablierte Marken mit einem hohen Bekanntheitsgrad.

Die Zuordnung der Marken mit unbestimmter Nutzungsdauer zu den Sektoren wird in der anschließenden Tabelle dargestellt.

	31.12.2015	31.12.2016
Consumer Experiences	2.575	2.631
Consumer Choices	14.782	15.267
Marken mit unbestimmter Nutzungsdauer	17.357	17.898

16.5 IMMATERIELLE VERMÖGENSWERTE VON WESENTLICHER BEDEUTUNG

Immaterielle Vermögenswerte von wesentlicher Bedeutung sind in der GfK Gruppe diejenigen immateriellen Vermögenswerte, deren Buchwert einzeln betrachtet jeweils mehr als 5 Millionen Euro beträgt. Die Gesamtwerte dieser immateriellen Vermögenswerte von wesentlicher Bedeutung, die eine Teilmenge der gesamten immateriellen Vermögenswerte darstellen, sind aus der nachstehenden Tabelle ersichtlich.

	31.12.2015	31.12.2016
Geschäfts- oder Firmenwerte	774.003	642.721
Panels	63.711	68.050
Software	41.420	54.315
Marken	14.782	15.267

In der Software ist hauptsächlich das selbst erstellte Analyse- und Produktionssystem „StarTrack“ des Sektors Consumer Choices enthalten, das laufend an die aktuellen Kundenbedürfnisse angepasst wird. Das Analyse- und Produktionssystem hat in seinen einzelnen Komponenten eine Nutzungsdauer von fünf Jahren. Daneben ist hier die Software „Drive“ enthalten. Dabei handelt es sich um ein neues End-to-End-System des Sektors Consumer Experiences.

Im Bereich Panels resultiert der Anstieg hauptsächlich aus dem Zugang eines hochwertigen, ISO-zertifizierten Panels in Verbindung mit dem Erwerb der Netquest Gruppe.

Die Kategorie Marken betrifft eine Marke aus der Kaufpreisallokation im Zusammenhang mit dem Erwerb der ehemaligen NOP World.

16.6 ABSCHREIBUNGEN, WERTMINDERUNGEN UND WERTAUFHOLUNGEN AUF IMMATERIELLE VERMÖGENSWERTE

Die Abschreibungen, Wertminderungen und Wertaufholungen auf immaterielle Vermögenswerte sind in den nachfolgend aufgeführten Posten der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung enthalten.

2015	Abschreibungen	Wertminderungen	Wertaufholungen	Gesamt
Umsatzkosten	-25.484	-919	3.131	-23.272
Vertriebs- und allgemeine Verwaltungskosten	-11.623	-1.216	872	-11.967
Sonstige betriebliche Aufwendungen	0	-62.509	0	-62.509
Gesamt	-37.107	-64.644	4.003	-97.748

2016	Abschreibungen	Wertminderungen	Wertaufholungen	Gesamt
Umsatzkosten	-33.562	-13.400	239	-46.723
Vertriebs- und allgemeine Verwaltungskosten	-9.710	-7.733	0	-17.443
Sonstige betriebliche Aufwendungen	0	-139.310	783	-138.527
Gesamt	-43.272	-160.443	1.022	-202.693

Wertminderungen werden vorgenommen, wenn der Buchwert der in einem Impairment-Test getesteten Zahlungsmittel generierenden Einheit höher ist als der zukünftig erzielbare Betrag. Dieser errechnet sich als der höhere Wert aus dem beizulegenden Zeitwert abzüglich Veräußerungskosten („fair value less cost of disposal“) und dem Nutzungswert. Der beizulegende Zeitwert abzüglich Veräußerungskosten entspricht dem Betrag, der zwischen sachverständigen, vertragswilligen und voneinander unabhängigen Geschäftspartnern nach Abzug der Veräußerungskosten erzielt werden könnte. Aufgrund der Beschränkungen bei der Ermittlung des Nutzungswerts übersteigt der beizulegende Zeitwert abzüglich Veräußerungskosten in der Regel den Nutzungswert und stellt für die GfK Gruppe somit den erzielbaren Ertrag dar.

Wurde bei einem sonstigen immateriellen Vermögenswert eine Wertminderung vorgenommen, erfolgt eine Wertaufholung, wenn sich zu einem späteren Zeitpunkt ein höherer erzielbarer Betrag ergibt. Der Buchwert nach Wertaufholung darf jedoch nicht den rechnerischen Buchwert übersteigen, der sich ergeben hätte, wenn die Wertminderung in der Vergangenheit nicht vorgenommen worden wäre.

Die Wertminderungen ergeben sich jeweils aus den Impairment-Tests, denen aktualisierte Kapitalmarktdaten sowie Unternehmensplanungen zugrunde gelegt wurden. Der Wertminderungsaufwand, in Euro umgerechnet zu Durchschnittskursen, setzt sich wie folgt zusammen:

	2015	2016
Geschäfts- oder Firmenwerte	-39.418	-136.942
Panels	-1.629	-10.846
Kundenstämme	-1.208	-6.590
Software	-21.091	-5.291
Konzessionen	-10	-503
Marken	-1.288	-271
Gesamt	-64.644	-160.443

Der Wertminderungsaufwand hat im Vergleich zum Vorjahr stark zugenommen. Die Wertminderungen auf Geschäfts- und Firmenwerte erhöhten sich von 39.418 TEUR im Vorjahr auf 136.942 TEUR im aktuellen Geschäftsjahr.

Bei den Panels haben sich die Wertminderungen gegenüber dem Vorjahr ebenfalls erhöht und lagen bei insgesamt 10.846 TEUR (2015: 1.629 TEUR), wobei rund die Hälfte der Wertminderung auf die Region Nordamerika entfiel. Auch bei den Kundenstämmen waren Wertminderungen in Höhe von 6.590 TEUR (2015: 1.208 TEUR) zu verzeichnen. Hiervon resultierte mehr als die Hälfte aus den Regionen Nordamerika und Lateinamerika.

Zur Feststellung, ob und inwieweit eine Wertminderung für vorhandene Geschäfts- oder Firmenwerte besteht, wird mindestens einmal jährlich ein Impairment-Test durchgeführt. Die Budgetannahmen für den zum Halbjahr durchgeführten Impairment-Test für den Geschäfts- oder Firmenwert in der Region Zentral Osteuropa/META erwiesen sich als fehlerhaft. Infolge dessen war dieser Geschäfts- oder Firmenwert unterbewertet. Der Fehler wurde korrigiert, indem der Geschäfts- oder Firmenwert insoweit zum Jahresende ergebniswirksam angepasst wurde.

Insgesamt entfielen die bilanziellen Wertminderungen der Geschäfts- oder Firmenwerte im Sektor Consumer Experiences, in Euro umgerechnet zu Stichtagskursen, auf die folgenden Regionen:

	31.12.2015	31.12.2016
Nordeuropa	0	-39.604
Süd- und Westeuropa	-11.909	-35.457
Nordamerika	0	-30.772
Asien und Pazifik	0	-19.076
Lateinamerika	0	-12.050
Zentral Osteuropa/META	-27.911	0
Gesamt	-39.820	-136.959

Der Wertminderungsbedarf ergab sich im Wesentlichen aus angepassten Wachstumsaussichten in den oben genannten Regionen.

Die beizulegenden Zeitwerte abzüglich der Veräußerungskosten der im Berichtsjahr oder im Vorjahr wertgeminderten Zahlungsmittel generierenden Einheiten des Sektors Consumer Experiences können der folgenden Tabelle entnommen werden.

	31.12.2015	31.12.2016
Nordeuropa	387.039	198.898
Nordamerika	170.956	99.148
Zentral Osteuropa/META	62.410	59.267
Süd- und Westeuropa	70.039	52.258
Lateinamerika	19.602	11.867
Asien und Pazifik	48.792	6.726
Gesamt	758.838	428.164

Die folgenden Tabellen geben einen Überblick über die im Impairment-Test getesteten Geschäfts- oder Firmenwerte und über die in den Impairment-Test eingeflossenen wesentlichen Annahmen. Aus Wesentlichkeitsgründen wurden nur die Zahlungsmittel generierenden Einheiten einzeln aufgeführt, deren Anteil 5 Prozent an den gesamten Geschäfts- oder Firmenwerten der GfK Gruppe übersteigt. Alle anderen Zahlungsmittel generierenden Einheiten wurden in den nachfolgenden Tabellen jeweils in der Spalte „Sonstige CE“ und „Sonstige CC“ zusammengefasst.

Consumer Experiences (CE)	Nord-europa	Nord-amerika	Süd- und West-europa	Zentral Ost-europa/META	Sonstige CE
Getestete Geschäfts- oder Firmenwerte zum 31. Dezember 2016 vor Wertminderung	204.885	84.074	43.802	41.969	32.907
Dauer des Detailplanungszeitraums	5 Jahre	5 Jahre	5 Jahre	5 Jahre	5 Jahre
Durchschnittliches jährliches Wachstum des externen Umsatzes im Detailplanungszeitraum	4 %	5 %	3 %	1 %	3 %
Wachstum pro Jahr nach dem Ende des Detailplanungszeitraums	1,3 %	1,3 %	1,3 %	1,3 %	1,3 %
Diskontierungszinssatz zum 31. Dezember 2016	6,5 %	6,8 %	7,2 %	9,1 %	7,8 %–12,4 %

Consumer Choices (CC)	Nord-europa	Nord-amerika	Süd- und West-europa	Sonstige CC
Getestete Geschäfts- oder Firmenwerte zum 31. Dezember 2016 vor Wertminderung	150.820	101.093	58.255	63.872
Dauer des Detailplanungszeitraums	5 Jahre	5 Jahre	5 Jahre	5 Jahre
Durchschnittliches jährliches Wachstum des externen Umsatzes im Detailplanungszeitraum	5 %	4 %	3 %	5 %
Wachstum pro Jahr nach dem Ende des Detailplanungszeitraums	1,3 %	1,3 %	1,3 %	1,3 %
Diskontierungszinssatz zum 31. Dezember 2016	6,5 %	6,8 %	7,2 %	7,8 %–12,4 %

Die Bestimmung der erzielbaren Beträge basiert auf der Prognose der zukünftigen Zahlungsströme. Hierfür wurden vom Vorstand genehmigte Planungen für die nächsten fünf Jahre verwendet. Sie beruhen auf Erfahrungen aus der Vergangenheit, auf den aktuellen Geschäftsergebnissen und auf den Einschätzungen des Vorstands hinsichtlich des erwarteten Marktumfelds. Diese Planungen wurden nochmals sektorspezifisch und regional validiert. So steht das erwartete durchschnittliche jährliche Wachstum des externen Umsatzes im Einklang mit Erfahrungswerten und den Erwartungen des Managements. Aufgrund der Unsicherheit in Bezug auf die zukünftige Entwicklung wurde wie im Vorjahr ein Sicherheitsabschlag von 20 Prozent auf die geplanten Cashflows im Sektor Consumer Experiences vorgenommen.

Die folgende Sensitivitätsanalyse stellt dar, inwieweit ein zusätzlicher Wertminderungsbedarf entstünde,

- › wenn der Diskontierungszinssatz um 1 Prozentpunkt erhöht würde
- › wenn die zukünftigen Zahlungsströme um 10 Prozent reduziert würden
- › wenn bereits in den Detailplanungsjahren 2020 und 2021 für Bereiche mit höheren Wachstumsraten nur die Wachstumsrate für die ewige Rente in Höhe von 1,3 Prozent zugrunde gelegt würde

Alle anderen Parameter bleiben jeweils unverändert. Die folgenden Tabellen geben einen Überblick darüber, welchen zusätzlichen Wertminderungsbedarf jeweils die ausschließliche Veränderung der genannten Parameter für die Zahlungsmittel generierenden Einheiten des Sektors Consumer Experiences ergeben würde. Die Auswirkungen aus der Berechnung der Sensitivitäten wurden nur bis zu einem minimalen Geschäfts- oder Firmenwert pro Region von null berücksichtigt.

	Nord-europa	Süd- und Westeuropa	Zentral Osteuropa/META	Nord-amerika	Latein-amerika	Asien und Pazifik	Gesamt
2015							
Verschlechterung der Diskontierungszinssätze um 1 Prozentpunkt	-	-10.261	-6.492	-	-	-	-16.753
Verminderung der zukünftigen Zahlungsströme um 10 Prozent	-	-11.693	-9.358	-	-1.261	-	-22.312
Ansatz des Wachstums der ewigen Rente für die Jahre 4 und 5	-	-316	-1.976	-	-	-	-2.292
2016							
Verschlechterung der Diskontierungszinssätze um 1 Prozentpunkt	-33.014	-7.358	-1.209	-15.751	-	-1.110	-58.442
Verminderung der zukünftigen Zahlungsströme um 10 Prozent	-27.143	-7.358	-3.060	-15.049	-	-1.220	-53.830
Ansatz des Wachstums der ewigen Rente für die Jahre 4 und 5	-19.049	-	-	-7.810	-	-321	-27.180

Im Sektor Consumer Choices würde keine der dargestellten Parameteränderungen zu einem Wertminderungsbedarf führen.

Die Werthaltigkeit der aktivierten Panelaufbaukosten und der Marken mit unbestimmter Nutzungsdauer wurde ebenfalls im Rahmen von Impairment-Tests überprüft.

Die folgende Tabelle gibt einen Überblick über die zum Bilanzstichtag im Rahmen von Impairment-Tests überprüften wesentlichen immateriellen Vermögenswerte mit unbestimmter Nutzungsdauer und über die in den jeweiligen Impairment-Test eingeflossenen wesentlichen Annahmen. Neu hinzugekommen ist das Digital Panel, während das im Vorjahr noch enthaltene Physician's Consulting Network Panel zum Geschäftsjahresende die Wesentlichkeitsgrenze von 5 Millionen Euro unterschritten hat.

	US-Marke	Access Panel	Health Panel	Digital Panel
Buchwert	15.267	35.212	11.183	8.525
Basis des erzielbaren Betrags	Nutzungswert	Nutzungswert	Nutzungswert	Nutzungswert
Dauer des Detailplanungszeitraums	5 Jahre	5 Jahre	5 Jahre	5 Jahre
Sektor	Consumer Choices	Consumer Experiences	Consumer Choices	Consumer Experiences
Durchschnittliches jährliches Wachstum des externen Umsatzes im Detailplanungszeitraum	2 %	3 %	51 %	40 %
Wachstum pro Jahr nach dem Ende des Detailplanungszeitraums	1,3 %	1,3 %	1,3 %	1,3 %
Diskontierungszinssatz	6,8 %	6,8 %	6,4 %	8,9 %

17. SACHANLAGEN

Die Entwicklung der Sachanlagen kann nachfolgender Tabelle entnommen werden.

	Grundstücke und Gebäude	Betriebs- und Geschäfts- ausstattung	Summe Sachanlagen
ANSCHAFFUNGS- UND HERSTELLUNGSKOSTEN			
Stand am 1. Januar 2015	47.044	272.099	319.143
Wechselkursänderungen	2.350	-1.383	967
Zugänge aus Unternehmenszusammenschlüssen	0	128	128
Sonstige Veränderungen des Konsolidierungskreises	0	47	47
Zugänge	0	25.626	25.626
Abgänge	-14.123	-17.976	-32.099
Umgliederung in zur Veräußerung bestimmte Vermögenswerte	0	-4.470	-4.470
Umbuchungen	-124	-55	-179
Stand am 31. Dezember 2015	35.147	274.016	309.163
Stand am 1. Januar 2016	35.147	274.016	309.163
Wechselkursänderungen	0	2.991	2.991
Zugänge aus Unternehmenszusammenschlüssen	0	1.506	1.506
Sonstige Veränderungen des Konsolidierungskreises	0	-92	-92
Zugänge	81	17.847	17.928
Abgänge	15	-16.107	-16.092
Umgliederung in zur Veräußerung bestimmte Vermögenswerte	-4.582	-1.917	-6.499
Umbuchungen	0	316	316
Stand am 31. Dezember 2016	30.661	278.560	309.221
KUMULIERTE ABSCHREIBUNGEN			
Stand am 1. Januar 2015	20.587	182.697	203.284
Wechselkursänderungen	1.167	1.240	2.407
Zugänge aus Unternehmenszusammenschlüssen	0	51	51
Sonstige Veränderungen des Konsolidierungskreises	0	23	23
Zugänge	726	25.651	26.377
Abgänge	-7.601	-17.334	-24.935
Umgliederung in zur Veräußerung bestimmte Vermögenswerte	229	714	943
Wertminderungen	0	0	0
Wertaufholungen	0	-4.062	-4.062
Umbuchungen	0	-166	-166
Stand am 31. Dezember 2015	15.108	188.814	203.922
Stand am 1. Januar 2016	15.108	188.814	203.922
Wechselkursänderungen	-2	840	838
Zugänge aus Unternehmenszusammenschlüssen	0	1.284	1.284
Sonstige Veränderungen des Konsolidierungskreises	0	29	29
Zugänge	717	28.499	29.216
Abgänge	-21	-15.571	-15.592
Umgliederung in zur Veräußerung bestimmte Vermögenswerte	-2.329	-1.869	-4.198
Wertminderungen	30	1.207	1.237
Wertaufholungen	0	0	0
Umbuchungen	0	-4	-4
Stand am 31. Dezember 2016	13.503	203.229	216.732
BUCHWERTE			
Stand am 1. Januar 2015	26.457	89.402	115.859
Stand am 31. Dezember 2015	20.039	85.202	105.241
Stand am 1. Januar 2016	20.039	85.202	105.241
Stand am 31. Dezember 2016	17.158	75.331	92.489

17.1 LEASING

Die GfK Gruppe ist Leasingnehmer für Büroräume und Geschäftsausstattung im Rahmen von langfristigen Leasingverträgen. Die Leasingraten bestehen in der Regel aus einer Mindestleasingzahlung zuzüglich einer bedingten Leasingzahlung, deren Höhe vom Umfang der Nutzung des Leasinggegenstands abhängig ist. In den Fällen, in denen die GfK Gruppe die Chancen und Risiken aus der Nutzung der Leasinggegenstände im Wesentlichen übernimmt, wurden diese aktiviert („Finance Lease“). Ansonsten werden die Leasingraten aufwandswirksam erfasst („Operating Lease“).

In der GfK Gruppe bestehen keine wesentlichen Finance-Lease-Verträge.

Operating Lease

Im Rahmen von Operating-Lease-Verträgen wurden die in der folgenden Tabelle aufgeführten Zahlungen aufwandswirksam erfasst:

	2015	2016
Mindestleasingzahlungen	49.744	48.662
Bedingte Leasingzahlungen	110	175
Abzüglich erhaltener Unterleasingzahlungen	-548	-1.104
Leasingzahlungen	49.306	47.733

Die zukünftigen Mindestleasingzahlungen aus unkündbaren Verträgen sind wie folgt fällig:

	31.12.2015	31.12.2016
Innerhalb eines Jahres	46.996	43.639
Zwischen einem und fünf Jahren	107.091	130.514
Nach mehr als fünf Jahren	53.098	152.356
Künftige Mindestleasingzahlungen aus Operating Lease	207.185	326.509

Im Berichtsjahr fielen keine bedingten Leasingraten an, die als Aufwand zu erfassen waren.

Bei den wesentlichen Operating-Lease-Verträgen der GfK Gruppe handelt es sich um Grundstücks- und Gebäudeleasingverträge, für die zum Teil Mietverlängerungsoptionen bestehen. Sie laufen zu verschiedenen zukünftigen Terminen aus.

Der Anstieg der künftigen Mindestleasingzahlungen resultiert in Höhe von 126.000 TEUR aus einem 2016 unterzeichneten Mietvertrag über ein Bürogebäude in Nürnberg. Der Bauantrag durch den Vermieter soll bis zum 30. Juni 2017 gestellt werden. Die vertraglich fest vereinbarte Mietzeit beträgt 15 Jahre; darüber hinaus wurden zwei Verlängerungsoptionen über jeweils fünf Jahre vereinbart. Nutzung und Mietbeginn sind frühestens für den 1. Dezember 2019 vorgesehen.

18. FINANZANLAGEN

18.1 ANTEILE AN ASSOZIIERTEN UNTERNEHMEN

Die Anteile der GfK Gruppe an assoziierten Unternehmen sind aus der Anteilsbesitzliste ersichtlich, die in diesem Konzernanhang in Kapitel 41 enthalten ist. Dort ist ebenfalls vermerkt, bei welchen der assoziierten Unternehmen aus Wesentlichkeitsgründen auf eine Bewertung at equity verzichtet wurde.

Es liegen keine wesentlichen Beteiligungen an assoziierten Unternehmen vor.

Die GfK Gruppe hält Anteile an verschiedenen unwesentlichen assoziierten Unternehmen.

Die nachstehende Tabelle enthält die aggregierten Finanzinformationen sämtlicher unwesentlicher at equity bewerteter assoziierter Unternehmen.

	2015	2016
Anteiliger Buchwert zum 31. Dezember	651	966
Anteiliges Periodenergebnis	-4.310	636

Der anteilige Buchwert sowie das anteilige Periodenergebnis enthalten keine Wertminderungen (2015: 2.168 TEUR).

Das anteilige Periodenergebnis in vorstehender Tabelle enthält keine nicht ausgewiesenen Verlustanteile an unwesentlichen at equity bewerteten assoziierten Unternehmen. Sie betragen für das laufende Jahr 50 TEUR (2015: 348 TEUR). Die kumulierten Verlustanteile belaufen sich auf 398 TEUR (2015: 348 TEUR).

Aus Wesentlichkeitsgründen wird auf Angaben zu den assoziierten Unternehmen, die nicht at equity bewertet werden, sowie zu zwei Arbeitsgemeinschaften in der GfK Gruppe verzichtet.

18.2 SONSTIGE FINANZIELLE VERMÖGENSWERTE

Die Zusammensetzung der sonstigen finanziellen Vermögenswerte geht aus der folgenden Tabelle hervor.

	31.12.2015	31.12.2016
Anteile an verbundenen Unternehmen	2.930	1.580
Sonstige Beteiligungen	970	52
Ausleihungen an verbundene Unternehmen	1.001	986
Ausleihungen an assoziierte Unternehmen	156	226
Sonstige Ausleihungen	551	192
Sonstige Available-for-Sale-Wertpapiere	2	168
Langfristige Festgelder	3	111
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	5.613	3.315

Die Anteile an verbundenen, nicht konsolidierten Unternehmen sowie an sonstigen Beteiligungen sind als „zur Veräußerung verfügbar“ klassifiziert und werden zu fortgeführten Anschaffungskosten ausgewiesen, da keine Marktpreise hierfür existieren, andere Methoden zur vernünftigen Schätzung des beizulegenden Zeitwerts nicht praktikabel sind und eine verlässliche Ermittlung des Marktwerts nur im Rahmen von konkreten

Verkaufsverhandlungen möglich wäre. Eine Veräußerung der Anteile ist zurzeit nicht vorgesehen.

Weitere Informationen zu den Anteilen der GfK Gruppe an verbundenen Unternehmen und sonstigen Beteiligungen finden sich in der Anteilsbesitzliste in Kapitel 41 dieses Konzernanhangs.

19. SONSTIGE VERMÖGENSWERTE UND ABGRENZUNGEN

Die Zusammensetzung der langfristigen und kurzfristigen sonstigen Vermögenswerte und Abgrenzungen aus finanziellen und nicht finanziellen sonstigen Vermögenswerten und Abgrenzungen geht aus der nachfolgenden Tabelle hervor.

	31.12.2015	31.12.2016
Finanzielle langfristige sonstige Vermögenswerte und Abgrenzungen	10.985	6.376
Nicht finanzielle langfristige sonstige Vermögenswerte und Abgrenzungen	9.844	8.105
Langfristige sonstige Vermögenswerte und Abgrenzungen	20.829	14.481
Finanzielle kurzfristige sonstige Vermögenswerte und Abgrenzungen	14.228	12.837
Nicht finanzielle kurzfristige sonstige Vermögenswerte und Abgrenzungen	24.134	27.210
Kurzfristige sonstige Vermögenswerte und Abgrenzungen	38.362	40.047

Die finanziellen sonstigen Vermögenswerte und Abgrenzungen setzen sich wie folgt zusammen:

	31.12.2015	31.12.2016
Finanzielle langfristige sonstige Vermögenswerte und Abgrenzungen mit einer Restlaufzeit von über einem Jahr		
<i>mit nicht derivativem Charakter:</i>		
Kautionen	3.405	3.983
Noch nicht fällige Forderungen aus Unternehmensverkäufen	0	1.488
Zinsforderungen	364	364
Vermögenswerte aus Immobilienverkauf	3.761	70
Forderungen gegenüber Lieferanten	25	36
Übrige finanzielle langfristige sonstige Vermögenswerte und Abgrenzungen	186	435
Zwischensumme: mit nicht derivativem Charakter	7.741	6.376
<i>mit derivativem Charakter:</i>		
Derivative Finanzinstrumente (ohne Hedge-Beziehung)	3.226	0
Derivative Finanzinstrumente (mit Hedge-Beziehung)	18	0
Zwischensumme: mit derivativem Charakter	3.244	0
Finanzielle langfristige sonstige Vermögenswerte und Abgrenzungen	10.985	6.376
Finanzielle kurzfristige sonstige Vermögenswerte und Abgrenzungen mit einer Restlaufzeit von bis zu einem Jahr		
<i>mit nicht derivativem Charakter:</i>		
Forderungen gegenüber Lieferanten	2.908	2.984
Kautionen	2.514	2.590
Noch nicht fällige Forderungen aus Unternehmensverkäufen	2	1.116
Forderungen gegenüber Kunden	924	719
Wechselforderungen	588	703
Guthaben, Erstattungsansprüche	2.340	87
Zinsforderungen	842	83
Übrige finanzielle kurzfristige sonstige Vermögenswerte und Abgrenzungen	1.240	1.374
Zwischensumme: mit nicht derivativem Charakter	11.358	9.656
<i>mit derivativem Charakter:</i>		
Derivative Finanzinstrumente (ohne Hedge-Beziehung)	2.663	3.181
Derivative Finanzinstrumente (mit Hedge-Beziehung)	207	0
Zwischensumme: mit derivativem Charakter	2.870	3.181
Finanzielle kurzfristige sonstige Vermögenswerte und Abgrenzungen	14.228	12.837
GESAMT: FINANZIELLE SONSTIGE VERMÖGENSWERTE UND ABGRENZUNGEN	25.213	19.213
davon mit nicht derivativem Charakter	19.099	16.032
davon mit derivativem Charakter	6.114	3.181

Die noch nicht fälligen Forderungen aus Unternehmensverkäufen beziehen sich überwiegend auf den Verkauf der Beteiligung an der Qosmos SA, Amiens, Frankreich.

Die Vermögenswerte aus Immobilienverkauf betrafen im Vorjahr eine noch nicht fällige Zahlung aus dem Verkauf von Immobilien der GfK Switzerland AG, Hergiswil, Schweiz.

Die Entwicklung der Wertberichtigungen auf sonstige Vermögenswerte und Abgrenzungen geht aus folgender Tabelle hervor.

WERTBERICHTIGUNGEN AUF SONSTIGE VERMÖGENSWERTE UND ABGRENZUNGEN		
	2015	2016
Stand am 1. Januar	1.489	447
Zuführungen	0	99
Auflösungen	0	0
Verbrauch	-992	-22
Veränderung Konsolidierungskreis und sonstige Einflüsse	-50	-104
Stand am 31. Dezember	447	420

Die nicht finanziellen sonstigen Vermögenswerte und Abgrenzungen stellen sich wie folgt dar:

	31.12.2015	31.12.2016
Nicht finanzielle langfristige sonstige Vermögenswerte und Abgrenzungen mit einer Restlaufzeit von über einem Jahr		
Forderungen gegenüber Finanz- und anderen Behörden	4.606	5.839
Rechnungsabgrenzungsposten	1.254	1.192
Forderungen aus Ertragsteuern	3.811	876
Übrige nicht finanzielle langfristige sonstige Vermögenswerte und Abgrenzungen	173	198
Nicht finanzielle langfristige sonstige Vermögenswerte und Abgrenzungen	9.844	8.105
Nicht finanzielle kurzfristige sonstige Vermögenswerte und Abgrenzungen mit einer Restlaufzeit von bis zu einem Jahr		
Rechnungsabgrenzungsposten	16.605	19.593
Forderungen gegenüber Finanz- und anderen Behörden	4.812	5.888
Forderungen gegenüber Mitarbeitern	1.577	774
Übrige nicht finanzielle kurzfristige sonstige Vermögenswerte und Abgrenzungen	1.140	955
Nicht finanzielle kurzfristige sonstige Vermögenswerte und Abgrenzungen	24.134	27.210
GESAMT: NICHT FINANZIELLE SONSTIGE VERMÖGENSWERTE UND ABGRENZUNGEN	33.978	35.315

20. FORDERUNGEN AUS LIEFERUNGEN UND LEISTUNGEN

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen setzen sich wie folgt zusammen:

	31.12.2015	31.12.2016
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen vor Wertberichtigungen	402.134	414.728
Abzüglich Wertberichtigungen	-5.877	-5.910
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	396.257	408.818

Die Entwicklung der Wertberichtigungen auf Forderungen aus Lieferungen und Leistungen geht aus folgender Tabelle hervor.

WERTBERICHTIGUNGEN AUF FORDERUNGEN AUS LIEFERUNGEN UND LEISTUNGEN		
	2015	2016
Stand am 1. Januar	7.250	5.877
Zuführungen	3.138	2.283
Auflösungen	-2.230	-1.525
Verbrauch	-2.347	-869
Veränderung Konsolidierungskreis und sonstige Einflüsse	66	144
Stand am 31. Dezember	5.877	5.910

Die Zuführung zu den Wertberichtigungen wird in der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung im Posten „Vertriebs- und allgemeine Verwaltungskosten“ ausgewiesen.

21. KURZFRISTIGE WERTPAPIERE UND FESTGELDER

In den kurzfristigen Wertpapieren und Festgeldern in Höhe von 1.393 TEUR (2015: 1.456 TEUR) sind Geldmarktfonds in Höhe von 1.370 TEUR (2015: 1.435 TEUR) enthalten.

22. ZAHLUNGSMITTEL UND ZAHLUNGSMITTELÄQUIVALENTE

Die Zusammensetzung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente wird in nachfolgender Tabelle dargestellt.

	31.12.2015	31.12.2016
Guthaben bei Kreditinstituten	120.724	170.281
Zahlungsmitteläquivalente und Festgelder mit einer Restlaufzeit von bis zu 3 Monaten	9.639	4.175
Unterwegs befindliche Schecks	-1.252	-1.185
Kassenbestand, Schecks	348	419
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	129.459	173.690

Bei den Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten bestehen keine wesentlichen Verfügungsbeschränkungen.

23. ZUR VERÄUSSERUNG BESTIMMTE VERMÖGENSWERTE UND SCHULDEN

Für das zweite Halbjahr 2017 plant die GfK Switzerland AG, Hergiswil, Schweiz, ein Gebäude in Hergiswil zu verkaufen. Der Verkauf ist eingeleitet. Daher erfüllen die Vermögenswerte und Schulden im Zusammenhang mit dem Gebäude die Voraussetzungen für den Ausweis als Veräußerungsgruppe. Das zu veräußernde Gebäude ist dem Bereich Sonstige zugeordnet.

Die Vermögenswerte, die im Rahmen dieses Asset Deals veräußert werden sollen, werden in der Bilanz gesondert im Posten „Zur Veräußerung bestimmte Vermögenswerte“ dargestellt. Das diesbezügliche Fremdkapital ist im Posten „Zur Veräußerung bestimmte Schulden“ ausgewiesen. Die Zusammensetzung dieser Bilanzposten ist in der folgenden Tabelle dargestellt.

	31.12.2016
Zur Veräußerung bestimmte Vermögenswerte	
Grund und Boden	1.230
Gebäude	1.023
Betriebs- und Geschäftsausstattung	49
Zur Veräußerung bestimmte Vermögenswerte	2.302
Zur Veräußerung bestimmte Schulden	
Langfristiges Fremdkapital	140
Zur Veräußerung bestimmte Schulden	140

Eine Wertminderung der langfristigen Vermögenswerte, die in die zur Veräußerung bestimmten Vermögenswerte umgegliedert wurden, ergab sich wie im Vorjahr nicht.

Im Vorjahr betrafen die zur Veräußerung bestimmten Vermögenswerte und Schulden die folgenden Sachverhalte:

- › Veräußerung des Marktforschungsgeschäfts im Bereich Pflanzenschutz und Tiergesundheit, was den Verkauf der Gesellschaften GfK Kynetec Group Limited, St Peter Port, Guernsey, Großbritannien, GfK Kynetec Limited, London, Großbritannien, und GfK Kynetec France SAS, Saint-Aubin, Frankreich, (Share

Deals) sowie einige Asset Deals einschloss. Dieses Geschäft war dem Sektor Consumer Choices zugeordnet. Die in den sonstigen Rücklagen erfassten kumulativen Erträge, die in Verbindung mit dieser Veräußerungsgruppe stehen, betragen am 31. Dezember 2015 5.180 TEUR. Der Verkauf wurde am 30. April 2016 vollzogen.

- › Verkauf der an die GfK Switzerland AG, Hergiswil, Schweiz, angegliederten Druckerei, des sogenannten Print Centers, im Rahmen eines Asset Deals. Der Verkauf wurde am 18. Januar 2016 vollzogen. Das veräußerte Geschäft war dem Bereich Sonstige zugeordnet.
- › Verkauf der 50-Prozent-Beteiligung an dem assoziierten Unternehmen USEEDS GmbH, Berlin. Der Verkauf wurde am 9. März 2016 vollzogen. Das Geschäft der USEEDS war dem Sektor Consumer Experiences zugeordnet.

Die Zusammensetzung der Bilanzposten „Zur Veräußerung bestimmte Vermögenswerte“ und „Zur Veräußerung bestimmte Schulden“ zum 31. Dezember 2015 ist in der folgenden Tabelle dargestellt.

31.12.2015	Verkauf Bereich Pflanzenschutz und Tiergesundheit	Verkauf Print Center Schweiz	Verkauf Beteiligung USEEDS	Summe
Zur Veräußerung bestimmte Vermögenswerte				
Geschäfts- oder Firmenwerte	6.907	0	0	6.907
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	15.096	0	0	15.096
Anteile an assoziierten Unternehmen	0	0	2.595	2.595
Andere langfristige Vermögenswerte	2.459	242	0	2.701
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	8.966	319	0	9.285
Andere kurzfristige Vermögenswerte	2.824	0	0	2.824
Zur Veräußerung bestimmte Vermögenswerte	36.252	561	2.595	39.408
Zur Veräußerung bestimmte Schulden				
Langfristiges Fremdkapital	393	354	0	747
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	1.023	116	0	1.139
Verpflichtungen aus Aufträgen in Bearbeitung	2.591	0	0	2.591
Anderes kurzfristiges Fremdkapital	3.027	70	0	3.097
Zur Veräußerung bestimmte Schulden	7.034	540	0	7.574

24. FÄLLIGKEIT VON VERMÖGENSWERTEN

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sind wie in der folgenden Tabelle dargestellt zur Zahlung fällig.

	31.12.2015	31.12.2016
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	396.257	408.818
davon: weder wertberichtigt noch überfällig	278.880	296.354
davon: nicht wertberichtigt und in den folgenden Zeitbändern überfällig		
seit bis zu 30 Tagen fällig	70.202	65.565
seit 31 bis zu 90 Tagen fällig	33.006	34.243
seit 91 bis zu 180 Tagen fällig	9.186	8.993
seit 181 bis zu 360 Tagen fällig	3.134	2.042
seit mehr als 360 Tagen fällig	1.582	1.458
davon: Konditionen neu verhandelt, da sonst überfällig	267	163

In der GfK Gruppe sind wesentliche Teile der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen mit Rechnungsstellung fällig.

Für Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, die nicht wertgemindert sind, lagen zum Bilanzstichtag keine Anzeichen auf Sachverhalte vor, die die Werthaltigkeit negativ beeinflussen könnten.

Die Fälligkeit der kurzfristigen sonstigen Vermögenswerte und Abgrenzungen geht aus der nachstehenden Tabelle hervor.

	31.12.2015	31.12.2016
Kurzfristige sonstige Vermögenswerte und Abgrenzungen (ohne Vorräte und Forderungen gegen Mitarbeiter)	36.750	39.237
davon: weder wertberichtigt noch überfällig	32.713	34.234
davon: nicht wertberichtigt und in den folgenden Zeitbändern überfällig		
seit bis zu 30 Tagen fällig	3.436	1.368
seit 31 bis zu 90 Tagen fällig	430	513
seit 91 bis zu 180 Tagen fällig	3	982
seit 181 bis zu 360 Tagen fällig	16	1.589
seit mehr als 360 Tagen fällig	152	551
davon: Konditionen neu verhandelt, da sonst überfällig	0	0

Hinsichtlich des nicht wertgeminderten Bestands an kurzfristigen sonstigen Vermögenswerten und Abgrenzungen deuten zum Abschlussstichtag keine Anzeichen darauf hin, dass die Schuldner ihren Zahlungsverpflichtungen nicht nachkommen werden.

25. EIGENKAPITAL

25.1 GEZEICHNETES KAPITAL

Das Grundkapital der GfK SE blieb im Geschäftsjahr 2016 unverändert.

Die 36.503.896 ausgegebenen Stückaktien sind voll einbezahlt. Jeder Aktionär ist berechtigt, Dividenden aus seinen Aktien gemäß dem jeweiligen Gewinnausschüttungsbeschluss zu erhalten. Jede dieser nennwertlosen Stammaktien gewährt ein Stimmrecht bei der jährlichen Hauptversammlung.

25.2 GENEHMIGTES KAPITAL

Durch Beschluss der Hauptversammlung vom 28. Mai 2015 wurde das von der Hauptversammlung am 26. Mai 2011 geschaffene genehmigte Kapital aufgehoben und der Vorstand ermächtigt, das Grundkapital der GfK SE mit Zustimmung des Aufsichtsrats bis zum 27. Mai 2020 gegen Bar- und/oder Sacheinlage einmal oder mehrmals um insgesamt bis zu 55.000 TEUR zu erhöhen, wobei das Bezugsrecht der Aktionäre ausgeschlossen werden kann.

25.3 BEDINGTES KAPITAL

Die Hauptversammlung am 28. Mai 2015 hat beschlossen, das Grundkapital der Gesellschaft um bis zu 21.000 TEUR bedingt zu erhöhen, eingeteilt in bis zu 5.000.000 neue, auf den Inhaber lautende Stückaktien mit Gewinnanteilberechtigung ab Beginn des Geschäftsjahres ihrer Ausgabe. Dieses bedingte Kapital dient der Gewährung von Aktien an die Inhaber von Options- und/oder Wandelschuldverschreibungen.

Das bedingte Grundkapital der GfK SE beträgt zum 31. Dezember 2016 insgesamt 21.000 TEUR.

25.4 EIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG

Die Eigenkapitalveränderungsrechnung ist diesem Konzernanhang vorangestellt.

Von der negativen Veränderung des Unterschieds aus der Währungsumrechnung in Höhe von 21.654 TEUR (2015: positive Veränderung um 66.343 TEUR) stammen 7.641 TEUR aus Veränderungen im Konsolidierungskreis, hauptsächlich aus dem Abgang des Marktforschungsgeschäfts im Bereich Pflanzenschutz und Tiergesundheit. Die betragsmäßig weitgehend korrespondierenden, aber gegenläufigen sonstigen Veränderungen der Gewinnrücklagen (8.322 TEUR; 2015: -310 TEUR) resultieren überwiegend aus demselben Vorgang. Die restliche Veränderung des Unterschieds aus der Währungsumrechnung wurde hauptsächlich durch die Währungskursentwicklung des britischen Pfunds verursacht. Hierbei handelt es sich um den Betrag ohne Minderheitsanteile.

Der Rückgang der versicherungsmathematischen Gewinne und Verluste um 4.130 TEUR (2015: 3.066 TEUR) entstand hauptsächlich durch die Verringerung des Diskontierungszinssatzes in Deutschland um 0,7 Prozentpunkte.

Von den in den sonstigen Rücklagen erfassten Beträgen wurden im Geschäftsjahr 2016 ebenso wie im Jahr 2015 keine wesentlichen Gewinne oder Verluste in die Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung transferiert.

Im Berichtsjahr wurden wie im Vorjahr 23.728 TEUR an die Anteilseigner der GfK SE ausgeschüttet. Dies entspricht 0,65 Euro (2015: 0,65 Euro) je Aktie.

An die Minderheitsanteilseigner wurden 4.427 TEUR (2015: 5.411 TEUR) ausgeschüttet. Das den Minderheitsanteilseignern zuzurechnende Gesamtergebnis beträgt 4.365 TEUR (2015: 1.436 TEUR). Der Hauptbestandteil hiervon ist der Anteil der Minderheitsanteilseigner am Konzernergebnis in Höhe von 4.096 TEUR (2015: 3.956 TEUR). Der Anteil der Minderheitsanteilseigner an der Veränderung der Rücklage aus der Währungsumrechnung in Höhe von 272 TEUR hatte im Berichtsjahr keinen erheblichen Einfluss (2015: –2.583 TEUR).

25.5 GEWINNVERWENDUNGSVORSCHLAG

Nach dem deutschen Aktiengesetz bemisst sich die ausschüttungsfähige Dividende nach dem Bilanzgewinn, der im Jahresabschluss der Muttergesellschaft GfK SE ausgewiesen wird. Er wird gemäß den Vorschriften des deutschen Handelsgesetzbuchs (HGB) aufgestellt. Die nach den Vorschriften des HGB ermittelten Gewinnrücklagen und der Bilanzgewinn der GfK SE stehen voll zur Ausschüttung an die Aktionäre zur Verfügung. Die Kapitalrücklage darf nicht ausgeschüttet werden.

Vorstand und Aufsichtsrat schlagen der Hauptversammlung vor, den Jahresüberschuss der GfK SE in Höhe von 126.920 TEUR und den Gewinnvortrag in Höhe von 25.850 TEUR auf neue Rechnung vorzutragen und keine Dividendenausschüttung vorzunehmen.

26. RÜCKSTELLUNGEN

26.1 LANGFRISTIGE RÜCKSTELLUNGEN

Die langfristigen Rückstellungen setzen sich wie folgt zusammen:

	31.12.2015	31.12.2016
Rückstellungen für Pensionen	66.357	73.531
Langfristige sonstige Rückstellungen	14.220	25.098
Langfristige Rückstellungen	80.577	98.629

Rückstellungen für Pensionen

Pensionszusagen erfolgen aufgrund von gesetzlichen oder vertraglichen Bestimmungen sowie auf freiwilliger Basis. Die betriebliche Altersversorgung in der GfK Gruppe beruht sowohl auf beitrags- als auch auf leistungsorientierten Pensionsplänen der jeweiligen Gesellschaften.

In Bezug auf beitragsorientierte Altersversorgungssysteme („defined contribution plans“), die über externe Fonds oder Versicherungen finanziert werden, bestehen für GfK-Gesellschaften außer der Zahlung von Beiträgen keine weiteren Verpflichtungen. Im Aufwand für beitragsorientierte Versorgungspläne sind auch Arbeitgeberbeiträge an gesetzliche Rentenversicherungen enthalten.

Bemessungsgrundlage für die beitragsorientierten Pensionspläne sind hauptsächlich die Dauer der Betriebszugehörigkeit und die Gehaltsstufe des betreffenden Mitarbeiters. Diese Leistungen sind jedoch abhängig von den rechtlichen, steuerlichen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen des jeweiligen Landes und können deshalb variieren. Im Jahr 2016 wurden Aufwendungen für beitragsorientierte Versorgungspläne in Höhe von 24.549 TEUR (2015: 24.294 TEUR) erfasst.

Die Pensionsverpflichtungen aus leistungsorientierten Plänen („defined benefit plans“) werden nach dem Anwartschaftsbarwertverfahren ermittelt. Für die leistungsorientierten Pläne werden jährlich durch unabhängige Aktuarversicherungs-mathematische Gutachten erstellt. Sie führen versicherungsmathematische Berechnungen durch, um die Höhe der Pensionsverpflichtungen zu ermitteln. Die zu bilanzierenden Rückstellungen ergeben sich als Saldo aus den Pensionsverpflichtungen zuzüglich der Vermögensobergrenzen und der Vermögenswerte. Die Ermittlung des Barwerts der leistungsorientierten Verpflichtungen sowie des Pensionsvermögens basiert auf wirtschaftlichen und demografischen Annahmen, wie zum Beispiel den zukünftigen Gehaltssteigerungen und der Sterbewahrscheinlichkeit.

Abweichungen der tatsächlich eingetretenen Werte von den aufgrund der Annahmen erwarteten Werten schlagen sich als versicherungsmathematische Gewinne oder Verluste (Neubewertungen) nieder. Versicherungsmathematische Gewinne und Verluste werden im sonstigen Ergebnis erfasst. Im Berichtsjahr wurden versicherungsmathematische Verluste in Höhe von 5.848 TEUR (2015: 3.143 TEUR) auf diese Weise verbucht. Diese Veränderung enthält auch Effekte aus der Währungsumrechnung. Der Bestand der kumulierten diesbezüglichen in den sonstigen Rücklagen erfassten Beträge belief sich zum 31. Dezember 2016 auf –46.404 TEUR (31. Dezember 2015: –40.556 TEUR). Bei allen dargestellten Werten handelt es sich um Angaben vor Berücksichtigung latenter Steuern und ohne Minderheitsanteile.

Die Berechnung der Verpflichtungen beruht auf den in der folgenden Tabelle aufgeführten versicherungsmathematischen und statistischen Annahmen (gewichtete Durchschnittswerte).

	2015	2016
Diskontierungszinssatz	1,51 %	1,15 %
Gehaltssteigerungsrate	2,25 %	2,08 %
Fluktuationsrate	5,03 %	4,95 %
Erwartete Rentenentwicklung	0,65 %	0,65 %

Die Sterblichkeitsraten für die deutschen GfK-Gesellschaften wurden den Richttafeln 2005 G von Dr. Klaus Heubeck entnommen. Für die Schweiz stammen die Sterblichkeitsraten aus der Richttafel BVG 2015.

Die Herleitung des in der Konzernbilanz erfassten Werts der Rückstellungen für Pensionen kann nachstehender Tabelle entnommen werden.

	31.12.2015	31.12.2016
Barwert der Verpflichtungen, Gesamt	137.239	148.009
Zeitwert des Planvermögens	-70.903	-74.501
Barwert der Verpflichtungen, netto	66.336	73.508
Rückstellungen für Pensionen	66.357	73.531
Sonstige Vermögenswerte	-21	-23
In der Bilanz erfasster Nettobetrag	66.336	73.508

Die Versorgungsregelungen wesentlicher leistungsorientierter Pläne sind im Folgenden beschrieben:

Auf die GfK Switzerland AG, Hergiswil, Schweiz, entfielen 84.954 TEUR (2015: 80.183 TEUR) der erdienten Ansprüche der Arbeitnehmer und 73.718 TEUR (2015: 70.207 TEUR) des Planvermögens. Es handelt sich um einen modifiziert beitragsorientierten Plan, wobei die Altersleistungen einen garantierten Mindestzins und festgelegte Umwandlungssätze umfassen. Die Risikoleistungen (Invaliditäts- und Hinterbliebenenleistungen) sind leistungsorientiert. Die gesetzlich vorgegebenen Mindestleistungen werden in jedem Fall übertroffen. Die Vorsorgeeinrichtung hat die Rechtsform einer Stiftung, die einen eigenen Rechtsträger darstellt. Die Stiftung ist für die Kapitalanlagen verantwortlich und verfolgt eine eher konservative Anlagestrategie innerhalb vorgegebener Margen.

Auf die GfK SE entfielen 50.519 TEUR (2015: 46.985 TEUR) der erdienten Ansprüche der Arbeitnehmer und 284 TEUR (2015: 262 TEUR) des Planvermögens. Die Versorgungsverpflichtungen liegen im Wesentlichen in Einzelzusagen im Geschäftsbereich begründet. Die Ausgestaltung dieser Zusagen ist im Vergütungsbericht im Konzernlagebericht näher erläutert.

In beiden Fällen sieht GfK keine außergewöhnlichen unternehmens- oder planspezifischen Risiken und auch keine erhebliche Risikokonzentration, die aus diesen Versorgungsplänen resultiert.

Die Entwicklung der Pensionsverpflichtung („defined benefit obligation“, „DBO“) während der Berichtsperiode ist aus der nachfolgenden Tabelle ersichtlich.

	2015	2016
Barwert der erdienten Ansprüche der Arbeitnehmer zum 1. Januar	133.125	137.239
Laufender Dienstzeitaufwand	5.076	4.701
Zinsaufwand	2.291	2.030
Beiträge der Teilnehmer des Plans	1.592	1.503
Versicherungsmathematische Gewinne und Verluste aus demografischen Annahmen	-116	941
Versicherungsmathematische Gewinne und Verluste aus finanziellen Annahmen	1.750	6.194
Versicherungsmathematische Gewinne und Verluste aus erfahrungsbedingten Annahmen	-2.037	2.103
Wechselkursänderungen	8.334	905
Gezahlte Leistungen	-10.222	-7.573
Umgliederung in zur Veräußerung bestimmte Schulden	-2.544	0
Nachzuverrechnender Dienstzeitaufwand	-28	30
Unternehmenszusammenschlüsse	194	0
Plankürzungen	-202	-81
Planabgeltungen	26	17
Barwert der erdienten Ansprüche der Arbeitnehmer zum 31. Dezember	137.239	148.009

Durch die folgende Sensitivitätsanalyse wird näherungsweise das Risiko quantifiziert, das im Rahmen gesetzter Annahmen auftreten kann, wenn bestimmte Parameter verändert werden. Die Tabelle gibt einen Überblick darüber, wie sich eine Veränderung der maßgeblichen versicherungsmathematischen Annahmen bei gleichzeitiger Konstanz aller anderen Faktoren auf den Barwert der erdienten Ansprüche der Arbeitnehmer auswirken würde. Der folgenden Tabelle liegt der Barwert der erdienten Ansprüche der Arbeitnehmer, im Vorjahr außerdem ohne Berücksichtigung der Umgliederung in die zur Veräußerung bestimmten Schulden, zugrunde.

	2015	2016
Barwert der erdienten Ansprüche der Arbeitnehmer zum 31. Dezember	139.783	148.009
Barwert der erdienten Ansprüche der Arbeitnehmer, falls		
der Diskontierungszinssatz		
um 0,5 Prozentpunkte höher wäre	131.295	139.125
um 0,5 Prozentpunkte niedriger wäre	149.460	158.104
die Gehaltssteigerungsrate		
um 0,1 Prozentpunkte höher wäre	139.964	148.155
um 0,1 Prozentpunkte niedriger wäre	139.602	147.865
die Rentensteigerungsrate		
um 0,1 Prozentpunkte höher wäre	140.804	149.628
um 0,1 Prozentpunkte niedriger wäre	138.772	146.421

In nachstehender Tabelle wird die Entwicklung des Planvermögens dargestellt.

	2015	2016
Zeitwert des Planvermögens zum 1. Januar	68.834	70.903
Erwarteter Ertrag aus Planvermögen	869	574
Versicherungsmathematische Gewinne und Verluste	-1.320	3.484
Wechselkursänderungen	7.554	696
Beiträge des Arbeitgebers	2.693	2.430
Beiträge der Teilnehmer des Plans	1.592	1.503
Gezahlte Leistungen	-7.239	-5.089
Umgliederung in zur Veräußerung bestimmte Schulden	-2.080	0
Zeitwert des Planvermögens zum 31. Dezember	70.903	74.501

Die in den Tabellen dargestellten Wechselkursänderungen resultieren überwiegend aus der Aufwertung des Schweizer Franken.

Der beizulegende Zeitwert des Planvermögens wird in den folgenden beiden Tabellen in verschiedene Klassen aufgliedert, in denen die betreffenden Vermögenswerte nach Beschaffenheit und Risiko unterschieden werden. Außerdem erfolgt eine weitere Unterteilung in Vermögenswerte, für die eine Marktpreisnotierung in einem aktiven Markt besteht, und Vermögenswerte, bei denen dies nicht der Fall ist.

	2015		Gesamt
	Marktpreisnotierung in einem aktiven Markt	Keine Marktpreisnotierung in einem aktiven Markt	
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	702	0	702
Eigenkapitalinstrumente	20.360	0	20.360
Schuldinstrumente	28.083	0	28.083
Immobilien	3.510	11.935	15.445
Wertpapierfonds	262	0	262
Versicherungsverträge	0	42	42
Sonstiges	5.617	392	6.009
Zeitwert des Planvermögens zum 31. Dezember	58.534	12.369	70.903

	2016		Gesamt
	Marktpreisnotierung in einem aktiven Markt	Keine Marktpreisnotierung in einem aktiven Markt	
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	2.728	0	2.728
Eigenkapitalinstrumente	22.115	0	22.115
Schuldinstrumente	27.202	0	27.202
Immobilien	6.146	10.293	16.439
Wertpapierfonds	284	0	284
Versicherungsverträge	0	56	56
Sonstiges	5.677	0	5.677
Zeitwert des Planvermögens zum 31. Dezember	64.152	10.349	74.501

Die tatsächlichen Ergebnisse aus Planvermögen beliefen sich im Berichtsjahr auf 4.050 TEUR (2015: -391 TEUR).

Nach Schätzung von GfK sind im kommenden Jahr Beiträge an Versorgungspläne in Höhe von rund 2.341 TEUR (2015: 2.526 TEUR) für Deutschland und die Schweiz zu zahlen. Für das Folgejahr erwartet GfK Pensionsauszahlungen in Höhe von 3.916 TEUR (2015: 3.758 TEUR). Die gewichtete Duration der erdienten Ansprüche der Arbeitnehmer beträgt wie im Vorjahr 14 Jahre.

Die in der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung erfassten Beträge setzen sich wie folgt zusammen:

	2015	2016
Dienstzeitaufwand	5.076	4.701
Zinsaufwand	2.291	2.030
Erwarteter Ertrag aus Planvermögen	-869	-574
Nachzuerrechnender Dienstzeitaufwand	-28	30
Gewinn/Verlust aus der Kürzung oder Schließung von Pensionsplänen	-176	-64
Pensionsaufwand/-ertrag (-)	6.294	6.123

Langfristige sonstige Rückstellungen

Die Entwicklung der langfristigen sonstigen Rückstellungen im Berichtsjahr ist aus nachfolgender Tabelle ersichtlich.

	Personalbereich	Drohende Verluste aus Verträgen	Behörden und Versicherungen	Recht und Beratung, Prozesse	Übrige	Gesamt
Stand 1. Januar 2016	9.529	1.915	2.407	275	94	14.220
Wechselkursänderung	2	83	295	-40	3	343
Zuschreibung auf abgezinste Rückstellungen	142	73	0	10	0	225
Zuführung	7.891	1.995	4.240	408	322	14.856
Umbuchungen	-2.541	-587	0	-10	0	-3.138
Verbrauch	-258	0	-19	-36	0	-313
Auflösung	-238	-683	-174	0	0	-1.095
Stand 31. Dezember 2016	14.527	2.796	6.749	607	419	25.098

Die Rückstellungen aus dem Personalbereich betreffen in Höhe von 8.491 TEUR (2015: 5.235 TEUR) Long-Term-Incentive-Programme. Des Weiteren sind darin Verpflichtungen im Zusammenhang mit dem Ausscheiden von Mitarbeitern enthalten sowie Rückstellungen für Jubiläumsaufwendungen, die auf vertraglichen Vereinbarungen basieren.

Die Rückstellungen gegenüber Behörden und Versicherungen bestehen hauptsächlich aus Rückstellungen gegenüber Sozialversicherungen.

26.2 KURZFRISTIGE RÜCKSTELLUNGEN

Die Entwicklung der kurzfristigen Rückstellungen im Berichtsjahr ist in nachstehender Tabelle dargestellt.

	Personalbereich	Drohende Verluste aus Verträgen	Behörden und Versicherungen	Recht und Beratung, Prozesse	Übrige	Gesamt
Stand 1. Januar 2016	6.890	1.439	5.832	2.341	756	17.258
Wechselkursänderung	77	-83	-203	71	0	-138
Veränderungen im Konsolidierungskreis	32	0	0	0	0	32
Zuführung	5.010	133	2.750	14.849	896	23.638
Umbuchungen	2.541	587	-490	501	0	3.139
Verbrauch	-3.691	-804	-1.543	-1.126	-520	-7.684
Auflösung	-1.474	-27	-855	-789	-218	-3.363
Stand 31. Dezember 2016	9.385	1.245	5.491	15.847	914	32.882

Die Rückstellungen aus dem Personalbereich betreffen in Höhe von 3.373 TEUR (2015: 3.792 TEUR) Long-Term-Incentive-Programme. Außerdem sind darin Verpflichtungen im Zusammenhang mit dem Ausscheiden von Mitarbeitern enthalten sowie Rückstellungen für Jubiläumsaufwendungen, die auf vertraglichen Vereinbarungen basieren.

In den kurzfristigen Rückstellungen sind Rückstellungen in Höhe von 1.647 TEUR (2015: 3.246 TEUR) für erwartete Zahlungen im Zusammenhang mit Unregelmäßigkeiten bei der GfK Arastirma Hizmetleri A. S., Istanbul, Türkei, enthalten. Sie verteilen sich auf die Kategorien „Recht und Beratung, Prozesse“ sowie „Behörden und Versicherungen“.

Des Weiteren wurde hauptsächlich in der Kategorie „Recht und Beratung, Prozesse“ eine Risikovorsorge von 9.621 TEUR (2015: 0 TEUR) für das Media-Measurement-Geschäft gebildet. Darüber hinaus enthält diese Kategorie Beratungskosten im Zusammenhang mit der Anteilseignerstruktur in Höhe von 5.250 TEUR (2015: 0 TEUR).

27. VERZINSLICHE FINANZVERBINDLICHKEITEN

Die Zusammensetzung der Finanzverbindlichkeiten geht aus den nachstehenden Tabellen hervor.

31.12.2015	Gesamt	Restlaufzeit			
		bis zu einem Jahr	mehr als ein Jahr	davon zwischen einem und fünf Jahren	davon mehr als fünf Jahre
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	250.086	1.136	248.950	188.996	59.954
Verbindlichkeiten aus Finance Lease	98	32	66	66	0
Verbindlichkeit aus Anleihe	185.970	185.970	0	0	0
Sonstige Finanzverbindlichkeiten	28.377	21.031	7.346	7.293	53
Verzinsliche Finanzverbindlichkeiten	464.531	208.169	256.362	196.355	60.007

31.12.2016	Gesamt	Restlaufzeit			
		bis zu einem Jahr	mehr als ein Jahr	davon zwischen einem und fünf Jahren	davon mehr als fünf Jahre
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	448.397	363	448.034	297.101	150.933
Verbindlichkeiten aus Finance Lease	167	47	120	120	0
Verbindlichkeit aus Anleihe	0	0	0	0	0
Sonstige Finanzverbindlichkeiten	34.631	31.781	2.850	2.795	55
Verzinsliche Finanzverbindlichkeiten	483.195	32.191	451.004	300.016	150.988

Bei den Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten mit einer Restlaufzeit von mehr als fünf Jahren handelt es sich um mehrere Schuldscheindarlehen mit einem Gesamtvolumen in Höhe von 151 Millionen Euro, wovon 57 Millionen Euro im Jahr 2022, 74 Millionen Euro im Jahr 2023, 13 Millionen Euro im Jahr 2026 und 8 Millionen Euro im Jahr 2028 fällig sind.

Die GfK SE hat im April 2016 das verbleibende Restvolumen der Anleihe über 186 Millionen Euro vollständig zurückgeführt.

In den sonstigen Finanzverbindlichkeiten sind Darlehensverbindlichkeiten in Höhe von 25.250 TEUR (2015: 21.395 TEUR) und Kaufpreisverbindlichkeiten für den Erwerb von Beteiligungen aus Put-Optionen und Earn-out-Vereinbarungen, die von zukünftigen Ereignissen abhängen, in Höhe von 8.513 TEUR (2015: 6.908 TEUR) enthalten.

Zum 31. Dezember 2016 betragen die gewogenen Durchschnittszinssätze bei Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten 1,50 Prozent nach Zinssicherungen (2015: 1,86 Prozent).

Die Finanzverbindlichkeiten werden in den nächsten fünf Jahren und danach wie in der folgenden Tabelle dargestellt fällig.

	31.12.2015	31.12.2016
Bis zu einem Jahr ¹⁾	208.169	32.191
Ein bis zwei Jahre	5.510	59.061
Zwei bis drei Jahre	43.379	55.590
Drei bis vier Jahre	40.491	105.939
Vier bis fünf Jahre	106.975	79.426
Mehr als fünf Jahre	60.007	150.988
Verzinsliche Finanzverbindlichkeiten	464.531	483.195

¹⁾ Enthält täglich fällige Kontokorrentverbindlichkeiten im Rahmen von Kreditlinien

Für die Bank- und Leasingverbindlichkeiten in Höhe von 448.564 TEUR (2015: 250.184 TEUR) bestehen wie im Vorjahr keine Sicherheiten.

28. SONSTIGES FREMDKAPITAL UND ABGRENZUNGEN

Die lang- und kurzfristigen Posten sonstiges Fremdkapital und Abgrenzungen unterteilen sich wie folgt in finanzielles und nicht finanzielles sonstiges Fremdkapital und Abgrenzungen:

	31.12.2015	31.12.2016
Finanzielles langfristiges sonstiges Fremdkapital und Abgrenzungen	10.016	8.954
Nicht finanzielles langfristiges sonstiges Fremdkapital und Abgrenzungen	7.403	10.427
Langfristiges sonstiges Fremdkapital und Abgrenzungen	17.419	19.381
Finanzielles kurzfristiges sonstiges Fremdkapital und Abgrenzungen	50.241	53.317
Nicht finanzielles kurzfristiges sonstiges Fremdkapital und Abgrenzungen	126.394	131.067
Kurzfristiges sonstiges Fremdkapital und Abgrenzungen	176.635	184.384

Der Teilbetrag finanzielles sonstiges Fremdkapital und Abgrenzungen stellt sich wie folgt dar:

	31.12.2015	31.12.2016
Finanzielles langfristiges sonstiges Fremdkapital und Abgrenzungen mit einer Restlaufzeit von über einem Jahr		
<i>mit nicht derivativem Charakter:</i>		
Verbindlichkeiten aus Mieten	5.867	5.802
Finanzielle sonstige Verbindlichkeiten aus dem operativen Geschäft	1.720	1.779
Verbindlichkeiten aus Immobilienverkauf	1.431	0
Verbindlichkeiten aus Schadenersatz, Haftung, Strafen	646	439
Verbindlichkeiten gegenüber sonstigen nahestehenden Unternehmen und Personen	10	318
Übriges finanzielles langfristiges sonstiges Fremdkapital und Abgrenzungen	0	61
Zwischensumme: mit nicht derivativem Charakter	9.674	8.399
<i>mit derivativem Charakter:</i>		
Derivative Finanzinstrumente (ohne Hedge-Beziehung)	170	333
Derivative Finanzinstrumente (mit Hedge-Beziehung)	172	222
Zwischensumme: mit derivativem Charakter	342	555
Finanzielles langfristiges sonstiges Fremdkapital und Abgrenzungen	10.016	8.954
Finanzielles kurzfristiges sonstiges Fremdkapital und Abgrenzungen mit einer Restlaufzeit von bis zu einem Jahr		
<i>mit nicht derivativem Charakter:</i>		
Finanzielle sonstige Verbindlichkeiten aus dem operativen Geschäft	27.330	27.572
Finanzielle sonstige Verbindlichkeiten aus dem nicht operativen Geschäft	8.217	8.630
Verbindlichkeiten aus Mieten	3.210	4.090
Zinsverbindlichkeiten	10.087	4.307
Noch nicht fällige Verbindlichkeiten aus Unternehmenskäufen	0	3.515
Verbindlichkeiten aus Immobilienverkauf	0	1.443
Verbindlichkeiten aus Rückerstattungsverpflichtungen	7	270
Verbindlichkeiten gegenüber sonstigen nahestehenden Unternehmen und Personen	224	195
Übriges finanzielles kurzfristiges sonstiges Fremdkapital und Abgrenzungen	98	182
Zwischensumme: mit nicht derivativem Charakter	49.173	50.204
<i>mit derivativem Charakter:</i>		
Derivative Finanzinstrumente (ohne Hedge-Beziehung)	1.068	3.068
Derivative Finanzinstrumente (mit Hedge-Beziehung)	0	45
Zwischensumme: mit derivativem Charakter	1.068	3.113
Finanzielles kurzfristiges sonstiges Fremdkapital und Abgrenzungen	50.241	53.317
GESAMT: FINANZIELLES SONSTIGES FREMDKAPITAL UND ABGRENZUNGEN	60.257	62.271
davon mit nicht derivativem Charakter	58.847	58.603
davon mit derivativem Charakter	1.410	3.668

Die finanziellen kurzfristigen sonstigen Verbindlichkeiten aus dem operativen Geschäft bestehen im Wesentlichen gegenüber Haushalten und Befragten (14.506 TEUR; 2015: 10.904 TEUR), gegenüber Kunden (3.937 TEUR; 2015: 5.164 TEUR), gegenüber Interviewern (3.116 TEUR; 2015: 3.488 TEUR) und gegenüber Lieferanten (2.738 TEUR; 2015: 3.312 TEUR).

Zu den finanziellen kurzfristigen sonstigen Verbindlichkeiten aus dem nicht operativen Geschäft zählen vor allem Verbindlichkeiten für externe Abschlusskosten (3.167 TEUR; 2015: 2.933 TEUR) sowie für Rechts- und Beratungskosten (2.948 TEUR; 2015: 2.776 TEUR).

Die finanziellen sonstigen Verbindlichkeiten gegenüber sonstigen nahestehenden Unternehmen und Personen bestehen insbesondere gegenüber Mitgesellschaftern von GfK-Tochterunternehmen.

Der Teilbetrag nicht finanzielles sonstiges Fremdkapital und Abgrenzungen setzt sich wie folgt zusammen:

	31.12.2015	31.12.2016
Nicht finanzielles langfristiges sonstiges Fremdkapital und Abgrenzungen mit einer Restlaufzeit von über einem Jahr		
Rechnungsabgrenzungsposten	4.253	3.832
Verbindlichkeiten gegenüber Mitarbeitern	3.122	3.778
Verbindlichkeiten aus Ertragsteuern	0	2.765
Übriges nicht finanzielles langfristiges sonstiges Fremdkapital und Abgrenzungen	28	52
Nicht finanzielles langfristiges sonstiges Fremdkapital und Abgrenzungen	7.403	10.427
Nicht finanzielles kurzfristiges sonstiges Fremdkapital und Abgrenzungen mit einer Restlaufzeit von bis zu einem Jahr		
Verbindlichkeiten gegenüber Mitarbeitern	95.777	92.073
Verbindlichkeiten aus sonstigen Steuern	28.988	36.698
Rechnungsabgrenzungsposten	1.314	1.520
Übriges nicht finanzielles kurzfristiges sonstiges Fremdkapital und Abgrenzungen	315	776
Nicht finanzielles kurzfristiges sonstiges Fremdkapital und Abgrenzungen	126.394	131.067
GESAMT: NICHT FINANZIELLES SONSTIGES FREMDKAPITAL UND ABGRENZUNGEN	133.797	141.494

In den nicht finanziellen kurzfristigen Verbindlichkeiten gegenüber Mitarbeitern sind vor allem Verbindlichkeiten aus Tantiemen, Prämien und Gratifikationen (44.802 TEUR; 2015: 48.826 TEUR) enthalten sowie Verbindlichkeiten im Rahmen der sozialen Sicherheit (13.640 TEUR; 2015: 13.348 TEUR) und Verbindlichkeiten aus Urlaubsansprüchen (13.514 TEUR; 2015: 13.072 TEUR).

29. FINANZINSTRUMENTE

In den Tabellen auf den Seiten 150 bis 153 werden die Buchwerte, Wertansätze und beizulegenden Zeitwerte aller Finanzinstrumente der GfK Gruppe nach den Bewertungskategorien des IAS 39 aufgeführt.

Nachfolgend werden die zum Bilanzstichtag zum beizulegenden Zeitwert ausgewiesenen finanziellen Vermögenswerte und finanziellen Verbindlichkeiten nach der Bedeutung der für die Bewertung benötigten Eingangsgrößen voneinander abgegrenzt. Dafür werden ihre Buchwerte in drei Ebenen aufgeteilt: auf aktiven Märkten beobachtbare Werte (Ebene 1), beobachtbare Eingangsgrößen, die basierend auf einem Bewertungsmodell zur Ermittlung des beizulegenden Zeitwerts beitragen (Ebene 2), und Eingangsgrößen, die nicht auf beobachtbaren Marktdaten basieren (Ebene 3).

Das Bewertungsmodell zur Ermittlung des beizulegenden Zeitwerts der zu fortgeführten Anschaffungskosten bilanzierten Finanzinstrumente berücksichtigt den Barwert der vertraglich vereinbarten Zahlungen, abgezinst mit einem beobachtbaren, risikoadjustierten Diskontierungszinssatz (Ebene 2).

	31.12.2015	Ebene 1	Ebene 2	Ebene 3
Zum beizulegenden Zeitwert bewertete finanzielle Vermögenswerte				
Derivative Finanzinstrumente ohne Hedge-Beziehung	5.889	0	5.889	0
Derivative Finanzinstrumente mit Hedge-Beziehung	225	0	225	0
Zum beizulegenden Zeitwert bewertete finanzielle Verbindlichkeiten				
Derivative Finanzinstrumente ohne Hedge-Beziehung	-1.238	0	-1.238	0
Derivative Finanzinstrumente mit Hedge-Beziehung	-172	0	-172	0
Von zukünftigen Ereignissen abhängige Kaufpreisbestandteile	-1.222	0	0	-1.222
Gesamt	3.482	0	4.704	-1.222

	31.12.2016	Ebene 1	Ebene 2	Ebene 3
Zum beizulegenden Zeitwert bewertete finanzielle Vermögenswerte				
Derivative Finanzinstrumente ohne Hedge-Beziehung	3.181	0	3.181	0
Derivative Finanzinstrumente mit Hedge-Beziehung	0	0	0	0
Zum beizulegenden Zeitwert bewertete finanzielle Verbindlichkeiten				
Derivative Finanzinstrumente ohne Hedge-Beziehung	-3.401	0	-3.401	0
Derivative Finanzinstrumente mit Hedge-Beziehung	-267	0	-267	0
Von zukünftigen Ereignissen abhängige Kaufpreisbestandteile	-1.186	0	0	-1.186
Gesamt	-1.673	0	-487	-1.186

Im Rahmen der Erfassung der Wertänderung von Finanzinstrumenten der Kategorie „zur Veräußerung verfügbar“ wurden im Geschäftsjahr 2016 wie im Vorjahr keine wesentlichen Bewertungsergebnisse im sonstigen Ergebnis erfasst.

Der nach der Effektivzinsmethode berechnete Zinsertrag für finanzielle Vermögenswerte oder finanzielle Verbindlichkeiten, die nicht erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet werden, belief sich auf 1.713 TEUR (2015: 2.174 TEUR). Dem stehen entsprechende Zinsaufwendungen in Höhe von 14.129 TEUR (2015: 17.961 TEUR) gegenüber.

In den von zukünftigen Ereignissen abhängigen Kaufpreisbestandteilen werden Put-Optionen und Earn-out-Vereinbarungen gezeigt, die nach dem 31. Dezember 2009 abgeschlossen wurden und mit einem laufzeitadäquaten Marktzins zum Stichtag bewertet sind. Der Stand zum 31. Dezember 2016 betrug 1.186 TEUR (2015: 1.222 TEUR). Im Berichtsjahr gab es keine Zugänge oder Zahlungen (2015: Zugang 1.205 TEUR, Abgang durch Zahlung 4.346 TEUR). Aufgrund der Neubewertung der Verbindlichkeiten zum Jahresende fiel ein Ertrag in Höhe von 60 TEUR (2015: 3.164 TEUR) im sonstigen Finanzertrag an. Ihm stehen Aufwendungen aus Währungsänderung und Aufzinsung in Höhe von 24 TEUR (2015: 345 TEUR) gegenüber. Es wurde keine Wertänderung im sonstigen Ergebnis erfasst.

	Bewertungskategorie nach IAS 39	Buchwert am 31.12.2015
AKTIVA		
Übrige Finanzanlagen		
Anteile an verbundenen Unternehmen	Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte	2.930
Sonstige Beteiligungen	Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte	970
Ausleihungen an verbundene Unternehmen	Kredite und Forderungen	1.001
Ausleihungen an assoziierte Unternehmen	Kredite und Forderungen	156
Sonstige Ausleihungen	Kredite und Forderungen	551
Sonstige Available-for-Sale-Wertpapiere	Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte	2
Langfristige Festgelder	Kredite und Forderungen	3
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	Kredite und Forderungen	396.257
Kurzfristige Wertpapiere und Festgelder	Kredite und Forderungen	1.456
Finanzielle sonstige Vermögenswerte und Abgrenzungen		
Kautionen	Kredite und Forderungen	5.919
Forderungen gegenüber Lieferanten	Kredite und Forderungen	2.933
Noch nicht fällige Forderungen aus Unternehmensverkäufen	Kredite und Forderungen	0
Forderungen gegenüber Kunden	Kredite und Forderungen	924
Wechselforderungen	Kredite und Forderungen	588
Zinsforderungen	Kredite und Forderungen	1.207
Guthaben, Erstattungsansprüche	Kredite und Forderungen	2.347
Vermögenswerte aus Immobilienverkauf	Kredite und Forderungen	3.761
Derivative Finanzinstrumente (mit Hedge-Beziehung)	–	225
Derivative Finanzinstrumente (ohne Hedge-Beziehung)	Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete Vermögenswerte	5.889
Übrige finanzielle sonstige Vermögenswerte und Abgrenzungen	Kredite und Forderungen	1.421
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	–	129.459
PASSIVA		
Verzinsliche Finanzverbindlichkeiten		
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	Zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertete finanzielle Verbindlichkeiten	250.086
Verbindlichkeiten aus Finance Lease	–	98
Sonstige Finanzverbindlichkeiten	Zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertete finanzielle Verbindlichkeiten	213.125
	Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete Verbindlichkeiten	1.222
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	Zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertete finanzielle Verbindlichkeiten	90.864
Finanzielles sonstiges Fremdkapital und Abgrenzungen		
Finanzielle sonstige Verbindlichkeiten aus dem operativen Geschäft	Zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertete finanzielle Verbindlichkeiten	29.050
Verbindlichkeiten aus Mieten	Zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertete finanzielle Verbindlichkeiten	9.077
Finanzielle sonstige Verbindlichkeiten aus dem nicht operativen Geschäft	Zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertete finanzielle Verbindlichkeiten	8.217
Zinsverbindlichkeiten	Zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertete finanzielle Verbindlichkeiten	10.087
Noch nicht fällige Verbindlichkeiten aus Unternehmenskäufen	Zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertete finanzielle Verbindlichkeiten	0
Verbindlichkeiten aus Immobilienverkauf	Zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertete finanzielle Verbindlichkeiten	1.431
Verbindlichkeiten gegenüber sonstigen nahestehenden Unternehmen und Personen	Zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertete finanzielle Verbindlichkeiten	234
Verbindlichkeiten aus Schadenersatz, Haftung, Strafen	Zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertete finanzielle Verbindlichkeiten	681
Derivative Finanzinstrumente (mit Hedge-Beziehung)	–	172
Derivative Finanzinstrumente (ohne Hedge-Beziehung)	Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete Verbindlichkeiten	1.238
Übriges finanzielles sonstiges Fremdkapital und Abgrenzungen	Zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertete finanzielle Verbindlichkeiten	70
Davon aggregiert nach Bewertungskategorien gemäß IAS 39		
Kredite und Forderungen		418.524
Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte		3.902
Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete Vermögenswerte		5.889
Zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertete finanzielle Verbindlichkeiten		612.922
Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete Verbindlichkeiten		2.460

Wertansatz in der Bilanz nach IAS 39				Wertansatz in der Bilanz nach IAS 17	Beizulegender Zeitwert am 31.12.2015
Fortgeführte Anschaffungskosten	Anschaffungskosten	Beizulegender Zeitwert erfolgsneutral	Beizulegender Zeitwert erfolgswirksam		
	2.930				2.930
	970				970
1.001					1.001
156					156
551					551
		2			2
3					3
396.257					396.257
1.456					1.456
5.919					5.919
2.933					2.933
0					0
924					924
588					588
1.207					1.207
2.347					2.347
3.761					3.761
		225			225
			5.889		5.889
1.421					1.421
129.459					129.459
250.086					264.399
				98	98
213.125					221.968
			1.222		1.222
90.864					90.864
29.050					29.050
9.077					9.077
8.217					8.217
10.087					10.087
0					0
1.431					1.431
234					234
681					681
		172			172
			1.238		1.238
70					70
					418.524
					3.902
					5.889
					636.078
					2.460

	Bewertungskategorie nach IAS 39	Buchwert am 31.12.2016
AKTIVA		
Übrige Finanzanlagen		
Anteile an verbundenen Unternehmen	Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte	1.580
Sonstige Beteiligungen	Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte	52
Ausleihungen an verbundene Unternehmen	Kredite und Forderungen	986
Ausleihungen an assoziierte Unternehmen	Kredite und Forderungen	226
Sonstige Ausleihungen	Kredite und Forderungen	192
Sonstige Available-for-Sale-Wertpapiere	Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte	168
Langfristige Festgelder	Kredite und Forderungen	111
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	Kredite und Forderungen	408.818
Kurzfristige Wertpapiere und Festgelder	Kredite und Forderungen	1.393
Finanzielle sonstige Vermögenswerte und Abgrenzungen		
Kautionen	Kredite und Forderungen	6.573
Forderungen gegenüber Lieferanten	Kredite und Forderungen	3.020
Noch nicht fällige Forderungen aus Unternehmensverkäufen	Kredite und Forderungen	2.604
Forderungen gegenüber Kunden	Kredite und Forderungen	719
Wechselforderungen	Kredite und Forderungen	703
Zinsforderungen	Kredite und Forderungen	447
Guthaben, Erstattungsansprüche	Kredite und Forderungen	96
Vermögenswerte aus Immobilienverkauf	Kredite und Forderungen	70
Derivative Finanzinstrumente (mit Hedge-Beziehung)	–	0
Derivative Finanzinstrumente (ohne Hedge-Beziehung)	Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete Vermögenswerte	3.181
Übrige finanzielle sonstige Vermögenswerte und Abgrenzungen	Kredite und Forderungen	1.800
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	–	173.690
PASSIVA		
Verzinsliche Finanzverbindlichkeiten		
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	Zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertete finanzielle Verbindlichkeiten	448.397
Verbindlichkeiten aus Finance Lease	–	167
Sonstige Finanzverbindlichkeiten	Zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertete finanzielle Verbindlichkeiten	33.445
	Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete Verbindlichkeiten	1.186
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	Zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertete finanzielle Verbindlichkeiten	88.735
Finanzielles sonstiges Fremdkapital und Abgrenzungen		
Finanzielle sonstige Verbindlichkeiten aus dem operativen Geschäft	Zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertete finanzielle Verbindlichkeiten	29.351
Verbindlichkeiten aus Mieten	Zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertete finanzielle Verbindlichkeiten	9.892
Finanzielle sonstige Verbindlichkeiten aus dem nicht operativen Geschäft	Zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertete finanzielle Verbindlichkeiten	8.630
Zinsverbindlichkeiten	Zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertete finanzielle Verbindlichkeiten	4.367
Noch nicht fällige Verbindlichkeiten aus Unternehmenskäufen	Zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertete finanzielle Verbindlichkeiten	3.515
Verbindlichkeiten aus Immobilienverkauf	Zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertete finanzielle Verbindlichkeiten	1.443
Verbindlichkeiten gegenüber sonstigen nahestehenden Unternehmen und Personen	Zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertete finanzielle Verbindlichkeiten	513
Verbindlichkeiten aus Schadenersatz, Haftung, Strafen	Zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertete finanzielle Verbindlichkeiten	471
Derivative Finanzinstrumente (mit Hedge-Beziehung)	–	267
Derivative Finanzinstrumente (ohne Hedge-Beziehung)	Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete Verbindlichkeiten	3.401
Übriges finanzielles sonstiges Fremdkapital und Abgrenzungen	Zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertete finanzielle Verbindlichkeiten	421
Davon aggregiert nach Bewertungskategorien gemäß IAS 39		
Kredite und Forderungen		427.758
Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte		1.800
Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete Vermögenswerte		3.181
Zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertete finanzielle Verbindlichkeiten		629.180
Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete Verbindlichkeiten		4.587

Wertansatz in der Bilanz nach IAS 39				Wertansatz in der Bilanz nach IAS 17	Beizulegender Zeitwert am 31.12.2016
Fortgeführte Anschaffungskosten	Anschaffungskosten	Beizulegender Zeitwert erfolgsneutral	Beizulegender Zeitwert erfolgswirksam		
	1.580				1.580
	52				52
986					986
226					226
192					192
		168			168
111					111
408.818					408.818
1.393					1.393
6.573					6.573
3.020					3.020
2.604					2.604
719					719
703					703
447					447
96					96
70					70
		0			0
			3.181		3.181
1.800					1.800
173.690					173.690
448.397					466.461
				167	167
33.445					33.468
			1.186		1.186
88.735					88.735
29.351					29.351
9.892					9.892
8.630					8.630
4.367					4.367
3.515					3.515
1.443					1.443
513					513
471					471
		267			267
			3.401		3.401
421					421
					427.758
					1.800
					3.181
					647.267
					4.587

Der geschätzte beizulegende Zeitwert der Verbindlichkeiten dieser Earn-out-Vereinbarungen würde steigen und das Finanzergebnis würde sinken, wenn die künftigen Umsätze und das künftige EBIT der erworbenen Gesellschaften höher und der risikobereinigte Diskontierungszinssatz niedriger wären. Die parallele Erhöhung des Zinssatzes und die gleichzeitige Verringerung des Umsatzes und des EBITs würden zu einer Verminderung des beizulegenden Zeitwerts dieser Verbindlichkeiten und zu einer Erhöhung des Finanzergebnisses führen.

30. RISIKOMANAGEMENT VON MARKT-, KREDIT- UND LIQUIDITÄTSRISIKEN

Die GfK Gruppe ist durch den Einsatz von Finanzinstrumenten Marktrisiken, Kreditrisiken und Liquiditätsrisiken ausgesetzt.

30.1 MARKTRISIKEN

Marktrisiken entstehen aus einer möglichen Veränderung von Risikofaktoren, die zu einer Verringerung des Marktwerts der diesen Risikofaktoren unterliegenden Transaktionen führt. Für die GfK Gruppe sind vor allem Fremdwährungsrisiken und in geringem Umfang Zinsänderungsrisiken von Relevanz.

Fremdwährungsrisiken

Auswirkungen aus Fremdwährungsrisiken können sich in der GfK Gruppe aus Transaktionen ergeben, die in einer von der jeweiligen funktionalen Währung abweichenden Währung durchgeführt werden. Die wesentlichen Währungen in TEUR sind nachfolgend dargestellt.

31.12.2015	EUR	USD	GBP	CHF	SGD	JPY
Ausleihungen	2.407	268.672	96.818	0	0	0
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	27.488	25.648	2.506	436	4.406	377
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	5.393	6.060	4.948	76	0	0
Verzinsliche Finanzverbindlichkeiten	-2.403	-270.175	0	0	-13.576	-31.963
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	-29.805	-22.501	-12.766	-3.503	-4.495	-839
Verpflichtungen aus Aufträgen in Bearbeitung	-149	-2.766	-12	0	-84	-82
Derivative Finanzinstrumente	0	-2.731	-42.892	80	10.270	28.748
Netto-Exposure	2.931	2.207	48.602	-2.911	-3.479	-3.759

31.12.2016	EUR	USD	GBP	CHF	SGD	JPY
Ausleihungen	2.300	283.635	62.049	0	0	0
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	25.721	42.025	2.446	966	2.157	4.371
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	10.852	8.134	3.373	3.082	48	0
Verzinsliche Finanzverbindlichkeiten	-4.919	-250.800	0	0	-7.949	-36.498
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	-21.616	-21.834	-7.632	-3.829	-1.676	-991
Verpflichtungen aus Aufträgen in Bearbeitung	-289	-4.350	-17	-13	0	-40
Derivative Finanzinstrumente	0	-28.407	-47.220	-745	8.961	33.419
Netto-Exposure	12.049	28.403	12.999	-539	1.541	261

Die Wechselkurse der wichtigsten Währungen zum Euro sind in Kapitel 3, „Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden“, dargestellt.

Durch die nachstehende Sensitivitätsanalyse wird näherungsweise das Risiko quantifiziert, das im Rahmen gesetzter Annahmen auftreten kann, wenn bestimmte Parameter verändert werden. In der folgenden Tabelle wird dargestellt, wie eine gleichzeitige parallele Aufwertung aller Fremdwährungen um 10 Prozent gegenüber dem Euro bei gleichzeitiger Konstanz aller anderen Faktoren das Eigenkapital und das Ergebnis beeinflussen würde.

	31.12.2015			31.12.2016		
	Eigenkapital	Gewinn- und Verlustrechnung	Gesamtauswirkung	Eigenkapital	Gewinn- und Verlustrechnung	Gesamtauswirkung
EUR	0	-266	-266	0	1.205	1.205
USD	-456	-425	-881	-574	3.414	2.840
GBP	-189	5.669	5.480	-170	2.793	2.623
CHF	0	-291	-291	0	-53	-53
SGD	-136	-212	-348	0	154	154
JPY	0	-376	-376	0	26	26
Summe	-781	4.099	3.318	-744	7.539	6.795

Auswirkungen aus Wechselkursschwankungen konzentrieren sich insbesondere auf den US-Dollar und das britische Pfund.

Zinsänderungsrisiken

Auswirkungen aus Zinsänderungsrisiken können sich für variabel verzinsliche und für nicht zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertete festverzinsliche Finanzinstrumente ergeben.

Marktwertveränderungen von festverzinslichen finanziellen Vermögenswerten und Verbindlichkeiten werden nicht ergebniswirksam erfasst. Ferner existieren keine Zinsderivate, die als Fair Value Hedge gemäß IAS 39 festverzinslichen Instrumenten zugeordnet und im Rahmen des Fair Value Hedge Accountings verbucht werden. Eine Veränderung des Zinsniveaus am Bilanzstichtag hat somit keine Auswirkung auf die Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung oder das Eigenkapital, da diese Posten zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet werden.

Die folgenden Tabellen geben einen Überblick über die variabel verzinslichen Finanzinstrumente:

31.12.2015	Restlaufzeit			
	Gesamt-betrag	bis zu 1 Jahr	1 bis 5 Jahre	mehr als 5 Jahre
Ausleihungen	528	336	192	0
Finanzverbindlichkeiten	-78.393	-1.069	-52.359	-24.965
Verbindlichkeiten gegenüber sonstigen nahestehenden Unternehmen und Personen	-20.851	-20.851	0	0
Derivate	21.276	2.092	19.184	0
Netto-Exposure	-77.440	-19.492	-32.983	-24.965

31.12.2016	Restlaufzeit			
	Gesamt-betrag	bis zu 1 Jahr	1 bis 5 Jahre	mehr als 5 Jahre
Ausleihungen	598	180	418	0
Finanzverbindlichkeiten	-148.289	-322	-95.562	-52.405
Verbindlichkeiten gegenüber sonstigen nahestehenden Unternehmen und Personen	-24.842	-24.842	0	0
Derivate	20.259	5.259	15.000	0
Netto-Exposure	-152.274	-19.725	-80.144	-52.405

Eine Veränderung der Zinssätze für variabel verzinsliche Instrumente am Bilanzstichtag um 100 Basispunkte hätte auf das Eigenkapital und die Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung die in den folgenden Tabellen ausgewiesenen Effekte vor Steuern. Die Veränderung der Zinssätze wurde nur bis zu einem minimalen Zinssatz von 0,0 Prozent berücksichtigt. Diese Analyse unterstellt, dass alle anderen Variablen, insbesondere aber die Fremdwährungskurse, konstant bleiben.

Die Spalte Eigenkapital zeigt nur die Auswirkung der im sonstigen Ergebnis erfassten Veränderungen. Veränderungen, die sich in der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung auswirken würden, sind nicht in der Spalte Eigenkapital enthalten.

	31.12.2015			
	Eigenkapital		Gewinn- und Verlustrechnung	
Zinsänderung in Prozentpunkten	+1	-1	+1	-1
Variable Zinsinstrumente	0	0	564	-112
Zinsswaps	445	-12	147	-142
Cashflow-Sensitivität	445	-12	711	-254

	31.12.2016			
	Eigenkapital		Gewinn- und Verlustrechnung	
Zinsänderung in Prozentpunkten	+1	-1	+1	-1
Variable Zinsinstrumente	0	0	373	-123
Zinsswaps	300	71	17	-17
Cashflow-Sensitivität	300	71	390	-140

Im Juni 2015 hat die GfK SE ein variabel verzinsliches Darlehen in Höhe von 15.000 TEUR aufgenommen, das durch einen Zinsswap mit gleichem Nominalvolumen zu 100 Prozent abgesichert wurde. Durch die Anwendung des Hedge Accountings fließt die Marktwertänderung dieses Zinsswaps ins Eigenkapital.

Derivative Finanzinstrumente

Die GfK Gruppe setzt derivative Finanzinstrumente zur Absicherung von Währungs- und Zinsänderungsrisiken ein. Sofern die Voraussetzungen für die Anwendung von Hedge Accounting erfüllt sind, werden sie im Rahmen von Cashflow Hedges abgebildet.

Derivative Finanzinstrumente	31.12.2015		31.12.2016	
	Buchwert	Nominalvolumen	Buchwert	Nominalvolumen
Aktiva				
Zinswährungsswaps				
ohne Hedge-Beziehung	4.799	6.276	2.336	5.259
Devisentermingeschäfte				
ohne Hedge-Beziehung	1.090	89.384	845	68.029
als Cashflow Hedges	225	7.982	0	1.549
Passiva				
Zinsswaps				
als Cashflow Hedges	172	15.000	219	15.000
Devisentermingeschäfte				
ohne Hedge-Beziehung	1.238	64.834	3.401	94.570
als Cashflow Hedges	0	0	48	5.753

Das Nominalvolumen der derivativen Finanzinstrumente besteht aus der Summe der Nominalbeträge der einzelnen Ein- und Verkaufskontrakte. Der beizulegende Zeitwert inklusive Stückzinsen errechnet sich aus der Bewertung sämtlicher Kontrakte zu den Preisen des Bewertungsstichtags.

Die GfK Gruppe schließt im Wesentlichen Transaktionen mit Derivaten gemäß der globalen Nettingvereinbarung des deutschen Rahmenvertrags für Finanztermingeschäfte ab. Grundsätzlich werden die Beträge, die gemäß solchen Vereinbarungen von jeder Gegenpartei an einem einzigen Tag im Hinblick auf alle ausstehenden Transaktionen in derselben Währung geschuldet werden, zu einem einzigen Nettobetrag zusammengefasst, der von einer Partei an die andere zu zahlen ist. In bestimmten Fällen – zum Beispiel, wenn ein Kreditereignis wie ein Verzug eintritt – werden alle ausstehenden Transaktionen unter der Vereinbarung beendet und der Wert zur Beendigung ermittelt. Zum Ausgleich aller Transaktionen ist dann nur ein einziger Nettobetrag zu zahlen.

Der deutsche Rahmenvertrag erfüllt nicht die Kriterien für die Saldierung in der Bilanz. Der Grund hierfür ist, dass die GfK Gruppe zum gegenwärtigen Zeitpunkt keinen Rechtsanspruch auf die Saldierung der erfassten Beträge hat, da das Recht auf eine Saldierung nur beim Eintritt künftiger Ereignisse, wie zum Beispiel einem Verzug bei einem Bankdarlehen oder anderen Kreditereignissen, durchsetzbar ist. Die in der Konzernbilanz ausgewiesenen Bruttobeträge unterscheiden sich zum 31. Dezember 2016 nur unwesentlich von den Nettobeträgen.

Das Nominalvolumen der gesamten Zins- und Zinswährungsswaps ist in den nächsten fünf Jahren wie in nachstehender Tabelle dargestellt fällig.

	31.12.2015	31.12.2016
Bis zu einem Jahr	2.092	5.259
Ein bis zwei Jahre	4.184	0
Zwei bis drei Jahre	0	15.000
Drei bis vier Jahre	15.000	0
Vier bis fünf Jahre	0	0
Nominalvolumen Zinsswaps	21.276	20.259

Die derivativen Finanzinstrumente werden nach der Mark-to-Market-Methode gemäß den Marktbedingungen am Bilanzstichtag bewertet. Zusätzlich werden die eigenen Berechnungen durch die von Banken zur Verfügung gestellten Marktbewertungen auf ihre Plausibilität überprüft.

Zum 31. Dezember 2016 hat GfK im Wesentlichen Währungssicherungskontrakte zur Absicherung von japanischen Yen, Singapur-Dollar, US-Dollar und britischen Pfund im Bestand.

Die GfK SE erhebt von ihren Tochtergesellschaften eine Management Fee für zentrale Konzerndienstleistungen. Um ausgewählte Tochtergesellschaften vor möglichen Währungsrisiken zu schützen, werden diese Konzerndienstleistungen von der GfK SE in lokaler Währung fakturiert. Das dadurch entstehende Währungsrisiko steigender Eurokurse gegenüber den fakturierten Fremdwährungen bei der GfK SE wird durch Devisentermingeschäfte mit verschiedenen Banken zu den jeweiligen Zahlungsterminen eliminiert. Zum 31. Dezember 2016 betrug das Nominalvolumen dieser Geschäfte 6.698 TEUR (31. Dezember 2015: 7.982 TEUR) mit einem negativen Buchwert in Höhe von 44 TEUR (31. Dezember 2015: positiver Buchwert von 225 TEUR).

Bei Derivaten im Rahmen eines Cashflow Hedges werden die Wertänderungen im sonstigen Ergebnis ausgewiesen. Im Berichtsjahr veränderten sich die sonstigen Rücklagen aus Cashflow Hedges insgesamt um –375 TEUR vor Steuern (2015: –37 TEUR) bzw. –256 TEUR nach Steuern (2015: –26 TEUR). Die Veränderung beinhaltet auch eine das Zinsergebnis entlastende Auflösung in Höhe von 55 TEUR (2015: 187 TEUR) im Zusammenhang mit dem im Jahr 2011 abgeschlossenen Cashflow Hedge zur Zinssicherung einer Anleihe.

Die durch einen Cashflow Hedge gegen Zinsschwankungen gesicherten Verbindlichkeiten haben einen Buchwert von 15.000 TEUR (2015: 15.000 TEUR). Der erwartete Zinsabfluss aus den Grundgeschäften, die durch diese Cashflow Hedges abgesichert wurden, beläuft sich auf 156 TEUR (2015: 317 TEUR). Hiervon werden 62 TEUR (2015: 90 TEUR) in einem Zeitraum von bis zu einem Jahr ergebniswirksam werden.

Zur Absicherung eines konzerninternen Fremdwährungsdarlehens in US-Dollar einer Tochtergesellschaft in Brasilien wurde 2014 ein Cross-Currency Interest Rate Swap zur Absicherung von Zins- und Währungsrisiken abgeschlossen. Das Nominalvolumen betrug am 31. Dezember 2016 5.259 TEUR (31. Dezember 2015: 6.276 TEUR) mit einem positiven Buchwert von 2.336 TEUR (31. Dezember 2015: 4.798 TEUR).

Im Berichtsjahr lagen keine wesentlichen Ineffektivitäten aus Cashflow Hedges vor.

Die Gewinne und Verluste aus derivativen Finanzinstrumenten sind überwiegend in den sonstigen Finanzerträgen oder in den sonstigen Finanzaufwendungen enthalten. Die darin enthaltenen Erträge aus Finanzinstrumenten, die nicht im Rahmen des Hedge Accountings ausgewiesen wurden, beliefen sich insgesamt auf 7.784 TEUR (2015: 9.241 TEUR), während Aufwendungen in Höhe von 2.714 TEUR (2015: 43 TEUR) anfielen.

30.2 KREDITRISIKEN

Das Ausfallrisiko im Zusammenhang mit den positiven beizulegenden Zeitwerten der Derivate wird als gering eingeschätzt, da Geschäfte nur mit namhaften in- und ausländischen Banken abgeschlossen werden. Ferner reduziert sich das Ausfallrisiko durch die Verteilung der Geschäfte auf mehrere Banken.

Das maximale Ausfallrisiko der GfK Gruppe beläuft sich im Wesentlichen auf den bilanzierten Wert aller finanziellen Vermögenswerte. Aufgrund der globalen Tätigkeit der GfK Gruppe und der großen Zahl von Kunden, darunter viele namhafte Großunternehmen, ist die Konzentration des Ausfallrisikos begrenzt.

30.3 LIQUIDITÄTSRISIKEN

GfK schließt Finanzierungsgeschäfte nur mit namhaften in- und ausländischen Banken ab. Das Ausfallrisiko und die Risikokonzentration werden durch die Verteilung der Geschäfte auf mehrere Banken weiter reduziert.

Zum 31. Dezember 2016 verfügte die GfK Gruppe über zugesagte Darlehen und Kreditlinien in Höhe von insgesamt 731.340 TEUR (2015: 722.966 TEUR). Davon sind 282.340 TEUR (2015: 285.842 TEUR) nicht in Anspruch genommen. In diesem Betrag sind eine revolvingende Kreditlinie und eine Nebenkreditlinie in Höhe von 200 Millionen Euro enthalten. Diese Linien wurden im Jahr 2016 um ein weiteres Jahr verlängert und stehen dem Konzern bis mindestens Mai 2021 zur Verfügung. Die liquiden Mittel haben sich von 129.459 TEUR auf 173.690 TEUR erhöht.

GfK hat sich im Rahmen der syndizierten Kreditfazilität, von bilateralen Bankdarlehen und der Emission von Schuldscheindarlehen zur Einhaltung bestimmter Financial Covenants

verpflichtet: Das Verhältnis der nach vorgegebenen Kriterien ermittelten Nettoverschuldung zum modifizierten EBITDA muss unter 3,25 liegen. Das Verhältnis des modifizierten EBITDA zu den Zinsaufwendungen muss mehr als 4,0 betragen. Für die 2016 neu ausbezahlten Schuldscheindarlehen gilt: Das gesamte Eigenkapital darf 20 Prozent der Bilanzsumme nicht unterschreiten. Werden diese Financial Covenants verletzt, erhöht sich die Kreditmarge der finanzierenden Banken, und mit den Gläubigern ist eine neue Vereinbarung hinsichtlich der künftig einzuhaltenden Financial Covenants zu treffen. Beide Financial Covenants wurden durch die GfK Gruppe zum 31. Dezember 2016 komfortabel erfüllt.

Aus den folgenden Tabellen sind die vertraglich vereinbarten, undiskontierten Zins- und Tilgungszahlungen der originären finanziellen Verbindlichkeiten sowie der derivativen Finanzinstrumente mit negativem beizulegendem Zeitwert für die Jahre 2016 und 2015 ersichtlich.

	31.12.2015 Buchwert	Brutto- abflüsse	Restlaufzeit bis				
			2016	2017	2018	2019	>2019
Nicht-derivative finanzielle Verbindlichkeiten							
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	250.086	277.027	6.130	4.176	47.461	44.083	175.177
Verbindlichkeiten aus Finance Lease	98	127	41	32	26	22	6
Sonstige Finanzverbindlichkeiten	214.347	223.962	215.616	7.634	0	712	0
davon erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet	1.222	1.268	10	1.258	0	0	0
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	90.864	90.864	90.864	0	0	0	0
Übrige finanzielle Verbindlichkeiten	58.847	61.449	51.775	9.674	0	0	0
Derivative finanzielle Verbindlichkeiten	1.410	1.410	1.067	343	0	0	0
davon erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet	1.238	1.238	1.068	170	0	0	0
Summe	615.652	654.839	365.493	21.859	47.487	44.817	175.183

	31.12.2016 Buchwert	Brutto- abflüsse	Restlaufzeit bis				
			2017	2018	2019	2020	>2020
Nicht-derivative finanzielle Verbindlichkeiten							
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	448.397	484.039	7.433	64.236	61.046	111.495	239.829
Verbindlichkeiten aus Finance Lease	167	203	60	55	44	29	15
Sonstige Finanzverbindlichkeiten	34.631	34.956	33.947	933	76	0	0
davon erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet	1.186	1.193	1.193	0	0	0	0
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	88.735	88.735	88.735	0	0	0	0
Übrige finanzielle Verbindlichkeiten	58.603	58.628	50.290	8.338	0	0	0
Derivative finanzielle Verbindlichkeiten	3.668	3.668	3.112	556	0	0	0
davon erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet	3.401	3.401	3.068	333	0	0	0
Summe	634.201	670.229	183.577	74.118	61.166	111.524	239.844

Diese Darstellung zeigt keine Planzahlen, sondern die Finanzinstrumente, die am Bilanzstichtag im Bestand waren und für die vertragliche Vereinbarungen über die Zahlungen bestehen. Fremdwährungsbeträge wurden zum Stichtagskurs umgerechnet.

Es wurden keine wesentlichen finanziellen Vermögenswerte als Sicherheiten gestellt.

30.4 KAPITALMANAGEMENT

Ziel des Konzerns ist die Erhaltung einer starken Kapitalbasis, um das Vertrauen der Anleger, Investoren und Kunden zu wahren und die nachhaltige Entwicklung der GfK Gruppe sicherzustellen.

Zum 31. Dezember 2016 lag die Eigenkapitalquote bei 31,3 Prozent (31. Dezember 2015: 39,1 Prozent) und damit auf ähnlichem Niveau wie die der Mitbewerber. Der Vorstand überwacht regelmäßig die Kapitalrendite.

Zu den wichtigsten finanzwirtschaftlichen Zielen der GfK Gruppe zählt die Einhaltung der Financial Covenants in den bestehenden Kreditverträgen. Die Einhaltung dieser Kennzahlen hat höchste Priorität. Der Vorstand strebt langfristig einen Verschuldungsgrad, definiert als das Verhältnis von Nettoverschuldung zu EBITDA, von maximal 2,50 an.

31. ERLÄUTERUNGEN ZUR KONZERN-KAPITALFLUSS- RECHNUNG

Die Kapitalflussrechnung ist diesem Konzernanhang vorangestellt. Sie weist die Veränderungen des Bilanzpostens „Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente“ von GfK im Berichtsjahr aus. Entsprechend IAS 7, „Kapitalflussrechnungen“, wird zwischen Zahlungsströmen aus laufender Geschäftstätigkeit, aus Investitionstätigkeit und aus Finanzierungstätigkeit unterschieden. Der in der Kapitalflussrechnung betrachtete Finanzmittelfonds umfasst die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente. Sie bestehen aus den Kassenbeständen, Schecks, Zahlungsmitteläquivalenten und Festgeldern, soweit sie innerhalb von drei Monaten verfügbar sind.

Der Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit beträgt 146.203 TEUR (2015: 170.934 TEUR). Maßgeblichen Einfluss auf diese Entwicklung haben das gesunkene Konzernergebnis und die Veränderung des Working Capitals. Aus dessen Aufbau resultiert insgesamt ein Mittelabfluss in Höhe von –13.041 TEUR (2015: –20.980 TEUR). Wesentliche Ursache hierfür ist im Berichtsjahr die Entwicklung des operativen Working Capitals; es wurde um 10.822 TEUR aufgebaut (2015: 4.263 TEUR). Dieser Mittelabfluss resultiert aus einem Aufbau der operativen Forderungen bei einem gleichzeitigen Abbau der operativen Verbindlichkeiten.

Aus dem Aufbau des nicht operativen Working Capitals ergab sich ein Mittelabfluss in Höhe von –2.219 TEUR, der deutlich geringer war als der des Vorjahrs (2015: –16.717 TEUR). Das Vorjahr war insofern durch die Zahlung von Steuern, Zinsen und Strafzuschlägen aufgrund eines Gerichtsurteils im Zusammenhang mit Unregelmäßigkeiten bei der GfK Arastirma Hizmetleri A.S., Istanbul, Türkei, geprägt.

Die Veränderung der sonstigen zahlungsunwirksamen Erträge und Aufwendungen um 23.923 TEUR (2015: 14.418 TEUR) beinhaltet neben Effekten aus Währungskursänderungen nicht zahlungswirksame Rückstellungszuführungen für die Risikoversorge im Media-Measurement-Geschäft und für

Restrukturierungs- und Strategieprojekte. Ertragsteuerzahlungen führten im Geschäftsjahr 2016 zu Mittelabflüssen in Höhe von 55.642 TEUR (2015: 42.979 TEUR).

Durch den Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit wurden die Investitionen in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen in Höhe von 70.986 TEUR (2015: 94.126 TEUR) vollständig abgedeckt. Die weiterhin im Cashflow aus Investitionstätigkeit enthaltenen Auszahlungen für den Erwerb von konsolidierten Unternehmen und sonstigen Geschäftseinheiten beinhalten Zahlungsmittelabflüsse für Kaufpreiszahlungen in Höhe von 31.617 TEUR (2015: 13.952 TEUR). Durch die Akquisition von Tochtergesellschaften wurden im Jahr 2016 Finanzmittel in Höhe von 805 TEUR erworben (2015: 1.683 TEUR).

Diese Zahlungsmittelabflüsse wurden teilweise kompensiert durch Einzahlungen aus dem Verkauf von konsolidierten Unternehmen und sonstigen Geschäftseinheiten. Hierfür entstanden Zahlungsmittelzuflüsse aus Kaufpreiszahlungen in Höhe von 24.080 TEUR (2015: 26.039 TEUR). Dabei wurden Finanzmittel in Höhe von 1.658 TEUR (2015: 0 TEUR) veräußert. Es handelt sich größtenteils um den Verkauf des Marktforschungsgeschäfts im Bereich Pflanzenschutz und Tiergesundheit. Daraus ergibt sich ein Cashflow aus Investitionstätigkeit in Höhe von –71.374 TEUR (2015: –76.322 TEUR).

Informationen zu den erworbenen und veräußerten Vermögenswerten und Schulden finden sich in Kapitel 4.1, „Voll konsolidierte Gesellschaften“, dieses Konzernanhangs.

Bei saldierter Betrachtung der Aufnahme und der Tilgung von Finanzkrediten ergibt sich eine Netto-Kreditaufnahme in Höhe von 13.210 TEUR, die unter der des Vorjahres liegt (2015: 47.709 TEUR).

An die Aktionäre der GfK SE und an Minderheitsgesellschaften von Tochtergesellschaften wurden Dividenden in Höhe von 28.133 TEUR (2015: 31.736 TEUR) ausgezahlt. Da die Netto-Kreditaufnahme durch Dividenden- und Zinszahlungen überkompensiert wird, ergibt sich ein insgesamt negativer Cashflow aus Finanzierungstätigkeit von –32.096 TEUR (2015: –59.409 TEUR).

Die bilanziellen Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente stiegen um 44.231 TEUR (2015: 36.279 TEUR).

32. NAHESTEHENDE UNTERNEHMEN UND PERSONEN

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

Die Forderungen und Verbindlichkeiten gegenüber nahestehenden Unternehmen und Personen haben, sofern nicht anders angegeben, im Wesentlichen eine Restlaufzeit von bis zu einem Jahr.

32.1 TOCHTERUNTERNEHMEN, ASSOZIIERTE UNTERNEHMEN UND SONSTIGE BETEILIGUNGEN

Im Rahmen der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit unterhält GfK Beziehungen zu nicht konsolidierten Tochterunternehmen. Zum Abschlussstichtag bestanden wie im Vorjahr keine Verbindlichkeiten aus wesentlichen Geschäftsvorfällen. Im Berichtsjahr fielen keine wesentlichen operativen Aufwendungen (2015: 1.000 TEUR) an. Aus Beteiligungen an assoziierten Unternehmen fielen im Geschäftsjahr keine wesentlichen Erträge (2015: 5.595 TEUR) oder Aufwendungen (2015: 1.947 TEUR) an. Darüber hinaus gab es im Jahr 2016, wie schon im Vorjahr, keine nicht operativen Aufwendungen im Zusammenhang mit assoziierten Unternehmen oder sonstigen Beteiligungen.

32.2 MITGLIEDER DES MANAGEMENTS IN SCHLÜSSELPOSITIONEN

Mitglieder des Managements in Schlüsselpositionen umfassen die Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats der GfK SE als die für die Planung, Leitung und Überwachung der GfK Gruppe verantwortlichen Personen.

Die nach IAS 24, „Angaben über Beziehungen zu nahestehenden Unternehmen und Personen“, angabepflichtige Vergütung der Mitglieder des Managements in Schlüsselpositionen umfasst die Vergütung des Vorstands und des Aufsichtsrats der GfK SE.

Die folgende Tabelle zeigt die Angaben zur Vergütung des Vorstands.

	2015	2016
Kurzfristig fällige Leistungen	4.090	2.351
Leistungen nach Beendigung des Arbeitsverhältnisses	785	851
Sonstige Bezüge längerfristig ausgerichteter Art	718	-31
Aktienkursorientierte Vergütungen	1.045	3.245
Leistungen aus Anlass der Beendigung des Beschäftigungsverhältnisses	0	4.267
Gesamtvergütung	6.638	10.683

Während den Angaben nach IAS 24 zur Vergütung des Managements in Schlüsselpositionen eine aufwandsbezogene Betrachtung zugrunde liegt, gelten für die Angaben nach HGB die in DRS 17, „Berichterstattung über die Vergütung der Organmitglieder“, vorgeschriebenen abweichenden Regelungen.

Die dem Vorstand für seine Tätigkeit im Geschäftsjahr 2016 gewährten Gesamtbezüge nach § 314 Abs. 1 Nr. 6a HGB betragen 5.570 TEUR (2015: 5.901 TEUR). Der Vorstand besitzt zum Stichtag 31. Dezember 2016 insgesamt 9.000 GfK-Aktien und keine Optionen auf GfK-Aktien.

Ehemalige Mitglieder der Geschäftsführung der GfK GmbH, Nürnberg, des Vorstands der GfK Aktiengesellschaft, Nürnberg, und des Vorstands der GfK SE, Nürnberg, sowie deren Hinterbliebene erhielten Gesamtbezüge von 4.738 TEUR (2015: 1.647 TEUR). Für Pensionsverpflichtungen gegenüber dieser Personengruppe sind 49.398 TEUR (2015: 41.186 TEUR) zurückgestellt.

Die Gesamtbezüge des Aufsichtsrats beliefen sich für das Geschäftsjahr 2016 auf 1.035 TEUR (2015: 893 TEUR). Die Vergütung des Aufsichtsrats umfasst nur laufende Bezüge. Dabei handelt es sich um kurzfristig fällige Leistungen im Sinne des IAS 24.17. Auf den Aufsichtsrat entfallen 180 GfK-Aktien. Die Mitglieder des Aufsichtsrats halten keine Optionen auf GfK-Aktien.

Informationen zu den individualisierten Gesamtbezügen des Vorstands und des Aufsichtsrats der GfK SE sowie Erläuterungen zu den Grundzügen des Vergütungssystems in Bezug auf die entsprechenden Gesamtbezüge sind in Kapitel 4.6 des Konzernlageberichts enthalten.

Darlehen und Vorschüsse an Vorstands- oder Aufsichtsratsmitglieder der GfK SE bestanden keine. Wie schon im Vorjahr bestanden auch keine zugunsten dieser Personengruppen eingegangenen Haftungsverhältnisse.

32.3 SONSTIGE NAHESTEHENDE UNTERNEHMEN UND PERSONEN

Sonstige nahestehende Unternehmen und Personen umfassen den Mehrheitsanteilseigner der GfK SE, den GfK-Nürnberg, Gesellschaft für Konsum-, Markt- und Absatzforschung e.V., Nürnberg, sowie andere Mitgesellschafter von GfK-Tochterunternehmen. Im Berichtsjahr erfolgten die folgenden wesentlichen Transaktionen mit sonstigen nahestehenden Unternehmen und Personen:

Gegenüber dem Mehrheitsanteilseigner der GfK SE bestanden kurzfristige Verbindlichkeiten aus einem Darlehen in Höhe von 24.842 TEUR (2015: 20.851 TEUR), das regelmäßig verlängert wird und für das der marktübliche variable Zinssatz zum Jahresende 2016 0,10 Prozent betrug (31. Dezember 2015: 0,30 Prozent). Die korrespondierenden Zinsaufwendungen betragen 67 TEUR (2015: 158 TEUR). Darüber hinaus wurden mit diesem Anteilseigner Umsatzerlöse in Höhe von 2.393 TEUR (2015: 2.502 TEUR) realisiert.

Verbindlichkeiten gegenüber Minderheitsanteilseignern von Tochtergesellschaften aus noch nicht ausgezahlten Ergebnisanteilen bestanden im Berichtsjahr wie im Vorjahr nicht.

Auf die nicht beherrschenden Anteile an Tochterunternehmen entfallen keine wesentlichen Anteile am Konzern-Eigenkapital, am Konzernergebnis oder am Konzern-Gesamtergebnis.

33. HAFTUNGSVERHÄLTNISSSE, EVENTUALSCHULDEN UND SONSTIGE FINANZIELLE VERPFLICHTUNGEN

Die Haftungsverhältnisse und sonstigen finanziellen Verpflichtungen, die nicht in der Konzernbilanz passiviert werden, sind zu Nominalwerten bewertet und werden in der folgenden Tabelle untergliedert.

	31.12.2015	31.12.2016
Verpflichtungen aus		
Wartungs-, Service- und Lizenzverträgen	714	939
Bürgschaften und Garantien	2.702	2.021
Bestellobligo	908	24

Von diesen Verpflichtungen haben 1.213 TEUR (2015: 1.973 TEUR) eine Restlaufzeit von bis zu einem Jahr.

Darüber hinaus bestehen die folgenden Haftungsverhältnisse und finanziellen Verpflichtungen:

Im Rahmen des Erwerbs der NOP-World-Gruppe im Jahr 2005 wurde die GfK Gruppe teilweise umstrukturiert, und es wurden Teilkonzerne mit Zwischenholdings gebildet. Für zwei der Holding-Geschäftsführer hat die GfK SE eine eingeschränkte Erklärung abgegeben, sie grundsätzlich von allen Forderungen freizustellen, die möglicherweise in Zukunft von dritter Seite im Zusammenhang mit ihrer Geschäftsführerposition für diese Gesellschaften geltend gemacht werden.

Für drei Mitglieder der Geschäftsführung der türkischen Tochtergesellschaft GfK Arastirma Hizmetleri A. S., Istanbul, Türkei, hat die GfK SE eine eingeschränkte Erklärung abgegeben, sie von Forderungen freizustellen, die aufgrund von Handlungen der vormaligen Geschäftsführung der genannten Gesellschaft von türkischen Steuer- und Sozialversicherungsbehörden gegen die drei Mitglieder der Geschäftsführung geltend gemacht werden könnten.

Eine entsprechende Erklärung wurde auch für den Geschäftsführer der Tochtergesellschaft TRMR Vermögensverwaltungs GmbH, Nürnberg, abgegeben, die eine geschäftsführende Funktion in der genannten türkischen Tochtergesellschaft ausübt.

Naturgemäß ergeben sich aus der Leistungsverrechnung und der steuerlichen Optimierung der Konzernstruktur in einem internationalen Konzern steuerliche Prüfungsrisiken. Es ist möglich, dass im Rahmen von zukünftigen steuerlichen Außenprüfungen bei Gesellschaften der GfK Gruppe Steuernachzahlungen festgesetzt werden. Dasselbe gilt für mögliche Verpflichtungen gegenüber Sozialversicherungsträgern. Eintrittswahrscheinlichkeit und Höhe solcher zukünftigen Verpflichtungen können nicht verlässlich eingeschätzt werden.

Die zukünftigen Verpflichtungen aus Leasingverträgen werden im Kapitel 17, „Sachanlagen“, im Unterpunkt „Leasing“ dargestellt.

34. SEGMENTBERICHTERSTATTUNG

Nach IFRS 8, „Segmentberichterstattung“, erfolgt die externe Segmentberichterstattung auf Basis der konzerninternen Organisations- und Managementstrukturen sowie der internen Finanzberichterstattung an die Hauptentscheidungsträger (Chief Operating Decision Maker). In der GfK Gruppe ist der Vorstand für die Bewertung und Steuerung des Geschäftserfolgs der Sektoren verantwortlich, die in der GfK Gruppe den Segmenten gemäß IFRS 8 entsprechen, und gilt als oberstes Führungsgremium im Sinne des IFRS 8.

Die Organisationsstruktur der GfK Gruppe gliedert sich in die zwei Sektoren Consumer Experiences und Consumer Choices, ergänzt durch den Bereich Sonstige.

Der Sektor Consumer Experiences beschäftigt sich mit dem Verhalten und der Einstellung von Verbrauchern. Hierbei spezialisiert er sich auf operative und strategische Marketingfragestellungen für nahezu alle Branchen und Märkte. Kreative, robuste und flexible Methoden werden bei der Erforschung des Verbraucherverhaltens eingesetzt. Quelle der Daten sind insbesondere Konsumenten, aber auch Medien.

Der Sektor Consumer Choices setzt sich mit Marktgrößen, Marktwährungen, Medienkonvergenz und Verkaufskanälen auseinander. Hier handelt es sich um sehr detaillierte, präzise und schnelle Daten, die die Entscheidungen und Handlungen der Verbraucher widerspiegeln. Das Angebot beinhaltet insbesondere kontinuierliche Analysen und Studien, für die der Handel und Medien jeglicher Art die Quellen der Daten bilden.

Ergänzt werden die Sektoren durch den Bereich Sonstige, in dem insbesondere zentrale Dienstleistungen von GfK für seine Tochterunternehmen sowie sonstige marktforschungsfremde Leistungen zusammengefasst werden.

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
- › Aufwendungen aus Rechtsstreitigkeiten, Compliance-Fällen und nicht fortgeführten Projekten
- › sonstige hervorgehobene Posten

Die Erträge mit Dritten umfassen die nach IFRS ermittelten Umsatzerlöse. Die Erträge zwischen den Sektoren beinhalten die Lieferung von Marktforschungsdaten sowie andere unterstützende Dienstleistungen. Die Abschreibungen entsprechen den Abschreibungen nach IFRS auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen ohne Abschreibungen auf aufgedeckte stille Reserven aus der Kaufpreisallokation und Abschreibungen, die

in den sonstigen betrieblichen Aufwendungen enthalten sind. Die Wertminderungen und Wertaufholungen beinhalten alle Wertminderungen und Wertaufholungen auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen.

Die Segmentinformationen für die Sektoren für die Geschäftsjahre 2016 und 2015 sind in den folgenden Tabellen abgebildet.

	Erträge mit Dritten		Intersektor-Erträge		Sektor-Erträge	
	2015	2016	2015	2016	2015	2016
Consumer Experiences	859.110	803.005	16.697	26.896	875.807	829.901
Consumer Choices	681.128	680.311	12.144	20.108	693.272	700.419
Summe operative Sektoren	1.540.238	1.483.316	28.841	47.004	1.569.079	1.530.320
Eliminierung Intersektor-Erträge	-	-	-	-	-28.841	-47.004
Überleitung	3.188	498	-	-	3.188	498
Konzern	1.543.426	1.483.814	28.841	47.004	1.543.426	1.483.814

	Angepasstes operatives Ergebnis		Abschreibungen		Wertminderungen		Wertaufholungen	
	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016
Consumer Experiences	58.943	53.997	7.220	8.304	42.503	151.150	-3.672	-778
Consumer Choices	145.027	114.571	30.226	34.762	20.574	10.432	-331	-243
Überleitung	-16.391	-13.275	20.936	24.079	2.511	97	0	0
Konzern	187.579	155.293	58.382	67.145	65.588	161.679	-4.003	-1.021

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.

Die Überleitung der Abschreibungen zu den im Konzern-Anlagenspiegel für immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen dargestellten Zugängen bei den Abschreibungen stellt sich wie folgt dar:

	2015	2016
Abschreibungen gemäß Segmentberichterstattung	58.382	67.145
Abschreibungen auf aufgedeckte stille Reserven aus der Kaufpreisallokation	4.901	5.121
Abschreibungen im sonstigen Ergebnis	201	222
Abschreibungen in Konzern-Anlagenspiegeln (siehe Kapitel 16 und 17)	63.484	72.488

Für die Überleitung des angepassten operativen Ergebnisses zum operativen Ergebnis wird auf Kapitel 11 dieses Konzernanhangs verwiesen.

Die Informationen über geografische Bereiche beinhalten Angaben über die Regionen, in denen die GfK Gruppe aktiv ist. Dabei handelt es sich um die Regionen Nordeuropa, Süd- und Westeuropa, Zentral Osteuropa/META, Nordamerika, Lateinamerika sowie Asien und Pazifik.

Die Regionen Süd- und Westeuropa sowie Zentral Osteuropa/META beinhalten alle Länder der Europäischen Union und sonstige Staaten Europas, in denen die GfK Gruppe vertreten ist, mit Ausnahme von Deutschland, Dänemark, Großbritannien, Lettland, Malta, Norwegen, Schweden und der Schweiz. Letztere gehören der Region Nordeuropa an. Außerdem sind die afrikanischen Länder Ägypten und Südafrika sowie Russland, Kasachstan, die Vereinigten Arabischen Emirate und Pakistan der Region Zentral Osteuropa/META zugeordnet. In der Region Nordamerika sind die Vereinigten Staaten von Amerika und Kanada vertreten. Argentinien, Brasilien, Chile, Ecuador, Kolumbien, Mexiko und Peru sind der Region Lateinamerika zugeordnet. Die Region Asien und Pazifik beinhaltet Tochtergesellschaften in den Ländern Australien, China, Indien, Indonesien, Japan, Malaysia, den Philippinen, Singapur, Südkorea, Thailand und Vietnam.

Die Informationen über geografische Bereiche basieren auf den Finanzinformationen, die für die Erstellung des Konzernabschlusses verwendet werden. Die anzugebenden langfristigen Vermögenswerte beinhalten gemäß IFRS 8 keine Finanzinstrumente, latenten Steueransprüche, Leistungen nach Beendigung des Arbeitsverhältnisses und Rechte aus Versicherungsverträgen.

Die Regionenzuordnung der Erträge mit Dritten, die nach dem Sitz der jeweiligen Tochtergesellschaft vorgenommen wird, ist in der nachstehenden Tabelle dargestellt.

	Erträge mit Dritten	
	2015	2016
Nordeuropa	575.583	537.412
Süd- und Westeuropa	267.037	269.770
Zentral Osteuropa/META	126.501	127.889
Nordamerika	321.019	289.778
Lateinamerika	67.920	69.688
Asien und Pazifik	185.366	189.277
Konzern	1.543.426	1.483.814

Die Aufteilung der Erträge mit Dritten auf Gruppen vergleichbarer Dienstleistungen entspricht den oben dargestellten Segmentangaben für die Sektoren Consumer Experiences und Consumer Choices.

Auf Deutschland und die USA entfallen jeweils mehr als 10 Prozent der Erträge mit Dritten des Konzerns. Nähere Angaben hierzu sind in der folgenden Tabelle enthalten.

	Erträge mit Dritten	
	2015	2016
Deutschland	381.797	384.648
USA	314.493	284.219
Übriges Ausland	847.136	814.947
Summe Ausland	1.161.629	1.099.166
Konzern	1.543.426	1.483.814

Im Berichtsjahr wurden, ebenso wie im Vorjahr, konzernweit keine Erträge mit Dritten von mehr als 10 Prozent des Konzernumsatzes mit einzelnen Kunden getätigt.

Die Überleitung der langfristigen Vermögenswerte gemäß Konzernbilanz zu den langfristigen Vermögenswerten, die nach Regionen aufgeteilt werden, stellt sich wie folgt dar:

	31.12.2015	31.12.2016
Langfristige Vermögenswerte gemäß Konzernbilanz	1.221.705	1.065.461
abzüglich sonstiger finanzieller Vermögenswerte	5.613	3.315
abzüglich latenter Steueransprüche	43.578	30.102
Langfristige Vermögenswerte für die Regionenzuordnung	1.172.514	1.032.044

Die Zuordnung dieser langfristigen Vermögenswerte zu den Regionen ergibt sich aus der nachstehenden Tabelle.

	Langfristige Vermögenswerte	
	31.12.2015	31.12.2016
Nordeuropa	566.030	490.005
Süd- und Westeuropa	115.394	112.092
Zentral Osteuropa/META	96.131	88.378
Nordamerika	268.233	242.731
Lateinamerika	45.088	37.544
Asien und Pazifik	81.638	61.294
Konzern	1.172.514	1.032.044

Auf Deutschland und die USA entfallen jeweils mehr als 10 Prozent der langfristigen Vermögenswerte ohne Berücksichtigung der Geschäfts- oder Firmenwerte in Höhe von 642.721 TEUR (31. Dezember 2015: 774.003 TEUR), da diese nicht auf Länderebene geführt werden. Nähere Angaben hierzu sind in der folgenden Tabelle enthalten.

	Langfristige Vermögenswerte	
	31.12.2015	31.12.2016
Deutschland	153.445	152.873
USA	90.131	88.090
Übriges Ausland	154.935	148.358
Summe Ausland	245.066	236.448
Konzern	398.511	389.323

Die Zugänge an sonstigen immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen verteilen sich wie folgt auf die Sektoren:

	Zugänge im Anlagevermögen	
	2015	2016
Consumer Experiences	12.154	11.840
Consumer Choices	50.879	49.566
Sonstige/Überleitung	35.243	34.333
Konzern	98.276	95.739

35. SCHWEBENDE RECHTSSTREITIGKEITEN UND SCHADENERSATZANSPRÜCHE

In verschiedenen Ländern ist GfK an rechtlichen Verfahren beteiligt, die auf unterschiedlichen Rechtsgründen basieren. Sie stellen aus Sicht des Vorstands keine wesentlichen Risiken für die GfK Gruppe dar. Risiken aus Schadensfällen und Haftungsfragen sind entweder durch lokale oder durch konzernweit geltende Versicherungen abgesichert oder es wurde über Rückstellungen entsprechende Vorsorge getroffen.

36. EREIGNISSE NACH DEM BILANZSTICHTAG

Am 21. Dezember 2016 veröffentlichte die Acceleratio Capital N.V., mit Sitz in Amsterdam, Niederlande, eine Holdinggesellschaft im Besitz von Fonds, die durch Kohlberg Kravis Roberts & Co. L.P. („KKR“) beraten werden, eine Angebotsunterlage für ein freiwilliges öffentliches Übernahmeangebot (Barangebot) für alle nicht von der Acceleratio Capital N.V. gehandelten Aktien der GfK SE zu einem Preis von 43,50 Euro pro Aktie in bar. Für die Einzelheiten des Angebots wird auf die Angebotsunterlage verwiesen. Vorstand und Aufsichtsrat der GfK SE veröffentlichten ihre gemeinsame Stellungnahme zur Angebotsunterlage am 30. Dezember 2016 im Internet unter <http://www.gfk.com/de/investoren/uebersicht-investoren/>.

Die Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats der GfK SE, die persönlich Aktien der GfK SE halten, haben das Angebot angenommen.

Acceleratio Capital N.V. hat mitgeteilt, dass innerhalb der Annahmefrist, die mit der Veröffentlichung der Angebotsunterlage am 21. Dezember 2016 begann und am 10. Februar 2017, 24:00 Uhr (Ortszeit Frankfurt am Main)/18:00 Uhr (Ortszeit New York) endete, 7.052.242 GfK-Aktien, das sind 19,3191 Prozent des Grundkapitals der GfK SE, angedient wurden. Damit wurde die in der Angebotsunterlage als Angebotsbedingung enthaltene Mindestannahmequote in Höhe von 18,54 Prozent erfüllt. Ferner hat Acceleratio Capital N.V. mitgeteilt, dass innerhalb der nachfolgenden weiteren Annahmefrist, die am 16. Februar 2017 begann und am 1. März 2017, 24:00 Uhr (Ortszeit Frankfurt am Main)/18:00 Uhr (Ortszeit New York) endete, weitere 2.470 GfK-Aktien, das sind weitere 0,01 Prozent des Grundkapitals, angedient wurden. Der Bieterin sind darüber hinaus zum Ablauf der weiteren Annahmefrist Stimmrechte aus 1.158.665 GfK-Aktien gemäß § 30 Abs. 1 Satz 1 Nr. 5 WpÜG nach ihrer Auskunft zuzurechnen. Dies entspricht einem Anteil von ca. 3,17 Prozent des Grundkapitals und der Stimmrechte der GfK SE. Darüber hinaus sind der Acceleratio Topco S.à r.l., einer mit der Bieterin im Sinne des § 2 Abs. 5 WpÜG gemeinsam handelnden Person, zum Ablauf der weiteren Annahmefrist Stimmrechte aus 2.516.725 GfK-Aktien gemäß § 30 Abs. 1 Satz 1 Nr. 5 WpÜG nach ihrer Auskunft zuzurechnen. Dies entspricht einem Anteil von ca. 6,89 Prozent des Grundkapitals und der Stimmrechte der GfK SE. Insgesamt wurden daher der Acceleratio Capital N.V. nach ihren Angaben im Rahmen ihres Übernahmeangebots 10.730.102 Aktien (rund 29,39 Prozent) angedient oder sind ihr oder mit ihr gemeinsam handelnden Personen im Sinne des § 2 Abs. 5 WpÜG zuzurechnen. Alle Angebotsbedingungen des Übernahmeangebots sind erfüllt.

In seiner Sitzung am 10. März 2016 bestellte der Aufsichtsrat der GfK SE Herrn Peter Feld mit Wirkung zum 15. März 2017 zum neuen Vorsitzenden des Vorstands (CEO).

Weitere Ereignisse mit wesentlichem Einfluss auf die GfK Gruppe haben nach dem Bilanzstichtag nicht stattgefunden.

37. ÄNDERUNGEN IN IFRS-STANDARDS UND -INTERPRETATIONEN

37.1 ERSTMALIGE ANWENDUNG VON STANDARDS ODER INTERPRETATIONEN

Im Folgenden sind Änderungen von Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden dargestellt, die sich aus einem neuen Standard oder einer neuen Interpretation ergeben, sofern sie für die GfK Gruppe von Bedeutung sind.

Änderungen an IFRS 10, IFRS 12 und IAS 28 – Investmentgesellschaften: Anwendung der Konsolidierungsausnahme

Die Änderungen dienen zur Klärung von verschiedenen Fragestellungen in Bezug auf die Anwendung der Ausnahme von der Konsolidierungspflicht nach IFRS 10, wenn das Mutterunternehmen die Definition einer „Investmentgesellschaft“ erfüllt. Demnach sind Mutterunternehmen auch dann von der Konzernabschlussstellungspflicht befreit, wenn das übergeordnete Mutterunternehmen seine Tochterunternehmen nicht konsolidiert, sondern zum beizulegenden Zeitwert nach IFRS 10 bilanziert. Auch bezogen auf die Bilanzierung von Tochterunternehmen einer Investmentgesellschaft wird weiter differenziert.

Schließlich wird klargestellt, dass ein Investor, der nicht die Definition einer Investmentgesellschaft erfüllt und die Equity-Methode auf ein assoziiertes Unternehmen oder ein Joint Venture anwendet, die Bewertung zum beizulegenden Zeitpunkt beibehalten kann, die das Beteiligungsunternehmen auf seine Beteiligungen an Tochterunternehmen anwendet.

Zudem sehen die Änderungen vor, dass eine Investmentgesellschaft, die alle ihre Tochterunternehmen zum beizulegenden Zeitwert bewertet, die nach IFRS 12 vorgeschriebenen Angaben zu Investmentgesellschaften zu machen hat.

Die Änderungen haben keine wesentlichen Auswirkungen auf den Konzernabschluss der GfK Gruppe.

Änderungen an IFRS 11 – Bilanzierung von Erwerben von Anteilen an einer gemeinsamen Geschäftstätigkeit

IFRS 11 enthält Regelungen zur bilanziellen und erfolgsrechnerischen Erfassung von Gemeinschaftsunternehmen („Joint Ventures“) und gemeinschaftlichen Tätigkeiten („Joint Operations“). Während Gemeinschaftsunternehmen nach der Equity-Methode bilanziert werden, ist die in IFRS 11 vorgesehene Abbildung gemeinschaftlicher Tätigkeiten mit der Quotenkonsolidierung vergleichbar.

Mit der Änderung des IFRS 11 regelt das IASB die Bilanzierung eines Erwerbs von Anteilen an einer gemeinschaftlichen Tätigkeit, die einen Geschäftsbetrieb im Sinne des IFRS 3, „Unternehmenszusammenschlüsse“, darstellt. In solchen Fällen soll der Erwerber die Grundsätze für die Bilanzierung von Unternehmenszusammenschlüssen und die Angabepflichten nach IFRS 3 anwenden.

Die Änderungen haben keine wesentlichen Auswirkungen auf den Konzernabschluss der GfK Gruppe.

Änderungen an IAS 1 – Angabeninitiative

Die Änderungen betreffen verschiedene Ausweisfragen. Es wird klargestellt, dass Anhangangaben nur dann notwendig sind, wenn ihr Inhalt nicht unwesentlich ist. Dies gilt explizit auch dann, wenn ein IFRS eine Liste von Minimumangaben fordert. Zudem werden Erläuterungen zur Aggregation und Disaggregation von Posten in der Bilanz und der Gesamtergebnisrechnung aufgenommen. Des Weiteren wird klargestellt, wie Anteile am Sonstigen Ergebnis at equity bewerteter Unternehmen in der Gesamtergebnisrechnung darzustellen sind. Schließlich erfolgt die Streichung einer Musterstruktur des Anhangs zur stärkeren Berücksichtigung unternehmensindividueller Relevanz.

Die Änderungen haben keine wesentlichen Auswirkungen auf den Konzernabschluss der GfK Gruppe.

Änderungen an IAS 16 und IAS 38 – Klarstellung akzeptabler Abschreibungsmethoden

Mit diesen Änderungen stellt das IASB weitere Leitlinien zur Festlegung einer akzeptablen Abschreibungsmethode zur Verfügung. Umsatzbasierte Abschreibungsmethoden sind demnach für Sachanlagen nicht und für immaterielle Vermögenswerte lediglich in bestimmten Ausnahmefällen zulässig. Es gilt die widerlegbare Vermutung der Unangemessenheit.

Die Änderungen haben keine wesentlichen Auswirkungen auf den Konzernabschluss der GfK Gruppe.

Änderungen an IAS 19 – Leistungsorientierte Pläne: Arbeitnehmerbeiträge

Mit den Änderungen werden die Vorschriften klargestellt, die sich mit der Zuordnung von Arbeitnehmerbeiträgen und Beiträgen von dritten Parteien zu den Dienstleistungsperioden beschäftigen, wenn die Beiträge mit der Dienstzeit verknüpft sind. Darüber hinaus werden Erleichterungen geschaffen, wenn die Beiträge von der Anzahl der geleisteten Dienstjahre unabhängig sind.

Die Änderungen haben keine wesentlichen Auswirkungen auf den Konzernabschluss der GfK Gruppe.

Änderungen an IAS 27 – Equity-Methode im separaten Abschluss

Mit der Änderung wird die Equity-Methode als Bilanzierungsoption für Anteile an Tochterunternehmen, Joint Ventures und assoziierten Unternehmen in Einzelabschlüssen eines Investors wieder zugelassen. Die bestehenden Optionen zur Bewertung zu Anschaffungskosten oder nach IAS 39 bleiben erhalten. Seit 2005 war die Anwendung der Equity-Methode für Anteile im Einzelabschluss des Mutterunternehmens nach IAS 27 nicht mehr zulässig.

Die Änderungen haben keine Auswirkungen auf den Konzernabschluss der GfK Gruppe.

Verbesserungen an den IFRS, Zyklus 2010–2012

Im Rahmen des jährlichen Verbesserungsprojekts wurden Änderungen an sieben Standards vorgenommen. Mit der Anpassung von Formulierungen in einzelnen IFRS soll eine Klarstellung der bestehenden Regelungen erreicht werden. Daneben gibt es Änderungen mit Auswirkungen auf Anhangangaben. Betroffen sind die Standards IFRS 2, IFRS 3, IFRS 8, IFRS 13, IAS 16, IAS 24 und IAS 38.

Die Änderungen zu IFRS 2 und IFRS 3 sind, trotz der Anwendung der Vorschriften für Geschäftsjahre, die am oder nach dem 1. Februar 2015 beginnen, bereits auf Transaktionen anzuwenden, die am oder nach dem 1. Juli 2014 stattfanden oder stattfinden.

Die Änderungen haben keine wesentlichen Auswirkungen auf den Konzernabschluss der GfK Gruppe.

Verbesserungen an den IFRS, Zyklus 2012–2014

Im Rahmen des jährlichen Verbesserungsprojekts wurden Änderungen an vier Standards vorgenommen. Mit der Anpassung von Formulierungen in einzelnen IFRS/IAS soll eine Klarstellung der bestehenden Regelungen erreicht werden. Betroffen sind die Standards IFRS 5, IFRS 7, IAS 19 und IAS 34.

Die Änderungen haben keine wesentlichen Auswirkungen auf den Konzernabschluss der GfK Gruppe.

37.2 STANDARDS UND INTERPRETATIONEN, DIE VON DER EU ÜBERNOMMEN WURDEN, DIE ABER FÜR GESCHÄFTSJAHRE AB DEM 1. JANUAR 2017 NOCH NICHT VERPFLICHTEND SIND (NICHT VORZEITIG ANGEWENDETE STANDARDS UND INTERPRETATIONEN)

Für die folgenden neuen oder geänderten Standards und Interpretationen, die verpflichtend erst in späteren Geschäftsjahren anzuwenden sind, plant die GfK Gruppe keine frühzeitige Anwendung. Soweit nicht anders angegeben, werden die Auswirkungen auf den Konzernabschluss der GfK Gruppe derzeit geprüft.

IFRS 9 – Finanzinstrumente

Der im Juli 2014 herausgegebene IFRS 9 ersetzt die bestehenden Leitlinien in IAS 39, „Finanzinstrumente: Ansatz und Bewertung“. IFRS 9 enthält überarbeitete Leitlinien zur Einstufung und Bewertung von Finanzinstrumenten, darunter ein neues Modell der erwarteten Kreditausfälle zur Berechnung der Wertminderung von finanziellen Vermögenswerten. IFRS 9 ersetzt das Modell der „eingetretenen Verluste“ des IAS 39 durch ein zukunftsorientiertes Modell der „erwarteten Kreditausfälle“. Dies erfordert erhebliche Ermessensentscheidungen bezüglich der Frage, inwieweit die erwarteten Kreditausfälle durch Veränderungen bei den wirtschaftlichen Faktoren beeinflusst werden.

Der Standard enthält auch die neuen allgemeinen Bilanzierungsvorschriften für Sicherungsgeschäfte und übernimmt weitestgehend die Vorschriften hinsichtlich finanzieller Verbindlichkeiten aus IAS 39. Durch die Einführung von IFRS 9 kommt es ebenso zu überarbeiteten qualitativen und quantitativen Anhangangaben nach IFRS 7.

Die GfK Gruppe hat ein Projekt zur Evaluierung der Auswirkungen von IFRS 9 aufgesetzt. In einem ersten Schritt werden alle Finanzinstrumente anhand der neuen Regelungen klassifiziert. Für das Jahr 2017 sind weitere Projektschritte geplant. Im Rahmen der Vorschriften zu Wertminderungen erwartet GfK aufgrund des neuen Modells zur Erfassung der Kreditausfälle einen früheren Anfall von Wertberichtigungen, ohne dies derzeit näher spezifizieren oder quantifizieren zu können.

IFRS 9 ist erstmals anzuwenden in Geschäftsjahren, die am oder nach dem 1. Januar 2018 beginnen. Eine frühzeitige Anwendung ist nicht beabsichtigt.

IFRS 15 – Erlöse aus Verträgen mit Kunden

IFRS 15, „Erlöse aus Verträgen mit Kunden“, legt einen umfassenden Rahmen zur Bestimmung fest, ob, in welcher Höhe und zu welchem Zeitpunkt Umsatzerlöse erfasst werden. Er ersetzt bestehende Leitlinien zur Erfassung von Umsatzerlösen, darunter IAS 18, „Umsatzerlöse“, IAS 11, „Fertigungsaufträge“, und IFRIC 13, „Kundenbindungsprogramme“.

IFRS 15 ist erstmals anzuwenden in Geschäftsjahren, die am oder nach dem 1. Januar 2018 beginnen. Eine frühzeitige Anwendung ist zulässig, jedoch nicht beabsichtigt.

GfK hat frühzeitig ein Projekt zum neuen Standard IFRS 15 ins Leben gerufen, das aus mehreren Phasen besteht. In der ersten Phase, die Ende 2016 abgeschlossen wurde, wurden die Erlösströme (revenue streams) der GfK Gruppe identifiziert und die Methode der Umsatzrealisierung nach IFRS 15 für jeden Erlösstrom festgelegt.

Hierfür wurde zunächst eine Vielzahl von Tochtergesellschaften mithilfe von ausführlichen Fragebögen zu den Eigenschaften ihrer Kundenverträge und den verschiedenen Arten ihres Geschäfts befragt. Daraus wurden mögliche Erlösströme abgeleitet. Anschließend wurden basierend auf diesen Erkenntnissen konkrete, bestehende Kundenverträge aus unterschiedlichen Auftragstypen weltweit detailliert auf ihren Inhalt hin untersucht, um die herausgearbeiteten Erlösströme zu verifizieren und um festlegen zu können, welche Methode der Umsatzrealisierung für jeden Erlösstrom die nach IFRS 15 zutreffende ist.

Phase 2 des Projekts wird sich während des Jahres 2017 mit der Umsetzung notwendiger Anpassungen, zum Beispiel in den Systemen, Prozessen und Richtlinien, aufgrund der geänderten Vorschriften befassen.

Als wesentliche Erkenntnis ging aus der ersten Projektphase hervor, dass die GfK Gruppe vier Haupt-Erlösströme hat, nämlich das Panelgeschäft, das Ad-hoc-Geschäft, das syndizierte Geschäft und das sonstige Geschäft.

Darüber hinaus wurde deutlich, dass sich IFRS 15 in der GfK Gruppe insbesondere auf den Zeitpunkt der Umsatzrealisierung auswirken wird, und zwar nach den bisherigen Ergebnissen des Projekts hauptsächlich im Panelgeschäft und im syndizierten Geschäft.

Für Geschäfte aus dem Panelbereich wird der zu realisierende Umsatz bisher nach dem zeitanteiligen Projektfortschritt ermittelt. Der Umsatz eines Projekts wird so gleichmäßig auf seine Zeitdauer verteilt. In jedem Monat während der Laufzeit eines Auftrags wird betragsmäßig der gleiche Umsatz realisiert.

Syndiziertes Geschäft wird bislang für die Umsatzermittlung wie Panelgeschäft behandelt, wenn es vom Charakter her mit Panelgeschäft vergleichbar ist, weil es sich um wiederkehrende Studien handelt, bei denen der Kostenverlauf über die Laufzeit ungefähr gleich verteilt ist.

Beim übrigen syndizierten Geschäft hängt die Methode der Umsatzrealisierung von der empirischen Einschätzung der Profitabilität der jeweiligen Studie ab:

Ist ein Gewinn aus einer Studie wahrscheinlich, wird sie wie ein Ad-hoc-Auftrag bewertet.

Ist noch nicht hinreichend sicher, ob genügend Abnehmer für eine Studie gefunden werden, wird der Umsatz entsprechend den angefallenen Kosten wie folgt realisiert: Liegt der Wert des tatsächlichen Auftragseingangs unter den angefallenen Kosten, ist der realisierbare Umsatz auf den Wert des Auftragseingangs

beschränkt. Sobald feststeht, dass der Auftragswert die Kosten übersteigt, erfolgt die Umsatzrealisierung wie bei einem Ad-hoc-Auftrag.

Sowohl im Panelgeschäft als auch im syndizierten Geschäft wurde der an den Kunden zu liefernde Bericht als die Leistungsverpflichtung identifiziert. Damit handelt es sich nach IFRS 15 um eine Leistungsverpflichtung, die zu einem bestimmten Zeitpunkt erfüllt wird, was dazu führt, dass die Umsatzrealisierung mit der Auslieferung des Berichts erfolgt. Dadurch werden der Umsatz und gleichzeitig das Ergebnis aus dem Panelgeschäft und aus dem syndizierten Geschäft bei Anwendung von IFRS 15 unterjährig stärker schwanken als bisher und tendenziell später anfallen. Die Auswirkung kann jedoch momentan noch nicht näher spezifiziert oder quantifiziert werden.

Für Erlöse aus dem Ad-hoc-Geschäft erwarten wir keine Änderungen gegenüber der bisherigen Praxis. Geschäfte aus dem Ad-hoc-Bereich werden mit der Methode des kostenanteiligen Projektfortschritts bewertet. Der Projektfortschritt wird hierbei als Verhältnis der tatsächlich angefallenen Kosten zu den insgesamt für das Projekt erwarteten Kosten ermittelt. Die Schätzung der Gesamtkosten wird während der gesamten Projektdauer laufend überprüft. Änderungen in der Schätzung der Gesamtkosten fließen in die Ermittlung des realisierbaren Umsatzes zu dem Zeitpunkt ein, zu dem sie absehbar werden.

Bei Anwendung von IFRS 15 wurde im Ad-hoc-Geschäft die Datenerhebung als Leistungsverpflichtung identifiziert. Diese wird über einen bestimmten Zeitraum erfüllt. Folglich wird weiterhin die Methode des kostenanteiligen Projektfortschritts zur Anwendung kommen.

Darüber hinaus wird es aufgrund von IFRS 15 geänderte und zusätzliche Anhangangaben unter anderem zur Zusammensetzung des Umsatzes, zur Entwicklung von Vertragsvermögenswerten und -verbindlichkeiten und zu den verbleibenden Leistungsverpflichtungen geben.

GfK hat noch nicht entschieden, welche der zur Verfügung stehenden Übergangsmethoden und Vereinfachungen in Anspruch genommen werden sollen.

37.3 STANDARDS UND INTERPRETATIONEN, DIE VON DER EU NICHT ÜBERNOMMEN WURDEN UND FÜR GESCHÄFTSJAHRE AB DEM 1. JANUAR 2017 NOCH NICHT VERPFLICHTEND SIND (NICHT VORZEITIG ANGEWENDETE STANDARDS UND INTERPRETATIONEN)

IFRS 16 – Leasingverhältnisse

IFRS 16 führt ein einheitliches Rechnungslegungsmodell ein, wonach Leasingverhältnisse in der Bilanz des Leasingnehmers zu erfassen sind. Ein Leasingnehmer erfasst ein Nutzungsrecht (right-of-use asset), das sein Recht auf die Nutzung des zugrunde liegenden Vermögenswerts darstellt, sowie eine Schuld aus dem Leasingverhältnis, die seine Verpflichtung zu Leasingzahlungen darstellt. Es gibt Ausnahmeregelungen für kurzfristige Leasingverhältnisse und für Leasingverhältnisse hinsichtlich geringwertiger Wirtschaftsgüter. Die Rechnungslegung beim Leasinggeber ist vergleichbar mit dem derzeitigen Standard – das heißt, dass der Leasinggeber Leasingverhältnisse weiterhin als Finance Lease oder Operating Lease einstuft.

IFRS 16 ersetzt die bestehenden Leitlinien zu Leasingverhältnissen, darunter IAS 17, „Leasingverhältnisse“, IFRIC 4, „Feststellung, ob eine Vereinbarung ein Leasingverhältnis enthält“, SIC 15, „Operating-Leasingverhältnisse – Anreize“ und SIC 27, „Beurteilung des wirtschaftlichen Gehalts von Transaktionen in der rechtlichen Form von Leasingverhältnissen“.

Der Standard ist – vorbehaltlich einer Übernahme in EU-Recht – erstmals in der ersten Berichtsperiode eines am oder nach dem 1. Januar 2019 beginnenden Geschäftsjahres anzuwenden. Eine frühzeitige Anwendung ist zulässig für Unternehmen, die IFRS 15, „Erlöse aus Verträgen mit Kunden“, zum Zeitpunkt der erstmaligen Anwendung des IFRS 16 oder davor anwenden.

GfK hat mit der Beurteilung der möglichen Auswirkungen der Anwendung des IFRS 16 auf seinen Konzernabschluss begonnen. Gemäß ersten Erkenntnissen wird es bei Anwendung von IFRS 16 durch die Aktivierung des Nutzungsrechts und die Passivierung der Leasingverbindlichkeit von bisher als Operating Lease qualifizierten Leasingverträgen zu einer Verlängerung der Konzernbilanz kommen. Die in der Gruppe bestehenden Leasingverträge wurden jedoch noch nicht im Hinblick auf ihre Abbildung nach IFRS 16 untersucht, sodass die angesprochene und weitere Auswirkungen derzeit noch nicht näher spezifiziert oder quantifiziert werden können.

Änderungen an IFRS 2 – Klassifizierung und Bewertung von Geschäftsvorfällen mit anteilsbasierter Vergütung

Die Änderungen betreffen die Berücksichtigung von Ausübungsbedingungen im Rahmen der Bewertung anteilsbasierter Vergütungen mit Barausgleich, die Klassifizierung von anteilsbasierten Vergütungen, die einen Nettoausgleich für einzubehaltende Steuern vorsehen, sowie die Bilanzierung bei einer Änderung der Klassifizierung der Vergütung von „mit Barausgleich“ in „mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente“.

Die Änderungen sind – vorbehaltlich einer Übernahme in EU-Recht – auf Vergütungen, die in Geschäftsjahren, die am oder nach dem 1. Januar 2018 beginnen, gewährt bzw. geändert werden, anzuwenden. Eine frühere Anwendung ist erlaubt. Eine rückwirkende Anwendung ist nur ohne Verwendung späterer besserer Erkenntnisse möglich.

Änderungen an IFRS 10 und IAS 28 – Veräußerung oder Einbringung von Vermögenswerten zwischen einem Investor und einem assoziierten Unternehmen oder Joint Venture

Die Änderungen behandeln eine bekannte Inkonsistenz zwischen den Vorschriften des IFRS 10 und des IAS 28 (2011) für den Fall der Veräußerung von Vermögenswerten an ein assoziiertes Unternehmen oder ein Gemeinschaftsunternehmen bzw. der Einlage von Vermögenswerten in ein assoziiertes Unternehmen oder ein Gemeinschaftsunternehmen.

Nach IFRS 10 hat ein Mutterunternehmen den Gewinn oder Verlust aus der Veräußerung eines Tochterunternehmens bei Verlust der Beherrschungsmöglichkeit in voller Höhe in der Gewinn- und Verlustrechnung zu erfassen. Demgegenüber verlangt der derzeit anzuwendende IAS 28.28, dass der Veräußerungserfolg bei Veräußerungstransaktionen zwischen einem Investor und einer at equity bewerteten Beteiligung – sei es ein assoziiertes Unternehmen oder ein Gemeinschaftsunternehmen – lediglich in der Höhe des Anteils der anderen an diesem Unternehmen zu erfassen ist.

Künftig soll der gesamte Gewinn oder Verlust aus einer Transaktion nur dann erfasst werden, wenn die veräußerten oder eingebrachten Vermögenswerte einen Geschäftsbetrieb im Sinne des IFRS 3 darstellen. Dies gilt unabhängig davon, ob die Transaktion als Share oder Asset Deal ausgestaltet ist. Bilden die Vermögenswerte dagegen keinen Geschäftsbetrieb, ist lediglich eine anteilige Erfolgserfassung zulässig.

Der Erstanwendungszeitpunkt der Änderungen wurde durch das IASB auf unbestimmte Zeit verschoben.

Änderungen an IFRS 15 – Klarstellung von IFRS 15

Die Änderungen enthalten zum einen Klarstellungen zu verschiedenen Regelungen des IFRS 15 und zum anderen Vereinfachungen bezüglich des Übergangs auf den neuen Standard.

Über die Klarstellungen hinaus enthält der Änderungsstandard zwei weitere Erleichterungen zur Reduzierung der Komplexität und der Kosten der Umstellung auf den neuen Standard. Diese betreffen Wahlrechte bei der Darstellung von Verträgen, die entweder zu Beginn der frühesten dargestellten Periode abgeschlossen sind oder die vor Beginn der frühesten dargestellten Periode geändert wurden.

Die Änderungen sind – vorbehaltlich einer Übernahme in EU-Recht – zum 1. Januar 2018 erstmalig anzuwenden.

Änderungen an IAS 7 – Angabeninitiative

Die Änderungen haben die Zielsetzung, die Informationen über die Veränderung der Verschuldung des Unternehmens zu verbessern. Nach den Änderungen hat ein Unternehmen Angaben über die Veränderungen solcher Finanzverbindlichkeiten zu machen, deren Einzahlungen und Auszahlungen in der Kapitalflussrechnung im Cashflow aus Finanzierungstätigkeit gezeigt werden. Dazugehörige finanzielle Vermögenswerte sind ebenfalls in die Angaben einzubeziehen (zum Beispiel Vermögenswerte aus Absicherungsgeschäften).

Anzugeben sind zahlungswirksame Veränderungen, Änderungen aus dem Erwerb oder der Veräußerung von Unternehmen, währungskursbedingte Änderungen, Änderungen der beizulegenden Zeitwerte und übrige Änderungen.

Das IASB schlägt vor, die Angaben in Form einer Überleitungsrechnung vom Anfangsbestand in der Bilanz bis zum Endbestand in der Bilanz darzustellen, lässt aber auch andere Darstellungen zu.

Die Änderungen sind – vorbehaltlich einer Übernahme in EU-Recht – erstmals in der ersten Berichtsperiode eines am oder nach dem 1. Januar 2017 beginnenden Geschäftsjahres anzuwenden, wobei eine vorzeitige Anwendung zulässig ist.

Um den neuen Angabepflichten zu genügen, beabsichtigt die GfK Gruppe, eine Überleitungsrechnung zwischen dem Anfangs- und Endbestand für Schulden, die Veränderungen im Zusammenhang mit der Finanzierungstätigkeit aufweisen, in den Konzernanhang aufzunehmen.

Änderungen an IAS 12 – Ansatz latenter Steueransprüche für unrealisierte Verluste

Die Änderungen verdeutlichen die Bilanzierung von latenten Steueransprüchen für nicht realisierte Verluste bei zum beizulegenden Zeitwert bewerteten Schuldsinstrumenten.

Die Änderungen sind – vorbehaltlich einer Übernahme in EU-Recht – erstmals in der ersten Berichtsperiode eines am oder nach dem 1. Januar 2017 beginnenden Geschäftsjahres anzuwenden, wobei eine vorzeitige Anwendung zulässig ist.

Die GfK Gruppe beurteilt derzeit, welche möglichen Auswirkungen die Änderungen auf ihren Konzernabschluss haben können. Bislang erwartet GfK keine wesentlichen Auswirkungen.

Änderungen an IAS 40 – Übertragungen von als Finanzinvestitionen gehaltenen Immobilien

Die Änderung von IAS 40 dient der Klarstellung, in welchen Fällen die Klassifikation einer Immobilie als „als Finanzinvestition gehaltene Immobilie“ beginnt oder endet, wenn sich die Immobilie noch im Bau oder in der Entwicklung befindet. Durch die bisher abschließend formulierte Aufzählung in IAS 40.57 war die Klassifikation noch nicht fertiggestellter Immobilien nicht klar geregelt. Die Aufzählung gilt nun explizit als nicht abschließend, sodass auch noch nicht fertiggestellte Immobilien unter die Regelung subsumiert werden können.

Die Änderung ist – vorbehaltlich einer Übernahme in EU-Recht – erstmals in der ersten Berichtsperiode eines am oder nach dem 1. Januar 2018 beginnenden Geschäftsjahres anzuwenden. Eine frühere Anwendung ist zulässig.

IFRIC 22 – Transaktionen in fremder Währung und im Voraus gezahlte Gegenleistungen

IFRIC 22 behandelt eine Anwendungsfrage zu IAS 21, „Auswirkungen von Wechselkursänderungen“. Klargestellt wird, auf welchen Zeitpunkt der Wechselkurs für die Umrechnung von Transaktionen in Fremdwährungen zu ermitteln ist, die erhaltene oder geleistete Anzahlungen beinhalten. Maßgeblich für die Ermittlung des Umrechnungskurses für den zugrunde liegenden Vermögenswert, Ertrag oder Aufwand ist danach der Zeitpunkt, zu dem der aus der Vorauszahlung resultierende Vermögenswert bzw. die daraus resultierende Schuld erstmals erfasst wird.

Die Interpretation ist – vorbehaltlich einer Übernahme in EU-Recht – erstmals in der ersten Berichtsperiode eines am oder nach dem 1. Januar 2018 beginnenden Geschäftsjahres anzuwenden. Eine frühere Anwendung ist zulässig.

Die GfK Gruppe geht derzeit davon aus, dass sich keine wesentlichen Auswirkungen auf den Konzernabschluss ergeben werden.

Verbesserungen an den IFRS, Zyklus 2014–2016

Durch die jährlichen Verbesserungen an den IFRS, Zyklus 2014–2016, wurden drei IFRS geändert. In IFRS 12 wird klargestellt, dass die Angaben nach IFRS 12 grundsätzlich auch für solche Anteile an Tochterunternehmen, Gemeinschaftsunternehmen oder assoziierten Unternehmen gelten, die als zur Veräußerung gehalten im Sinne des IFRS 5 klassifiziert werden; eine Ausnahme hiervon bilden die Angaben nach IFRS 12.B10–B16 (Finanzinformationen). In IAS 28 wird klargestellt, dass das Wahlrecht zur Bewertung einer Beteiligung an einem assoziierten Unternehmen oder Gemeinschaftsunternehmen, das von einer Wagniskapitalgesellschaft oder einem anderen qualifizierenden Unternehmen gehalten wird, je Beteiligung unterschiedlich ausgeübt werden kann. Darüber hinaus erfolgte die Streichung der befristeten Erleichterungsvorschriften in IFRS 1 Anhang E (IFRS 1.E3–E7) für erstmalige IFRS-Anwender.

Vorbehaltlich einer Übernahme in EU-Recht sind die Änderungen an IFRS 12 erstmals in der ersten Berichtsperiode eines am oder nach dem 1. Januar 2017 beginnenden Geschäftsjahres anzuwenden, und die Änderungen an IFRS 1 und IAS 28 erstmals in der ersten Berichtsperiode eines am oder nach dem 1. Januar 2018 beginnenden Geschäftsjahres. Eine frühere Anwendung ist zulässig.

Die GfK Gruppe geht derzeit davon aus, dass sich keine wesentlichen Auswirkungen auf den Konzernabschluss ergeben werden.

38. ZUSATZANGABEN

38.1 HONORAR FÜR DIENSTLEISTUNGEN DES ABSCHLUSSPRÜFERS

Der Aufwand für das Honorar des Abschlussprüfers der GfK SE betrug im Jahr 2016 1.293 TEUR (2015: 1.287 TEUR). Das Honorar umfasst die Prüfung des handelsrechtlichen Jahresabschlusses der GfK SE, des für Konsolidierungszwecke erstellten IFRS-Berichtspakets sowie des IFRS-Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts. Darüber hinaus ist darin das Honorar für die Prüfung der handelsrechtlichen Jahresabschlüsse deutscher Tochterunternehmen sowie für die Prüfung bzw. prüferische Durchsicht der IFRS-Berichtspakete deutscher, marokkanischer und nordamerikanischer Tochterunternehmen enthalten.

Für die steuerliche Beratung durch den Abschlussprüfer in Deutschland wurden 549 TEUR (2015: 538 TEUR) und für sonstige Leistungen des Abschlussprüfers 1.069 TEUR (2015: 1.538 TEUR) aufgewendet.

38.2 BEFREIUNG VON TOCHTERGESELLSCHAFTEN VON DER PFLICHT ZUR ABSCHLUSSERSTELLUNG

Die GfK Retail and Technology GmbH, Nürnberg, die ENCODEX International GmbH, Nürnberg, die GfK Entertainment GmbH, Baden-Baden, und die GfK GeoMarketing GmbH, Bruchsal, sind gemäß § 264 Abs. 3 HGB davon befreit, einen vollumfänglichen Jahresabschluss und einen Lagebericht nach den Vorschriften für Kapitalgesellschaften gemäß §§ 264 ff. HGB aufzustellen, prüfen zu lassen und offenzulegen.

38.3 MITARBEITERZAHL

Im Berichtsjahr wurden durchschnittlich 13.310 (2015: 13.444) Mitarbeiter beschäftigt. Die Anzahl der Arbeitnehmer im Jahresdurchschnitt wurde auf Basis von Vollzeitkräften ermittelt. Die Berechnung des Durchschnitts erfolgte mit den Stichtagen 31. März, 30. Juni, 30. September und 31. Dezember.

Die Zuordnung der Mitarbeiter zu den Sektoren bzw. zum Bereich Sonstige ist in der folgenden Tabelle dargestellt.

	2015	2016
Consumer Experiences	5.969	5.819
Consumer Choices	5.729	5.717
Sonstige	1.746	1.774
Vollzeitbeschäftigte	13.444	13.310

In der vorstehenden Tabelle sind im Berichtsjahr 99 Geschäftsführer und Vorstände enthalten (2015: 108).

39. AUFSICHTSRAT

Ralf Klein-Bölting (seit 20. Mai 2016)

Vorsitzender des Aufsichtsrats (seit 13. September 2016)

Geschäftsführender Gesellschafter der NEXTBRAND GmbH, Hamburg, und Vizepräsident des GfK-Nürnberg, Gesellschaft für Konsum-, Markt- und Absatzforschung e.V., Nürnberg (Mandat ruhend)

Mandate in anderen Aufsichtsräten und vergleichbaren Kontrollgremien:

- › United Labels AG, Münster (Mitglied und Vorsitzender seit 23. August 2016)

Dr. Arno Mahler (bis 12. September 2016)

Vorsitzender des Aufsichtsrats (bis 12. September 2016)

Kaufmann, Non-Executive Director und Aufsichtsratsmitglied

Mandate in anderen Aufsichtsräten und vergleichbaren Kontrollgremien:

- › Franz Cornelsen Bildungsholding KG, Berlin (Vorsitzender)
- › DAL Deutsche Afrika-Linien GmbH & Co. KG, Hamburg
- › maxingvest AG, Hamburg
- › Peek & Cloppenburg KG, Hamburg
- › Zeitverlag Gerd Bucerus GmbH & Co. KG, Hamburg

Sandra Hofstetter

Stellvertretende Vorsitzende des Aufsichtsrats

(seit 20. Mai 2016)

Freigestellte Betriebsrätin bei der GfK SE, Nürnberg
Vorsitzende des europäischen GfK SE Betriebsrats

Dr. Bernhard Düttmann (bis 20. Mai 2016)

Stellvertretender Vorsitzender des Aufsichtsrats

(bis 20. Mai 2016)

Unternehmensberater

Dr. Wolfgang C. Berndt (bis 20. Mai 2016)

Kaufmann, Non-Executive Director und Aufsichtsratsmitglied

Mandate in anderen Aufsichtsräten und vergleichbaren Kontrollgremien:

- › MIBA AG, Laakirchen, Österreich (Vorsitzender)
- › MIBA Beteiligungs AG, Laakirchen, Österreich (Vorsitzender)
- › OMV AG, Wien, Österreich (stellvertretender Vorsitzender bis 18. Mai 2016, Mitgliedschaft besteht fort)
- › LPC Capital Partners GmbH (vormals BAST AG), Wien, Österreich

Hans Van Bylen (bis 30. April 2016)

Vorsitzender des Vorstands der Henkel Management AG (persönlich haftende Gesellschafterin der Henkel AG & Co. KGaA), Düsseldorf

Mandate in anderen Aufsichtsräten und vergleichbaren Kontrollgremien:

- › Dial Corporation, Scottsdale, Arizona, USA (Vorsitzender)

Peter Goldschmidt (seit 2. Dezember 2016)

President Sandoz US, Head of North America bei Sandoz Inc., Princeton, New Jersey, USA

Martina Heřmanská

Product Manager bei GfK Czech, s.r.o., Prag, Tschechische Republik

Mitglied des Steuerungskreises des europäischen GfK SE Betriebsrats

Mitglied des europäischen GfK SE Betriebsrats

Professor Dieter Kempf (seit 20. Mai 2016)

Steuerberater, Vorsitzender des Vorstands der DATEV eG (bis 31. März 2016)

Mandate in anderen Aufsichtsräten und vergleichbaren Kontrollgremien:

- › Deutsche Messe AG, Hannover (stellvertretender Vorsitzender)
- › Beirat Süddeutschland der Deutsche Bank AG, Frankfurt am Main

Aliza Knox

Vice President, Online Sales, APAC bei Twitter, Singapur, Singapur

Mandate in anderen Aufsichtsräten und vergleichbaren Kontrollgremien:

- › Scentre Group Limited, Sydney, Australien
- › Singapore Post Ltd., Singapur, Singapur

Stephan Lindeman

Research Director bei GfK Netherlands B.V., Utrecht, Niederlande

Vorsitzender des Betriebsrats bei GfK Netherlands B.V., Utrecht, Niederlande

Stellvertretender Vorsitzender des europäischen GfK SE Betriebsrats

Jackie Megahey (seit 1. September 2016)
Regional Research & Quality Director UK, Nordics, Baltics
bei GfK U. K. Limited, London, Großbritannien
Stellvertretende Vorsitzende des europäischen
GfK SE Betriebsrats
Mitglied des Steuerungskreises des europäischen
GfK SE Betriebsrats

Bruno Piacenza (seit 20. Mai 2016)
Mitglied des Vorstands der Henkel Management AG
(persönlich haftende Gesellschafterin der
Henkel AG & Co. KGaA), Düsseldorf

Hauke Stars (bis 20. Mai 2016)
Mitglied des Vorstands der Deutsche Börse AG,
Frankfurt am Main

Mandate in anderen Aufsichtsräten und
vergleichbaren Kontrollgremien:

- › Clearstream Services S.A., Luxemburg, Luxemburg*
(bis 1. März 2016)
- › Deutsche Bank AG, Frankfurt am Main, Beirat Region Mitte
- › Deutsche Akademie für Technikwissenschaften, München
- › Eurex Frankfurt AG, Frankfurt am Main*
- › Eurex Zürich AG, Zürich, Schweiz*
- › Fresenius SE & Co. KGaA, Bad Homburg (seit 13. Mai 2016)
- › Klöckner & Co SE, Duisburg (bis 13. Mai 2016)
- › Kuehne+Nagel Int. AG, Schindellegi, Schweiz
(seit 3. Mai 2016)

* Konzernmandat der Deutsche Börse AG, Eschborn

Dieter Wilbois (bis 31. August 2016)
im Ruhestand

Professor Dr. Raimund Wildner (seit 20. Mai 2016)
Geschäftsführer und Vizepräsident des GfK-Nürnberg,
Gesellschaft für Konsum-, Markt und Absatzforschung e. V.,
Nürnberg

40. VORSTAND

Dr. Gerhard Hausrucking
Sprecher des Vorstands (seit 1. September 2016)
Chief Commercial Officer (CCO)
Sektor Consumer Choices
Ab 1. September 2016 zusätzlich verantwortlich für die
Unternehmensfunktion Strategy and Innovation

Matthias Hartmann (bis 31. Dezember 2016)
Vorsitzender des Vorstands (CEO) (bis 31. August 2016)
Bis 31. August 2016 verantwortlich für die Unternehmens-
funktionen Strategy and Innovation, IT (Strategie, Enterprise
Applications, Infrastruktur), Human Resources (einschließlich
Führungskräfte-Entwicklung und Kompensation), Integrity,
Compliance and Intellectual Property, Internal Audit, Investor
Relations und Marketing and Communications

Alessandra Cama
Chief Operations Officer (COO)
Ab 1. September 2016 zusätzlich verantwortlich für die
Unternehmensfunktion IT (Strategie, Enterprise Applications,
Infrastruktur)

Christian Diedrich
Finanzvorstand (CFO)
Verantwortlich für die Unternehmensfunktionen Corporate
Finance, Corporate Development, Group Controlling,
Treasury, Legal, Central Services, Procurement, Sector
Finance und Regional Finance
Ab 1. September 2016 zusätzlich verantwortlich für die
Unternehmensfunktionen Human Resources (einschließlich
Führungskräfte-Entwicklung und Kompensation), Integrity,
Compliance and Intellectual Property, Internal Audit und
Investor Relations

David Krajicek
Chief Commercial Officer (CCO)
Sektor Consumer Experiences
Ab 1. September 2016 zusätzlich verantwortlich für die
Unternehmensfunktion Marketing and Communications

Mandate in Aufsichtsräten
und vergleichbaren Kontrollgremien:
› YouEye Inc., Mountain View, Kalifornien, USA
(bis 30. September 2016)

41. ANTEILSBESITZ DER GfK GRUPPE

ANGABE NACH HGB, STAND: 31. DEZEMBER 2016

**VERBUNDENE UNTERNEHMEN (INLAND), DIE IN DEN KONZERNABSCHLUSS
EINBEZOGEN SIND (ANGABEN NACH HANDELSBILANZ II IFRS)**

Name und Sitz der Gesellschaft	Anteil am Kapital in Prozent	Geschäftsjahr	Eigenkapital (in TEUR)
ENCODEX International GmbH, Nürnberg	100,00	2016	-2.057 ⁸⁾
GfK Entertainment GmbH, Baden-Baden	100,00 ²⁾	2016	7.583 ⁸⁾
GfK GeoMarketing GmbH, Bruchsal	100,00	2016	830 ⁸⁾
GfK Media and Communication Research GmbH & Co. KG, Raunheim	100,00	2016	-2.825
GfK Middle East CR Holding GmbH, Nürnberg	100,00	2016	586
GfK North America Holding GmbH, Nürnberg	100,00	2016	458.835 ⁸⁾
GfK Retail and Technology GmbH, Nürnberg	100,00	2016	154.518 ⁸⁾
IFR Deutschland GmbH, Düsseldorf	100,00 ¹⁾	2016	-4.574

**VERBUNDENE UNTERNEHMEN (AUSLAND), DIE IN DEN KONZERNABSCHLUSS
EINBEZOGEN SIND (ANGABEN NACH HANDELSBILANZ II IFRS)**

Name und Sitz der Gesellschaft	Anteil am Kapital in Prozent	Geschäftsjahr	Eigenkapital (in TEUR)
Beijing Sino Market Research Co., Ltd., Peking, China	100,00 ¹⁾	2016	6.671
China Market Monitor Co., Ltd., Peking, China	100,00 ¹⁾	2016	5.436
Cogenta Systems Limited, London, Großbritannien	100,00	2016	5.648
Corporación Empresarial ASA, S.A.P.I. de C.V., Mexiko-Stadt, Mexiko	100,00 ¹⁾	2016	727
G F K Egypt LTD, Kairo, Ägypten	100,00 ¹⁾	2016	746
GfK – Centar za istraživanje tržišta d.o.o., Zagreb, Kroatien	100,00 ¹⁾	2016	1.018
GfK – Conecta S.A.C., Lima, Peru	100,00 ²⁾	2016	695
GfK – Retail and Technology Colombia Limitada, Bogotá, Kolumbien	99,50 ¹⁾	2016	1.408
GfK Adimark Chile S.A., Providencia, Santiago, Chile	100,00	2016	8.510
GfK Arastirma Hizmetleri A.S., Istanbul, Türkei	100,00	2016	1.806
GfK Ascent-MI Limited, London, Großbritannien	100,00	2016	8.206
GfK Asia Pte Ltd., Singapur, Singapur	100,00 ¹⁾	2016	45.400
GfK Australia Pty. Ltd., Sydney, Australien	100,00	2016	5.712
GfK Austria GmbH, Wien, Österreich	95,10 ^{1) 9)}	2016	10.048
GfK Belgium NV, Leuven, Belgien	100,00 ¹⁾	2016	11.879
GfK Belgrade d.o.o., Belgrad, Serbien	100,00 ¹⁾	2016	754
GfK BH d.o.o., Sarajevo, Bosnien-Herzegowina	100,00 ¹⁾	2016	288
GfK Boutique Research Inc., Boston, Massachusetts, USA	100,00 ¹⁾	2016	5.495
GfK CE ARGENTINA S.A., Buenos Aires, Argentinien	100,00 ²⁾	2016	619
GfK Colombia S.A., Bogotá, Kolumbien	99,40 ¹⁾	2016	589
GfK Custom Research Baltic, Riga, Lettland	100,00 ¹⁾	2016	151
GfK Custom Research Beijing Co., Ltd., Peking, China	90,00	2016	731
GfK Custom Research Brasil Pesquisa de Mercado Ltda., São Paulo, Brasilien	95,00	2016	863
GfK Custom Research Japan KK, Tokio, Japan	100,00	2016	566
GfK Custom Research Korea, Ltd., Seoul, Südkorea	100,00	2016	-7.447
GfK Custom Research Latam Holding, S.L., Valencia, Spanien	100,00	2016	1.070
GfK Custom Research Pte. Ltd., Singapur, Singapur	100,00	2016	11.884
GfK Custom Research, LLC, New York, New York, USA	100,00 ¹⁾	2016	64.033
GfK Czech, s.r.o., Prag, Tschechische Republik	100,00 ¹⁾	2016	1.723
GfK Danmark A/S, Frederiksberg, Dänemark	100,00	2016	1.218
GfK EMER Ad Hoc Research, S.L., Valencia, Spanien	50,10	2016	6.788
GfK Entertainment and Travel UK Limited, London, Großbritannien	100,00 ¹⁾	2016	1.259
GfK Etilize (Private) Limited, Karatschi, Pakistan	100,00 ¹⁾	2016	1.138
GfK Etilize, Inc., Rolling Hills Estates, Kalifornien, USA	100,00 ¹⁾	2016	10.349

1) Vollständig mittelbarer Anteilsbesitz 2) Teilweise mittelbarer Anteilsbesitz 3) Angaben liegen nicht vor 4) Neugründung im Jahr 2016 5) Rumpfwirtschaftsjahr
6) Anteil des Minderheitsgesellschafters wird durch separaten Vertrag geregelt 7) Aus Wesentlichkeitsgründen wurde auf eine Bewertung at equity verzichtet
8) Ergebnisabführungsvertrag 9) Angaben aus dem Jahr 2014 10) Angaben aus dem Jahr 2015 11) In Liquidation

**VERBUNDENE UNTERNEHMEN (AUSLAND), DIE IN DEN KONZERNABSCHLUSS
EINBEZOGEN SIND (ANGABEN NACH HANDELSBILANZ II IFRS)**

Name und Sitz der Gesellschaft	Anteil am Kapital in Prozent	Geschäftsjahr	Eigenkapital (in TEUR)
GfK Eurisko S.r.l., Mailand, Italien	100,00 ¹⁾	2016	3.942
GfK Field Interviewing Services UK Limited, London, Großbritannien	100,00 ¹⁾	2016	132
GfK HELLAS E.P.E., Athen, Griechenland	100,00	2016	1.145
GfK HOLDING MEXICO, S.A. DE C.V., Mexiko-Stadt, Mexiko	100,00	2016	6.457
GfK Holding, Inc., Wilmington, Delaware, USA	100,00 ¹⁾	2016	294.899
GfK Hungária Piackutató Kft., Budapest, Ungarn	100,00 ¹⁾	2016	2.763
GfK Immobilier SAS, Suresnes, Frankreich	100,00 ¹⁾	2016	-279
GfK ISL, CUSTOM RESEARCH FRANCE SAS, Suresnes, Frankreich	100,00	2016	1.595
GfK Kasachstan TOO, Almaty, Kasachstan	100,00 ¹⁾	2016	401
GfK LATINOAMERICA HOLDING, S.L., Valencia, Spanien	83,45 ¹⁾	2016	3.702
GfK LifeStyle Tracking Japan KK, Tokio, Japan	100,00	2016	6.811
GfK Malta Holding Limited, Portomaso, Malta	100,00 ²⁾	2016	240.371
GfK Malta Services Limited, Portomaso, Malta	100,00 ²⁾	2016	113.878
GfK Market Consulting (Beijing) Co. Ltd., Peking, China	99,00 ¹⁾	2016	1.602
GfK Market Research Brasil Pesquisa de Mercado Ltda., São Paulo, Brasilien	100,00 ²⁾	2016	-8.006
GfK Marketing Services Japan K.K., Tokio, Japan	95,00 ¹⁾	2016	37.568
GfK MarketWise Ltd., Bangkok, Thailand	100,00 ²⁾	2016	-448
GfK Middle East and Africa FZ-LLC, Dubai, Vereinigte Arabische Emirate	100,00 ¹⁾	2016	5.535
GfK Middle East FZ-LLC, Dubai, Vereinigte Arabische Emirate	100,00 ¹⁾	2016	-2.108
GfK Mode Pvt Ltd, Kalkutta, Indien	100,00 ¹⁾	2016	5.783
GfK Mystery Shopping Services UK Limited, London, Großbritannien	100,00 ¹⁾	2016	85
GfK Mystery Shopping UK Limited, London, Großbritannien	100,00 ¹⁾	2016	79
GfK Netherlands B.V., Utrecht, Niederlande	100,00 ¹⁾	2016	14.215
GfK Nielsen India Private Limited, Mumbai, Indien	50,10 ¹⁾	2016	6.847
GfK Norge A/S, Oslo, Norwegen	100,00	2016	1.434
GfK NORM AB, Stockholm, Schweden	100,00	2016	1.834
GfK NORM B.V., Amsterdam, Niederlande	100,00 ¹⁾	2016	308
GfK North America Holding LLC, Wilmington, Delaware, USA	100,00 ¹⁾	2016	210.935
GfK Philippines Corporation, Makati City, Philippinen	100,00 ¹⁾	2016	1.056
GfK Polonia Sp. z o.o., Warschau, Polen	100,00 ¹⁾	2016	7.124
GfK PORTUGAL – Marketing Services, S.A., Lissabon, Portugal	80,00 ¹⁾	2016	2.729
GfK Research Dynamics, Inc., Mississauga, Kanada	100,00	2016	1.190
GfK Retail and Technology (Cyprus) LTD, Nikosia, Zypern	100,00 ¹⁾	2016	5.364
GfK Retail and Technology (Thailand) Ltd., Bangkok, Thailand	100,00 ¹⁾	2016	839
GfK Retail and Technology Argentina S.A., Buenos Aires, Argentinien	98,34 ¹⁾	2016	1.051
GfK Retail and Technology Asia Holding B.V., Amsterdam, Niederlande	100,00 ¹⁾	2016	1.813
GfK Retail and Technology Baltic SIA, Riga, Lettland	100,00 ¹⁾	2016	1.655
GfK Retail and Technology Belgium N.V., Leuven, Belgien	100,00 ¹⁾	2016	2.967
GfK Retail and Technology Benelux B.V., Amstelveen, Niederlande	100,00 ¹⁾	2016	10.793
GfK Retail and Technology Brasil Ltda., São Paulo, Brasilien	95,00 ¹⁾	2016	1.808
GfK Retail and Technology Chile Limitada, Santiago, Chile	100,00 ¹⁾	2016	1.532
GfK Retail and Technology China Co. Ltd., Schanghai, China	100,00 ¹⁾	2016	31.054
GfK Retail and Technology España, S.A., Valencia, Spanien	50,07 ¹⁾	2016	7.586
GfK Retail and Technology France SAS, Suresnes, Frankreich	100,00 ¹⁾	2016	5.406
GfK Retail and Technology Hong Kong Limited, Hongkong, China	100,00 ¹⁾	2016	1.455
GfK Retail and Technology Italia S.r.l., Mailand, Italien	100,00 ¹⁾	2016	7.922
GfK Retail and Technology Korea Limited, Seoul, Südkorea	100,00 ¹⁾	2016	9.185
GfK Retail and Technology Malaysia Sdn. Bhd., Kuala Lumpur, Malaysia	100,00 ¹⁾	2016	2.185
GfK Retail and Technology Market Research Vietnam Limited, Ho-Chi-Minh-Stadt, Vietnam	100,00 ¹⁾	2016	512
GfK Retail and Technology North Africa SARL, Casablanca, Marokko	100,00 ¹⁾	2016	-2.172
GfK Retail and Technology Peru S.A.C., Lima, Peru	100,00 ¹⁾	2016	924
GfK Retail and Technology Taiwan Ltd, Taipeh, Taiwan, China	100,00 ¹⁾	2016	5.547
GfK Retail and Technology UK Holding Limited, London, Großbritannien	100,00 ¹⁾	2016	5.811

1) Vollständig mittelbarer Anteilsbesitz 2) Teilweise mittelbarer Anteilsbesitz 3) Angaben liegen nicht vor 4) Neugründung im Jahr 2016 5) Rumpfwirtschaftsjahr
6) Anteil des Minderheitsgesellschafters wird durch separaten Vertrag geregelt 7) Aus Wesentlichkeitsgründen wurde auf eine Bewertung at equity verzichtet
8) Ergebnisabführungsvertrag 9) Angaben aus dem Jahr 2014 10) Angaben aus dem Jahr 2015 11) In Liquidation

**VERBUNDENE UNTERNEHMEN (AUSLAND), DIE IN DEN KONZERNABSCHLUSS
EINBEZOGEN SIND (ANGABEN NACH HANDELSBILANZ II IFRS)**

Name und Sitz der Gesellschaft	Anteil am Kapital in Prozent	Geschäftsjahr	Eigenkapital (in TEUR)
GfK Retail and Technology UK Ltd., London, Großbritannien	100,00 ¹⁾	2016	12.193
GfK Retail and Technology, Australia Pty. Limited, Sydney, Australien	100,00 ¹⁾	2016	16.837
GfK Romania – Institut de Cercetare de Piata Srl, Bukarest, Rumänien	100,00 ¹⁾	2016	4.030
GfK Shared Services UK Limited, London, Großbritannien	100,00 ¹⁾	2016	66
GfK Slovakia s.r.o., Bratislava, Slowakische Republik	100,00 ¹⁾	2016	-1.502
GfK SLOVENIJA, tržne raziskave d.o.o., Ljubljana, Slowenien	100,00 ¹⁾	2016	383
GfK South Africa (Pty), Sandton, Südafrika	100,00 ¹⁾	2016	-3.327
GfK Sverige Aktiebolag, Lund, Schweden	100,00	2016	3.275
GfK Switzerland AG, Hergiswil, Schweiz	100,00	2016	10.422
GfK Telephone Interviewing Services UK Limited, London, Großbritannien	100,00 ¹⁾	2016	94
GfK Turkey Danismanlik ve Pazar Arastirma Hizmetleri A.S., Istanbul, Türkei	100,00 ¹⁾	2016	193
GfK U.K. Holding Limited, London, Großbritannien	100,00 ¹⁾	2016	-53.107
GfK U.K. Limited, London, Großbritannien	100,00 ¹⁾	2016	73.087
GfK UK Entertainments Ltd., London, Großbritannien	100,00	2016	2.297
GfK Ukraine, Kiew, Ukraine	100,00 ¹⁾	2016	2.507
GfK US Holdings, Inc., Wilmington, Delaware, USA	100,00 ¹⁾	2016	386.686
GfK US, LLC, New York, New York, USA	100,00 ¹⁾	2016	58.303
GfK-Bulgaria, Institut für Marktforschung EGMbH, Sofia, Bulgarien	100,00 ¹⁾	2016	2.811
GfKEcuador S.A. Investigación Estratégica, Quito, Ecuador	99,91 ¹⁾	2016	351
GfK-Media Research Middle East SA, Hergiswil, Schweiz	67,00 ¹⁾	2016	-1.251
GfK-RUS Gesellschaft mbH, Moskau, Russland	100,00 ¹⁾	2016	12.649
IFR Europe Ltd., London, Großbritannien	100,00 ¹⁾	2016	232
IFR Italia S.r.L., Mailand, Italien	100,00 ^{1) 11)}	2016	243
IFR Marketing España S.L., Madrid, Spanien	100,00 ¹⁾	2016	179
IFR Monitoring Canada Inc., Niagara Falls, Kanada	100,00 ¹⁾	2016	-211
IFR South America, SA, Buenos Aires, Argentinien	100,00 ¹⁾	2016	208
Institut Français de Recherche-I.F.R. S.A.S, Suresnes, Frankreich	100,00	2016	-3.366
INTERCAMPUS-RECOLHA, TRATAMENTO E DISTRIBUIÇÃO DE INFORMAÇÃO, S.A., Lissabon, Portugal	74,10 ¹⁾	2016	889
MERC Analistas de Mercados, S.A.P.I. de C.V., Mexiko-Stadt, Mexiko	100,00 ¹⁾	2016	3.942
METRIS – MÉTODOS DE RECOLHA E INVESTIGAÇÃO SOCIAL, S.A., Lissabon, Portugal	71,00 ¹⁾	2016	963
Netquest Brasil Pesquisa de Mercado Ltda., São Paulo, Brasilien	100,00 ¹⁾	2016	284
Netquest Estudios Cono Sur Ltda., Santiago, Chile	100,00 ¹⁾	2016	11
Netquest Iberia, S.L.U., Barcelona, Spanien	100,00 ¹⁾	2016	2.329
Netquest Mexicana, S.A. de C.V., Mexiko-Stadt, Mexiko	100,00 ¹⁾	2016	222
Netquest S.A.S., Bogotá, Kolumbien	100,00 ¹⁾	2016	117
Netquest USA Inc., New York, New York, USA	100,00 ¹⁾	2016	210
Numbers Services Limited, London, Großbritannien	100,00 ¹⁾	2016	967
PT. GfK Retail and Technology Indonesia, Jakarta, Indonesien	100,00 ¹⁾	2016	-13
Shopping Brasil Tecnologia da Informação Ltda, Porto Alegre, Brasilien	86,03 ¹⁾	2016	1.201
Soluciones Netquest de Investigación, S.L., Barcelona, Spanien	100,00	2016	-339
Wakoopa, B.V., Amsterdam, Niederlande	100,00 ¹⁾	2016	639

**VERBUNDENE UNTERNEHMEN (INLAND), DIE NICHT IN DEN KONZERNABSCHLUSS
EINBEZOGEN SIND (ANGABEN NACH HANDELSBILANZ I HGB)**

Name und Sitz der Gesellschaft	Anteil am Kapital in Prozent	Geschäftsjahr	Eigenkapital (in TEUR)
1-2-3 MysteryWorldNet GmbH, Hamburg	100,00	2016	64
GfK Beteiligungsgesellschaft mbH, Nürnberg	100,00	2016	22
GfK Media and Communication Research Verwaltungs-GmbH, Raunheim	100,00	2016	28
GfK Siebte Vermögensverwaltungs GmbH, Nürnberg	100,00	2016	22
GfK Vierte Vermögensverwaltungs GmbH, Nürnberg	100,00	2016	25 ⁸⁾
Norm Research & Consulting GmbH, Wiesbaden	100,00 ¹⁾	2016	-95 ¹⁰⁾
TRMR Vermögensverwaltungs GmbH, Nürnberg	100,00	2016	21

1) Vollständig mittelbarer Anteilsbesitz 2) Teilweise mittelbarer Anteilsbesitz 3) Angaben liegen nicht vor 4) Neugründung im Jahr 2016 5) Rumpfwirtschaftsjahr
6) Anteil des Minderheitsgesellschafters wird durch separaten Vertrag geregelt 7) Aus Wesentlichkeitsgründen wurde auf eine Bewertung at equity verzichtet
8) Ergebnisabführungsvertrag 9) Angaben aus dem Jahr 2014 10) Angaben aus dem Jahr 2015 11) In Liquidation

**VERBUNDENE UNTERNEHMEN (AUSLAND),
DIE NICHT IN DEN KONZERNABSCHLUSS EINBEZOGEN SIND**

Name und Sitz der Gesellschaft	Anteil am Kapital in Prozent	Geschäftsjahr	Eigenkapital (in TEUR)
G F K Lanka (Private) Limited, Colombo, Sri Lanka	100,00 ¹⁾	2016	163
GfK Albania, Tirana, Albanien	100,00 ¹⁾	2016	196
GfK Australia Fieldwork Pty. Limited, Sydney, Australien	100,00 ^{1) 4) 5)}	2016	7
GfK Bangladesh Pvt. Ltd., Dhaka, Bangladesch	100,00 ¹⁾	2016	150
GfK Client Solutions Ltd., Tel-Aviv, Israel	100,00 ¹⁾	2016	239
GfK Ecuador Investigación de Mercado CIA. LTDA., Quito, Ecuador	100,00 ¹⁾	2016	202
GfK Entertainment AG, Zürich, Schweiz	100,00 ¹⁾	2016	369
GfK Levant s.a.r.l., Beirut, Libanon	100,00 ¹⁾	2016	70
GfK Retail & Technology Egypt, L.L.C., Kairo, Ägypten	100,00 ¹⁾	2016	182
GfK Retail & Technology Ltd., Ramat Gan, Israel	100,00 ¹⁾	2016	-921
GfK Retail and Technology East Africa Limited, Nairobi, Kenia	100,00 ¹⁾	2016	142 ¹⁰⁾
GfK Retail and Technology Panama S.A., Panama-Stadt, Panama	100,00 ¹⁾	2016	-435
GfK Skopje DOO Skopje, Skopje, Mazedonien	100,00 ¹⁾	2016	317
GfK Stratégie et développement Groupement d'intérêt Economique, Suresnes, Frankreich	100,00 ¹⁾	2016	114
GfK Venezuela, C.A., Caracas, Venezuela	100,00 ¹⁾	2016	144
GfK-RT Nigeria Limited, Lagos, Nigeria	100,00 ¹⁾	2016	411
IFR Polska Sp. z o.o., Warschau, Polen	100,00 ¹⁾	2016	0
IFR RUS Limited, Moskau, Russland	100,00 ¹⁾	2016	173
IFR U.K. Ltd., London, Großbritannien	100,00 ¹⁾	2016	-252

ASSOZIIERTE UNTERNEHMEN (AUSLAND)

Name und Sitz der Gesellschaft	Anteil am Kapital in Prozent	Geschäftsjahr	Eigenkapital (in TEUR)
AGB Nielsen, medijske raziskave, d.o.o., Ljubljana, Slowenien	21,00 ¹⁾	2016	1.046
Common Technology Centre EEIG, London, Großbritannien	25,00 ^{1) 7)}	2016	0 ⁹⁾
Europanel Raw Database GIE, Brüssel, Belgien	50,00 ^{2) 7)}	2016	- ³⁾
MarketingScan SAS, Suresnes, Frankreich	50,00	2016	-706
Media Focus Schweiz GmbH, Zürich, Schweiz	49,00 ¹⁾	2016	1.523
MRC-Mode Pvt. Limited, Dhaka, Bangladesch	36,00 ^{1) 7)}	2015/2016	-57 ¹⁰⁾
Starch Research Services Limited, Toronto, Ontario, Kanada	20,00 ^{1) 7)}	2016	16 ¹⁰⁾

SONSTIGE BETEILIGUNGEN (AUSLAND)

Name und Sitz der Gesellschaft	Anteil am Kapital in Prozent	Geschäftsjahr	Eigenkapital (in TEUR)
Information Resources (UK) Limited, Maidenhead, Berkshire, Großbritannien	5,80 ²⁾	2016	- ³⁾
ZecoByte AB, Stockholm, Schweden	11,00 ¹⁾	2016	2 ¹⁰⁾

1) Vollständig mittelbarer Anteilsbesitz 2) Teilweise mittelbarer Anteilsbesitz 3) Angaben liegen nicht vor 4) Neugründung im Jahr 2016 5) Rumpfwirtschaftsjahr
6) Anteil des Minderheitsgesellschafters wird durch separaten Vertrag geregelt 7) Aus Wesentlichkeitsgründen wurde auf eine Bewertung at equity verzichtet
8) Ergebnisabführungsvertrag 9) Angaben aus dem Jahr 2014 10) Angaben aus dem Jahr 2015 11) In Liquidation

42. ERKLÄRUNG ZUM DEUTSCHEN CORPORATE GOVERNANCE KODEX

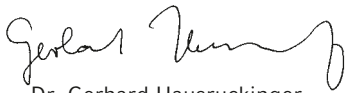
Die nach § 161 des Aktiengesetzes vorgeschriebene Erklärung wurde vom Vorstand und vom Aufsichtsrat abgegeben und den Aktionären dauerhaft unter der Internetadresse <http://www.gfk.com/de/investoren/corporate-governance/> zugänglich gemacht.

43. FREIGABE ZUR VERÖFFENTLICHUNG

Der Vorstand der GfK SE hat den Konzernabschluss am 10. März 2017 zur Weitergabe an den Aufsichtsrat freigegeben. Der Aufsichtsrat hat die Aufgabe, den Konzernabschluss zu prüfen und zu erklären, ob er den Konzernabschluss billigt.

Nürnberg, den 10. März 2017

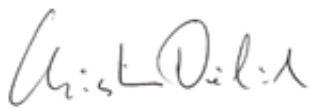
Der Vorstand



Dr. Gerhard Hausruckinger



Alessandra Cama



Christian Diedrich



David Krajicek

BESTÄTIGUNGSVERMERK DES ABSCHLUSSPRÜFERS

Wir haben den von der GfK SE, Nürnberg aufgestellten Konzernabschluss – bestehend aus Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung, Konzern-Gesamtergebnisrechnung, Konzernbilanz, Konzern-Kapitalflussrechnung, Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung und Konzernanhang – sowie den Konzernlagebericht für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember 2016 geprüft. Die Aufstellung von Konzernabschluss und Konzernlagebericht nach den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315a Abs. 1 HGB anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften sowie den ergänzenden Bestimmungen der Satzung liegt in der Verantwortung des Vorstands der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über den Konzernabschluss und den Konzernlagebericht abzugeben.

Wir haben unsere Konzernabschlussprüfung nach § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung vorgenommen. Danach ist die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass Unrichtigkeiten und Verstöße, die sich auf die Darstellung des durch den Konzernabschluss unter Beachtung der anzuwendenden Rechnungslegungsvorschriften und durch den Konzernlagebericht vermittelten Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage wesentlich auswirken, mit hinreichender Sicherheit erkannt werden. Bei der Festlegung der Prüfungshandlungen werden die Kenntnisse über die Geschäftstätigkeit und über das wirtschaftliche und rechtliche Umfeld des Konzerns sowie die Erwartungen über mögliche Fehler berücksichtigt. Im Rahmen der Prüfung werden die Wirksamkeit des rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystems sowie Nachweise für die Angaben im Konzernabschluss und Konzernlagebericht überwiegend auf der Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung umfasst die Beurteilung der Jahresabschlüsse der in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen, der Abgrenzung des Konsolidierungskreises, der angewandten Bilanzierungs- und Konsolidierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen des Vorstands sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Unsere Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt.

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse entspricht der Konzernabschluss den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315a Abs. 1 HGB anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften sowie den ergänzenden Bestimmungen der Satzung und vermittelt unter Beachtung dieser Vorschriften ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns. Der Konzernlagebericht steht in Einklang mit dem Konzernabschluss, entspricht den gesetzlichen Vorschriften, vermittelt insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage des Konzerns und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar.

Nürnberg, den 10. März 2017

KPMG AG
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Prof. Dr. Grottel
Wirtschaftsprüfer

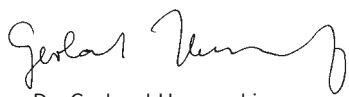
Bader
Wirtschaftsprüfer

VERSICHERUNG DER GESETZLICHEN VERTRETER

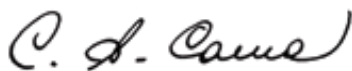
Wir versichern nach bestem Wissen, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen der Konzernabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt und im Konzernlagebericht der Geschäftsverlauf einschließlich des Geschäftsergebnisses 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 beschrieben sind.

Nürnberg, den 10. März 2017

Der Vorstand



Dr. Gerhard Hausruckinger



Alessandra Cama



Christian Diedrich



David Krajicek

WEITERE INFORMATIONEN



180
MEHRJAHRESÜBERSICHT

184
ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS
DER ERWÄHNTEN
GfK-GESELLSCHAFTEN

186
IMPRESSUM UND KONTAKT

UMSCHLAG
VORAUSSICHTLICHE
FINANZTERMINE

MEHRJAHRESÜBERSICHT

NACH IFRS

KENNZAHLEN DER GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

	Einheit	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Umsatz	Mio. Euro	1.162,1	1.220,4	1.164,5	1.294,2	1.373,9	1.514,7	1.494,8	1.452,9	1.543,4	1.483,8
Personalaufwand	Mio. Euro	465,2	494,3	510,5	550,7	593,4	685,5	677,6	705,4	765,9	762,6
Abschreibungen auf Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte	Mio. Euro	59,7	59,2	66,3	55,1	79,9	63,8	196,5	130,3	125,1	233,1
Angepasstes operatives Ergebnis	Mio. Euro	157,6	158,7	147,2	185,0	187,7	187,4	190,4	178,8	187,6	155,3
EBITDA	Mio. Euro	188,4	192,0	159,1	200,4	223,2	194,1	225,4	202,2	231,2	183,1
Operatives Ergebnis	Mio. Euro	125,6	128,9	88,9	141,4	138,9	129,4	26,5	68,0	104,2	-55,2
Beteiligungsergebnis	Mio. Euro	3,0	3,9	3,9	3,9	4,4	1,0	2,4	4,0	2,0	5,2
EBIT	Mio. Euro	128,6	132,8	92,8	145,2	143,3	130,3	28,9	71,9	106,2	-50,1
Ergebnis aus laufender Geschäftstätigkeit	Mio. Euro	104,2	113,0	75,5	124,8	125,6	108,2	4,2	47,6	87,9	-62,8
Konzernergebnis ¹⁾	Mio. Euro	78,9	82,0	60,5	84,0	88,1	64,1	72,5	78,9	80,1	0,5
Steuerquote in % ¹⁾	Prozent	24,3	27,4	19,8	32,7	29,8	40,8	38,9	26,3	37,0	99,3

1) 2013, 2014, 2015 und 2016 ohne Berücksichtigung der Goodwill-Abschreibung

BILANZKENNZAHLEN

	Einheit	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
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	1.231,4	1.221,7	1.065,5
Kurzfristige Vermögenswerte	Mio. Euro	382,5	361,6	363,5	417,7	489,9	518,8	501,8	536,1	620,6	655,4
Vermögensstruktur = Langfristige Vermögenswerte/kurzfristige Vermögenswerte	Prozent	284,5	300,1	318,5	295,0	256,3	262,3	238,0	229,7	196,9	162,6
Investitionen	Mio. Euro	73,7	101,5	106,7	89,6	77,3	177,8	118,4	99,7	108,6	102,1
davon in Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte	Mio. Euro	49,2	50,5	49,0	48,6	62,7	70,7	80,4	89,2	94,1	71,0
davon in Finanzanlagen	Mio. Euro	24,5	51,0	57,7	41,0	14,6	107,1	38,0	10,5	14,5	31,1
Eigenkapital	Mio. Euro	509,6	500,3	553,0	677,5	760,8	782,0	663,7	705,3	720,5	538,2
Fremdkapital	Mio. Euro	961,2	946,3	968,4	972,4	984,8	1.097,8	1.032,7	1.062,2	1.121,8	1.182,7
Bilanzsumme	Mio. Euro	1.470,8	1.446,6	1.521,4	1.649,9	1.745,6	1.879,8	1.696,4	1.767,4	1.842,3	1.720,9
Nettoverschuldung	Mio. Euro	-472,9	-481,5	-499,8	-428,5	-363,9	-461,8	-427,5	-393,1	-400,0	-381,6

CASHFLOW-KENNZAHLEN

	Einheit	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	Mio. Euro	168,1	145,8	134,7	172,0	170,5	115,0	164,0	196,9	170,9	146,2
Cashflow aus Investitionstätigkeit	Mio. Euro	-64,6	-100,4	-104,4	-86,2	-72,9	-177,4	-117,5	-98,9	-76,3	-71,4
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	Mio. Euro	-112,9	-46,4	-26,2	-76,9	-49,0	22,8	-31,5	-75,5	-59,4	-32,1
Freier Cashflow	Mio. Euro	118,9	95,4	85,7	123,4	107,9	44,3	83,7	107,7	76,8	75,2

MEHRJAHRESÜBERSICHT

NACH IFRS

RENTABILITÄTSKENNZAHLEN

	Einheit	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
AOI-Marge = Angepasstes operatives Ergebnis/Umsatz	Prozent	13,6	13,0	12,6	14,3	13,7	12,4	12,7	12,3	12,2	10,5
EBITDA-Marge = EBITDA/Umsatz	Prozent	16,2	15,7	13,7	15,5	16,2	12,8	15,1	13,9	15,0	12,3
EBIT-Marge = EBIT/Umsatz	Prozent	11,1	10,9	8,0	11,2	10,4	8,6	1,9	5,0	6,9	-3,4
Umsatzrentabilität = Konzernergebnis ¹⁾ /Umsatz	Prozent	6,8	6,7	5,2	6,5	6,4	4,2	4,9	5,4	5,2	0,0
Personalaufwandsquote = Personalaufwand/Umsatz	Prozent	40,0	40,5	43,8	42,6	43,2	45,3	45,3	48,5	49,6	51,4
ROCE = Angepasstes EBIT/Durchschnittlich eingesetztes Kapital	Prozent	12,5	12,8	9,7	14,1	14,0	11,9	8,8	10,2	9,4	-4,9
Gesamtkapitalrentabilität = EBIT/Durchschnittliche Bilanzsumme	Prozent	8,7	9,1	6,3	9,2	8,4	7,2	1,6	4,2	5,9	-2,8
Ausschüttungsquote = Dividendensumme/Konzernergebnis ¹⁾	Prozent	20,5	20,2	17,8	20,7	26,9	37,0	32,7	30,1	29,6	0,0

1) 2013, 2014, 2015 und 2016 ohne Berücksichtigung der Goodwill-Abschreibung

KENNZAHLEN JE AKTIE

	Einheit	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Ergebnis je Aktie ¹⁾²⁾	Euro	1,98	2,04	1,42	1,99	2,06	1,43	1,66	1,79	2,09	-0,10
Freier Cashflow je Aktie ¹⁾	Euro	3,33	2,66	2,38	3,43	2,96	1,21	2,29	2,95	2,10	2,06
Dividende je Aktie	Euro	0,45	0,46	0,30	0,48	0,65	0,65	0,65	0,65	0,65	0,00
Dividendensumme	Mio. Euro	16,1	16,5	10,8	17,4	23,7	23,7	23,7	23,7	23,7	0,0
Dividendenrendite	Prozent	1,64	2,09	1,24	1,28	2,12	1,68	1,61	1,91	2,10	0,00
Jahresschlusskurs ¹⁾	Euro	27,50	22,02	24,13	37,60	30,63	38,59	40,31	34,00	30,90	43,39
Gewichtete Anzahl der Aktien	1.000 Stück	35.682	35.884	35.947	35.967	36.407	36.504	36.504	36.504	36.504	36.504

1) Angepasst um Kapitalerhöhung

2) 2013, 2014, 2015 und 2016 ohne Berücksichtigung der Goodwill-Abschreibung

KENNZAHLEN DER NETTOVERSCHULDUNG

	Einheit	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Nettoverschuldung zu											
Eigenkapital (Gearing)	Prozent	92,8	96,2	90,4	63,2	47,8	59,1	64,4	55,7	55,5	70,9
EBIT	Prozent	367,5	362,6	538,6	295,0	253,9	354,3	1.478,7	546,4	376,8	-762,2
EBITDA	Prozent	251,0	250,8	314,2	213,8	163,1	237,9	189,7	194,4	173,0	208,5
freiem Cashflow (= dynamischer Verschuldungsgrad)	Jahre	4,0	5,1	5,8	3,5	3,4	10,4	5,1	3,6	5,2	5,1

MEHRJAHRESÜBERSICHT

NACH IFRS

UMSATZ DER SEKTOREN UND REGIONEN

	Einheit	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
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)											
Consumer Experiences	Mio. Euro					829,2	907,8	881,3	826,0	859,1	803,0
Consumer Choices	Mio. Euro					539,8	601,6	607,8	623,6	681,1	680,3
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)											
Nordeuropa	Mio. Euro					596,3	622,4	607,7	574,9	575,6	537,4
Süd- und Westeuropa	Mio. Euro					280,4	282,1	272,6	265,4	267,0	269,8
Zentral Osteuropa/META	Mio. Euro					118,0	121,8	127,7	127,5	126,5	127,9
Nordamerika	Mio. Euro					200,3	266,8	265,9	263,0	321,0	289,8
Lateinamerika	Mio. Euro					59,4	66,6	66,5	61,2	67,9	69,7
Asien und Pazifik	Mio. Euro					119,5	155,0	154,4	161,0	185,4	189,3

MEHRJAHRESÜBERSICHT

NACH IFRS

ANGEPASSTES OPERATIVES ERGEBNIS DER SEKTOREN

	Einheit	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
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)											
Consumer Experiences	Mio. Euro					63,3	58,9	58,6	57,6	58,9	54,0
Consumer Choices	Mio. Euro					136,0	139,3	144,4	137,7	145,0	114,6

ZAHL DER MITARBEITER ZUM JAHRESENDE

	Einheit	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Gesamtzahl	Mitarbeiter	9.070	9.692	10.058	10.546	11.457	12.678	12.940	13.380	13.485	13.069
Sektoren (alte Struktur bis 2011)											
Custom Research	Mitarbeiter	5.632	5.876	5.837	6.018	6.594					
Retail and Technology	Mitarbeiter	2.458	2.757	3.224	3.507	3.768					
Media	Mitarbeiter	559	594	552	554	612					
Bereich Sonstige	Mitarbeiter	421	465	445	467	483					
Sektoren (neue Struktur ab 2012)											
Consumer Experiences	Mitarbeiter					6.578	7.180	7.125	6.229	5.892	5.677
Consumer Choices	Mitarbeiter					4.396	5.002	5.287	5.327	5.828	5.620
Bereich Sonstige	Mitarbeiter					483	496	528	1.824	1.765	1.772

ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS DER ERWÄHNTEN GfK-GESELLSCHAFTEN

Genius Digital

Genius Digital Ltd, London, Großbritannien

GfK Custom Research North America

GfK Custom Research, LLC, New York, New York, USA

GfK Dänemark

GfK Danmark A/S, Frederiksberg, Dänemark

GfK-Nürnberg Gesellschaft für Konsum-, Markt- und Absatzforschung e.V.

GfK-Nürnberg Gesellschaft für Konsum-, Markt- und Absatzforschung e.V., Nürnberg

GfK Print Center

Hauseigene Druckerei der GfK Switzerland AG, Hergiswil, Schweiz

GfK Türkei

GfK Arastirma Hizmetleri A.S., Istanbul, Türkei

GfK Verein

GfK-Nürnberg Gesellschaft für Konsum-, Markt- und Absatzforschung e.V., Nürnberg

Netquest, Netquest-Gruppe

Soluciones Netquest de Investigación, S.L., Barcelona, Spanien

Netquest Iberia, S.L.U., Barcelona, Spanien

Netquest Mexicana, S.A. de C.V., Mexiko-Stadt, Mexiko

Netquest Brasil Pesquisa de Mercado Ltda., São Paulo, Brasilien

Netquest Estudios Cono Sur Ltda., Santiago, Chile

Netquest USA Inc., New York, New York, USA

Netquest S.A.S., Bogotá, Kolumbien

Wakoopa, B.V., Amsterdam, Niederlande

NOP Global Ltd.

NOP Global Limited, London, Großbritannien

NORM, NORM-Gruppe

NORM Research & Consulting AB, Stockholm, Schweden
Norm Research & Consulting B.V., Amsterdam, Niederlande
ZecoByte AB, Stockholm, Schweden
Norm Research & Consulting GmbH, Wiesbaden

NORM Schweden

NORM Research & Consulting AB, Stockholm, Schweden

NORM Niederlande

Norm Research & Consulting B.V., Amsterdam, Niederlande

NPD, USA

The NPD Group, Inc, Port Washington, New York, USA

NPD Intellect, USA

NPD Intellect, L.L.C., Port Washington, New York, USA

Print Center Schweiz

Hauseigene Druckerei der GfK Switzerland AG, Hergiswil, Schweiz

Qosmos, Frankreich

Qosmos SA, Amiens, Frankreich

SMSI France

St. Mamet Saisie Informatique (SMSI) S.A.R.L., Saint Mamet la Salvetat, Frankreich

The NPD Group

The NPD Group, Inc, Port Washington, New York, USA

USEEDS

USEEDS GmbH, Berlin

Wakoopa

Wakoopa, B.V., Amsterdam, Niederlande

IMPRESSUM UND KONTAKT

Dieser Geschäftsbericht liegt in deutscher und englischer Sprache vor.

Die Online-Version finden Sie unter:
<http://geschaeftsbericht.gfk.com>

Die Geschäftsberichte vergangener Jahre sowie weitere Informationen finden Sie im Internet unter:
<http://www.gfk.com/de/investoren/publications/geschaeftsberichte/>

Redaktionsschluss für diesen Geschäftsbericht war der 10.03.2017.

Der Geschäftsbericht wurde am 14.03.2017 während der Bilanzpressekonferenz veröffentlicht.

Geschäftsberichte, Zwischenberichte sowie Presseinformationen erhalten Sie über:
investor.relations@gfk.com
public.relations@gfk.com

Ansprechpartner

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

Jan Saeger
Corporate Communications
T + 49 911 395 – 4440
F + 49 911 395 – 4041
jan.saeger@gfk.com

Herausgeber

GfK SE
Nordwestring 101
90419 Nürnberg
www.gfk.com

Konzeption und Realisierung

Scheufele Hesse Eigler
Kommunikationsagentur GmbH

Redaktionelle Mitarbeit

Harald Willenbrock

Fotografie

Seiten 10–15: Colin Boyd Shafer,
action press gmbh & co. kg
Seiten 16–21: Paul Hacket und Matthias
Merz, action press gmbh & co. kg
Seiten 22–27: Lars Ronbog,
action press gmbh & co. kg

Übersetzung

arb limited, London, Großbritannien

VORAUSSICHTLICHE FINANZTERMINE

TERMINE 2017

15. MAI 2017
Quartalsbericht zum
31. März 2017

18. MAI 2017
Hauptversammlung
Fürth
(wird verschoben)

14. AUGUST 2017
Halbjahresbericht zum
30. Juni 2017

13. NOVEMBER 2017
Neunmonatsbericht zum
30. September 2017

TERMINE 2018

31. JANUAR 2018
Trading Statement

14. MÄRZ 2018
Bilanzpressekonferenz
Nürnberg

15. MAI 2018
Quartalsbericht
zum 31. März 2018

17. MAI 2018
Hauptversammlung
Fürth

14. AUGUST 2018
Halbjahresbericht
zum 30. Juni 2018

14. NOVEMBER 2018
Neunmonatsbericht
zum 30. September 2018

GfK GRUPPE
Nordwestring 101
90419 Nürnberg
T +49 911 395-0
Email gfk@gfk.com

geschaeftsbericht.gfk.com

Follow Us!

www.gfk.com / [facebook](#) / [twitter](#) / [linked.in](#) / [you.tube](#) / [google +](#)