

# Tisková zpráva

## Předběžné údaje pro rok 2009

Datum  
25. února 2010

Andrea Winklerová  
Marketing and Communications  
Executive  
Tel. +420 296 555 422  
Fax +420 251 815 800  
andrea.winklerova@gfk.com

### Úspěšné čtvrté čtvrtletí 2009 – GfK Group překračuje cílovou marži

- **Podstatný nárůst odbytu, upraveného provozního příjmu a marže ve čtvrtém čtvrtletí.**
- **Roční odbyt v hodnotě EUR 1 164 milionů eur zhruba na úrovni předešlého roku.**
- **12.6% roční marže převyšuje očekávání.**
- **Úspěch úsporných opatření a ozdravného programu BISS, který se zaměřil na zlepšení efektivity.**
- **Správní a dozorčí rada navrhuje pro rok 2009 dividenda v hodnotě 0,30 eur na jednu akcii.**
- **Předpověď na rok 2010: zhruba 3% nárůst odbytu a nárůst marže až na 13.0 %.**
- **Dozorčí rada o pět let prodloužila smlouvu se členkou správní rady Debrou A. Pruentovou.**

**Norimberk, 25. února 2010 – Ve čtvrtém čtvrtletí 2009 společnost GfK navázala na pozitivní trend předchozích dvou čtvrtletí. Podle předběžných výsledků činil odbyt GfK 324 milionů eur, zatímco ve třetím čtvrtletí 2009 dosáhl částky 282,7 milionů eur. Upravené provozní příjmy se ve čtvrtém čtvrtletí 2009 vyšplhaly na částku 57 milionů eur, čímž překonaly příjmy z třetího čtvrtletí 2009 (38,2 milionů eur) stejně jako i výsledky ze stejného čtvrtletí předchozího roku (54,5 milionů eur). Marže, která odráží vztah upraveného provozního příjmu a obratu, vykazuje ve čtvrtém čtvrtletí 2009 podstatný nárůst, a to na 17.7 %, což odpovídá 4.2% nárůstu v porovnání třetím čtvrtletím 2009 (13.5 %). Ve čtvrtém čtvrtletí roku 2008 marže dosahovala 16.2 %. Tento pozitivní růst se zakládá na úspěšném finančním managementu a pozitivním vlivu ozdravného programu BISS, který se soustředil na zvýšení efektivity. Kromě toho byl finanční rok 2009 mimořádně úspěšný pro sektor Retail and Technology. Ve čtvrtém čtvrtletí 2009 společnost zaznamenala celkové oživení svých provozních aktivit.**

GfK Czech, s.r.o.  
KAVČÍ HORY OFFICE PARK  
Na Hřebenech II 1718/10  
CZ-140 00 Praha 4

Tel. +420 296 555 111  
Fax +420 251 815 800  
www.gfk.cz  
info@gfk.cz

Jednatel společnosti:  
Ing. Ondřej Tomas

Společnost je zapsána  
v OR MS v Praze,  
oddíl C, vložka 1326

Podle předběžných údajů dosáhla společnost GfK ve finančním roce 2009 celkového obratu ve výši 1 164 milionů eur, kterým naplnila svou předpověď. Pokud vezmeme v úvahu akvizice a vlivy měnového kurzu, pak zjistíme, že ve finančním roce 2009 obrat poklesl o 4,6 %. Akvizice posílily obrat o 2,0 %, zatímco vlivy měnového kurzu ho lehce snížily (o 0.6 %). Organický obrat poklesl o 6,0 %. V porovnání s prvními devíti měsíci 2009, během kterých pokles činil 7,3%, bylo tedy dosaženo zlepšení. Ve sledovaném období činil upravený provozní příjem 147 milionů eur (v předchozím roce 158,7 milionů eur). Obzvláště ve čtvrtém čtvrtletí zaznamenala GfK podstatný nárůst upravených provozních příjmů. Celoroční marže se vyšplhala na potěšitelných 12.6 %, přičemž v prvních devíti měsících 2009 činila 10.7 %. To znamená, že GfK překonala svou vlastní prognózu. Společnost původně očekávala nízkou dvou číselnou marži, avšak nakonec dosáhla podstatně vyššího celoročního výsledku než po prvních devíti měsících a přiblížila se tak hodnotám předchozího roku (13.0 %).

V porovnání s třetím čtvrtletím 2009 ve čtvrtém čtvrtletí stejného roku všechny tři sektory společnosti GfK podstatně navýšily svůj obrat, upravené provozní příjmy a marži. Obzvláště sektor Custom Research dokázal, i přes obtížné tržní podmínky, navázat na pozitivní obchodní trend předchozích čtvrtletí. Sektor Retail and Technology zaznamenal ve finančním roce 2009 organický nárůst prodeje, který vzrostl o 4.3 % na 326 milionů eur, a v porovnání s loňským rokem zvýšil svou marži z 27.2 % na 29.4%. Sektor Media dosáhl ve čtvrtém čtvrtletí jak markantní obrat, tak i nárůst upraveného provozního příjmu.

V rozvíjejících se regionech Latinské Ameriky a Asie a Pacifiku dosáhla společnost GfK podstatného nárůstu organického obratu a nadále expandovala. V Německu a v regionech západní Evropa/Blízký Východ/Afrika a Severní Amerika společnost GfK navázala na ozdravný trend třetího čtvrtletí a úspěšně pokračovala ve snižování organického poklesu obratu.



### GfK Group: Výsledky v porovnání s předchozím rokem <sup>1)</sup>

V milionech eur	2008	2009 předběžné	Změna v %
Obrat	1 220,4	1 164	-4,6
Upravený provozní příjem	158,7	147	-7,3
Zdůrazněné položky	-29,8	-58	+95,5
Provozní příjem	128,9	89	-31,1
Příjem ze spoluúčasti	3,9	4	0
EBIT	132,8	93	-30,2

1) Zaokrouhleno

Co se upraveného provozního příjmu týče (které od teď budeme nazývat „příjem“), ve finančním roce 2009 k výsledkům společnosti GfK pozitivně přispěla úsporná opatření a ozdravný program BISS, který se zaměřil na zvyšování efektivity, a který byl zahájen v roce 2008. Kromě toho dosáhl velmi potěšitelných výsledků sektor Retail and Technology.

Zatímco v předchozím roce dosahoval příjem společnosti 158.7 milionů eur, v roce 2009 činil 147 milionů eur. V prvních devíti měsících roku 2009 činil organický pokles příjmu 17.6 %, zatímco celoroční organický pokles příjmu byl jen 10.2%. Akvizice pak zvýšily příjem o 3.2 %. Naopak negativní vlivy měnového kurzu příjem mírně snížily o 0.4 %.

Podobně jako konkurenční firmy i společnosti GfK Group používá upravený provozní příjem jako manažerský indikátor podnikových výsledků. Tato částka se počítá tak, že se z provozního příjmu vyjmou položky výdajů a příjmů, které zkreslují zhodnocení provozní výdělečné síly jednotlivých sektorů a společnosti. Tyto položky výdajů a příjmů se nazývají zvýrazněné položky a ve sledovaném období dosáhly -58 milionů eur (v předchozím roce 29,8 milionů eur).

V rámci programu BISS vznikly v daném finančním období výdaje ve výši 16 milionů eur (v předchozím roce 5.8 milionů eur).

Odpisy vykázaných skrytých rezerv z alokace kupní ceny dosahovaly výše 28 milionů eur, zatímco ve stejném období předchozího roku činily 24,1 milionů eur. Toto číslo odráží celkovou očekávanou amortizaci ve výši 16 milionů eur (v předchozím roce 14,8 milionů eur), stejně jako bilanci

mezi snížením a zvýšením hodnoty aktiv, která činila 12 milionů eur (v předchozím roce 9,3 milionů eur).

Výdaje na platby zaměstnancům na základě podílu z akcií a na dlouhodobé odměny dosáhly -3 milionů eur (v předchozím roce +1.0 milionů eur).

Bilance dalších provozních příjmů a nevyrovnaných dalších provozních výdajů činila v daném účetním období -11 milionů eur (v předchozím roce -2.1 milionů eur). Toto číslo je v zásadě možné připsat na vrub výdajům pramenícím z měnových rozdílů při částce 5 milionů eur. Dále musíme započíst odstupné ve výši 4 milionů eur, které bylo vyplaceno propuštěným zaměstnancům. Společnost GfK také zaplatila daně ve výši 2 milionů eur. Tento výdaj se stal nezbytným, protože odměny účastníkům průzkumu začaly podléhat DPH.

Ve finančním roce 2009 činil provozní příjem 89 milionů eur, zatímco ve finančním roce 2008 dosáhl 128,9 milionů eur.

Příjem ze spoluúčasti se ve finančním roce 2009 vyšplhal na 4 miliony eur (v předchozím roce 3,9 milionů eur).

K 31. prosinci 2009 dosahoval EBIT částky 93 milionů eur (v předchozím roce 132,8 milionů eur).

### **Dividendy: konzistentní 20% proplácení**

Společnost GfK klade a vždy kladla důraz na proplácení dividend podle výsledků. Aby se zajistil odpovídající podíl akcionářů na stávajících příjmech, správní a dozorčí rada GfK SE navrhne pro finanční rok 2009, na výroční valné hromadě, konané 19. května 2010, dividendu 0.30 euro za akcii bez stanovené nominální hodnoty (2008: 0,46 euro). Tím společnost naváže na předchozí poměr proplácení, který také v předchozích letech činil 20 % z konsolidovaných celkových příjmů. Tento návrh odpovídá 1,6% výnosu z akcií, kalkulovanému na základě průměrné ceny jedné akcie v roce 2009, která činí 18,93 eur. K 31. prosinci 2009 má na proplácení dividend nárok celkem 35 947 363 akcií, což znamená, že bude rozděleno 10,8 milionů eur (v předchozím roce 16.5 milionů eur).

### **Sektory: pokračující růst obratu a příjmu**

Navzdory přetrvávajícím obtížným tržním podmínkám zaznamenaly všechny tři sektory společnosti GfK ve finančním roce 2009 nárůst obratu i příjmu. Obzvláště sektor Retail and Technology se může pochlubit potěšitelnými výsledky týkající se růstu organického obratu a dalšího vzrůstu marže.

### Nárůst v sektorech<sup>1)</sup>

Obrat v milionech eur	2008	2009 předběžně	Změna v %
Custom Research	782,8	709	-9,4
Retail and Technology	304,1	326	+7,2
Media	130,1	126	-2,9
<b>GfK Group<sup>2)</sup></b>	<b>1 220,4</b>	<b>1 164</b>	<b>-4,6</b>

1) Zaokrouhlené údaje z Manažerského informačního systému -

2) Včetně "dalších položek"

### Nárůst obrátu podle sektorů<sup>1)</sup>

Růst v %	Celkem	Organický <sup>3)</sup>	Akvizice <sup>1)</sup>	Měna <sup>1)</sup>
Custom Research	-9.4	-10.4	+2.4	-1.4
Retail and Technology	+7.2	+4.3	+1.9	+1.0
Media	-2.9	-3.3	0.0	+0.4
<b>GfK Group<sup>2)</sup></b>	<b>-4.6</b>	<b>-6.0</b>	<b>+2.0</b>	<b>-0.6</b>

1) Zaokrouhlené údaje z Manažerského informačního systému

2) Včetně "dalších položek"

3) V procentních bodech

### Nárůst marže v sektorech<sup>1)</sup>

Marže v %	2008	2009 předběžně
Custom Research	7.2	5.6
Retail and Technology	27.2	29.4
Media	18.3	13.1
<b>GfK Group<sup>2)</sup></b>	<b>13.0</b>	<b>12.6</b>

1) Údaje z Manažerského informačního systému

2) Včetně "dalších položek"

Nejsilnější sektor společnosti GfK Group v oblasti prodeje, CUSTOM RESEARCH, dosáhl ve čtvrtém čtvrtletí roku 2009 obrát ve výši 203 milionů eur, což je 18.7% nárůst oproti výsledku ze třetího čtvrtletí (170,9 milionů eur). Navzdory pokračujícím vlivům finanční a ekonomické krize sektor pokračoval v ozdravném trendu předchozích čtvrtletí. Pokles organického obrátu se ve čtvrtém čtvrtletí snížil na 6,0% oproti 9,0 % ve čtvrtletí třetím. Obzvláště uspokojivé byly příjmy, které ve čtvrtém čtvrtletí činily 22 milionů eur, tedy dvojnásobek v porovnání s předchozím čtvrtletím (10,6 milionů euro). Po 6,2% marži ze třetího čtvrtletí došlo ve čtvrtém čtvrtletí k citelnému navýšení na 11,1 %.

V účetním období dosáhl obrat sektoru 709 milionů eur. V závislosti na finanční a ekonomické krizi obrat v porovnání s předchozím rokem poklesl o 9.4 %. Co se poklesu obratu týče, 10,4 procentních bodů vzniklo organicky a -1.4 procentních bodů je možno připsat na vrub vlivu měnového kurzu. Akvizice zvýšily obrat o 2,4 procentních bodů. Obrat nesplnil daná očekávání, protože některé smlouvy nebyly prodlouženy, dále kvůli realizovaným rozpočtovým škrtnům a vyjednávací politice klientů, kteří se tvrdě snažili srazit ceny. Některé z neprodloužených smluv se vztahují k syndikátním obchodním aktivitám. V rámci syndikátních obchodních aktivit jsou na trhu nabízeny komplexní studie, které nevyžadují specifickou smlouvu. Tyto studie představují významnou obchodní příležitost, protože malé společnosti nemohou nic podobného nabídnout a poměr mezi poptávkou a uspokojenou nabídkou se podstatně zvyšuje s každým dalším zákazníkem. Avšak v případě snížené poptávky není možné přizpůsobit výrobní náklady na tyto studie, což má za následek to, že neuskutečněné zakázky negativně ovlivňují obrat a příjem. Obzvláště obchodní aktivity automobilového sektoru byly finančním roce 2009 podstatně skromnější.

Sektor však kromě negativních vlivů způsobených finanční a ekonomickou krizí zaznamenal i některé pozitivní výsledky. Obzvláště regiony Asie a Pacifiku a Latinské Ameriky dosáhly potěšujícího nárůstu v oblasti obratu. Kromě toho GfK upevnila svou pozici v regionech západní Evropy/Blízkého Východu/Afriky a Severní Ameriky, a to díky akvizici majoritního podílu akcií ve společnosti Dmrkynetec. K posílení sektor také přispělo prodloužení kontraktů v segmentech Advanced Business Solutions, Category Management, IT and Telecommunications.

Skromný obrat se promítnul do příjmu, který v rámci sektoru poklesl na 17 milionů eur v porovnání s 39 miliony eur v roce 2009. Organický pokles výsledků činil 30,2 procentních bodů. Měnového kurzu snížily příjem o 1,9 procentních bodů, zatímco akvizice přinesly nárůst o 2,6 procentních bodů. Celoroční marže dosáhla 5.6 %, zatímco v prvních devíti měsících 2009 stála na 3.4 %. Sektor reagoval na vliv finanční a ekonomické krize komplexním balíčkem úsporných opatření. Byly dosaženy úspory v oblastech investic, nákupu, produkci a poskytování dat, stejně jako v nákladech na zaměstnance. V důsledku těchto opatření došlo v průběhu roku k postupnému zvyšování marže téměř až na úroveň 7.2% úroveň předchozího roku.

Navzdory finanční a ekonomické krizi navázal sektor RETAIL AND TECHNOLOGY během 2009 na rostoucí trend předchozího roku. Ve čtvrtém čtvrtletí 2009 sektor dosáhl obrat ve výši 88 milionů eur, zatímco ve třetím čtvrtletí 2009 tento výsledek činil 80,4 milionů eur, což znamená, že došlo k 10,0% nárůstu. V porovnání s třetím čtvrtletím, kdy organický prodej

vzrostl o 3.3 %, ve čtvrtém čtvrtletí 2009 vzrostl o 4.8%. Příjem ve čtvrtém čtvrtletí dosáhl částky 32 milionů eur, tedy značného růstu oproti předchozímu čtvrtletí, kdy příjem činil 25,0 milionů eur. V období mezi říjnem a prosincem, byla dosažena 35.7% marže, která v období mezi červencem a zářím činila 31.0 %.

Za celý rok 2009 vzrostl prodej o 22 milionů eur na 326 milionů eur. Z celkového 7,2% vzrůstu připadá 4,3 procent na organický nárůst. Celkově 1,0 procentních bodů je způsobeno vlivy měnového kurzu a 1,9 akvizicemi. GfK StarTrack výrobní a reportingový systém, který přispívá k udržení stejné úrovně cenově efektivní výroby ve všech zemích, je základním stavebním prvkem toho potěšitelného nárůstu v oblasti obratu. Ve stále kompetitivnějším a komplexnějším maloobchodním prostředí je komplexní znalost trhu pro zákazníky společnosti GfK klíčovým rozhodovacím faktorem. Systematické rozšiřování záběru služeb a zvýšená frekvence, se kterou byly reporty vydávány, tyto požadavky reflektovala a stala se zárukou poptávky stejně jako vysoké úrovně zákaznické spokojenosti. Celkově se obchodní transakce, které se soustřeďovaly na velké zákazníky, rozvíjely uspokojivě. Sektoru se podařilo podstatně navýšit objem objednávek u většiny uzavřených smluv, a to i navzdory tomu, že někteří menší klienti snižovali rozpočty. Obrat vzrostl největší měrou v Asii a Pacifiku. Dále se sektoru podařilo dosáhnout značného nárůstu v Severní Americe, Latinské Americe a Německu. Akvizice majoritního podílu ve společnosti Etilize a převzetí amerického panelu kontaktních čoček C.L.E.A.R. od společnosti The Nielsen Company, která se zabývá průzkumem trhu, přispěl k posílení pozice sektoru Retail and Technology v Severní Americe. K poklesu obratu došlo v západní Evropě, Blízkém východu a Africe. V důsledku tržní koncentrace dceřiná společnost GfK Switzerland transferovala své výzkumné aktivity v oboru rychloobrátkového spotřebního zboží do společnosti The Nielsen Company. Toto opatření má vést ke zvýšení ziskovosti švýcarské dceřiné společnosti.

Ve finančním roce 2009 dosáhl nejvíce ziskový sektor GfK Group nadproporcionálního 16,0% růstu na 96 milionů eur. Největší podíl nárůstu příjmů, 12,0 procentních bodů, je organické povahy. Faktory spojené s akvizicí navíc navýšily příjem o 4,5 procentních bodů. Marže dosáhla skvělých 29.4 %, čímž dokonce překonala vysoký výsledek předchozího roku (27.2 %).

Obrat sektoru MEDIA ve čtvrtém čtvrtletí 2009 činil 32 milionů eur, čímž o 6.0 % překonal 30,6 milionů ze třetího čtvrtletí. Kromě výrazného nárůstu obratu zaznamenal sektor ve čtvrtém čtvrtletí rovněž nárůst příjmů, které vzrostly v tomto období na 4 miliony eur z částky 3.4 milionů, na které stály

ve třetím čtvrtletí 2009. Marže, která ve třetím čtvrtletí 2009 činila 11.1 %, se ve čtvrtém čtvrtletí vyšplhala na potěšitelných 12.4 %.

Pokud se zaměříme na celoroční výsledky, zjistíme, že obrat oproti předchozímu roku poklesl o 2.9 %, a to na 126 milionů eur. Když si odmyslíme pozitivní vlivy měnového kurzu, které činily 0.4 procentních bodů, pak prodej z organického hlediska poklesl o 3,3 procentních bodů. Nárůst obratu nesplnil očekávání zejména v regionech střední a východní Evropy a v Severní Americe. Pokles obratu v Severní Americe je důsledkem složité situace na trhu tištěných médií. Severoamerická dceřiná společnost GfK MRI už na situaci reagovala a přizpůsobila se novým podmínkám. Sektor vyšel zákazníkům vstříc uvedením produktu AdMeasurem čímž otevřel nové obchodní příležitosti. Uvádění produktu, jehož účelem je měřit efektivitu reklamy v tištěných médiích na základě syndikátních dat, bude ukončeno koncem 2011. V Německu zaznamenal sektor Media potěšitelný nárůst odbytu, a to hlavně u zákazníků působících na německém trhu tištěných médií. GfK také úspěšně prodloužila smlouvy v oblasti měření míry užívání médií. V Nizozemí byl o rok a v Rakousku o tři roky prodloužen stávající kontrakt TV ratingu.

V porovnání s předchozím rokem (23.8 milionů eur) poklesl příjem ve sledovaném období o 30.3% na částku 16 milionů eur. Vlivy měnového kurzu posílily nárůst o 3,2 procentních bodů. Zároveň však růst organicky poklesl o 33,5 procentních bodů. Tento pokles byl částečně způsoben výdaji na zavádění produktu AdMeasure v Severní Americe, na specifický výrobní a vyhodnocovací software a specifický hardware, které dosahovaly 4,6 milionů eur. Ve finančním roce 2009 dosáhl sektor 13.1% marže (v předchozím roce: 18.3 %).

V sektoru OTHER (ostatní) dosáhl odbyt částky 3 milionů eur (v předchozím roce: 3.5 milionů eur). Příjmový deficit činil 5 milionů eur, zatímco ve stejném období minulého roku stál na 3,7 milionů eur. Příjem nepříznivě ovlivnily výdaje na poradenství, pojištění a další výdaje na rozvoj IT, ke kterým došlo v rámci strategie moveIT. Výdaje byly částečně vyrovnány úsporami na zaměstnaneckých výdajích, cestovních výdajích, materiálech a nákladech na kopírování a tisk.

### **Regiony: silný růst na trzích budoucnosti**

Společnost GfK Group operuje spolu se sítí svých společností ve více než 100 zemích celého světa. Z geografického hlediska je její obchodní činnost rozdělena do šesti regionů – Německa, západní Evropa/Blízký východ/Afrika, střední a východní Evropa, Severní Amerika, Latinská Amerika a Asie, Pacifik.



V regionech Latinské Ameriky, Asie a Pacifiku společnost GfK i navzdory finanční a ekonomické krizi opětovně překonala svou konkurenci v oblasti nárůstu odbytu. Tyto dva regiony se ve finančním roce 2009 podílely na zhruba 11% konsolidovaného odbytu. Odborníci předpovídají, že v těchto regionech dojde k nadprůměrnému nárůstu rozpočtů určených na průzkum trhu, následkem čehož společnost GfK vidí značný potenciál v rozšiřování svých aktivit do těchto regionů. Společnosti se již podařilo zaujmout atraktivní pozici na trhu zemí BRIC a očekává se, že zde bude do budoucna dále expandovat. Ohledně postavení na trhu se GfK na brazilském trhu umístila na 4., v Rusku na 2., v Indii na 3. a v Číně na 7. místě. Společnosti GfK se v průběhu roku podařilo stabilizovat výsledky svých obchodních aktivit v regionech Německa, západní Evropy/Blízkého východu/Afriky, střední a východní Evropy i Severní Ameriky. V těchto regionech společnost do konce roku podstatně snížila pokles odbytu, ke kterému došlo v prvních devíti měsících roku.

#### Růst v regionech<sup>1)</sup>

<b>Odbyt v milionech eur</b>	<b>2008</b>	<b>2009 předběžně</b>	<b>Změna v %</b>
Německo	316,1	301	-4,7
Západní Evropa/Blízký východ/Afrika	487,2	458	-6,0
Střední a východní Evropa	87,2	72	-17,8
Severní Amerika	219,7	207	-5,7
Latinská Amerika	35,5	39	+11,0
Asie a Pacifik	74,8	87	+16,1
<b>Celkem</b>	<b>1 220,4</b>	<b>1 164</b>	<b>-4,6</b>

1) Zaokrouhlené údaje z Manažerského informačního systému

### Růst obratu v jednotlivých regionech<sup>1)</sup>

Růst v %	Celkem	Organický <sup>2)</sup>	Akvizice <sup>3)</sup>	Měna <sup>3)</sup>
Německo	-4.7	-4.7	0.0	0.0
Západní Evropa/Blízký východ/Afrika	-6.0	-5.1	+1.6	-2.5
Střední a východní Evropa	-17.8	-5.7	0.0	-12.1
Severní Amerika	-5.7	-17.8	+7.0	+5.1
Latinská Amerika	+11.0	+11.0	+2.2	-2.2
Asie a Pacifik	+16.1	+8.9	+1.1	+6.1
<b>Celkem</b>	<b>-4.6</b>	<b>-6.0</b>	<b>+2.0</b>	<b>-0.6</b>

1) Zaokrouhlené údaje z Manažerského informačního systému

2) V procentních bodech

Ve finančním roce 2009 poklesl obrat společností GfK působících v NĚMECKU celkem o 4.7% na 301 milionů eur. V porovnání s prvními devíti měsíci roku 2009, kdy pokles obratu v organickém měřítku dosahoval 6.9 %, za období celého roku tento pokles činil pouze 4.7%. Ve čtvrtém čtvrtletí 2009 sektory Retail and Technology a Media zaznamenaly v daném regionu podstatný nárůst obratu. Společnost GfK má na německém trhu neoddiskutovatelné vůdčí postavení.

Ve finančním roce 2009 se společnost GfK nejvíce podílela na obratu v regionech ZÁPADNÍ EVROPA/BLÍZKÝ VÝCHOD/AFRIKA. Celkově obrat poklesl o 6.0 % na 458 milionů eur. Organický obrat poklesl o 5,1 procentních bodů, zatímco vlivy měnového kurzu snížily obrat o 2.5 procentních bodů. Akvizice naopak obrat navýšily o 1.6 procentních bodů.

Ve STŘEDNÍ A VÝCHODNÍ EVROPĚ společnosti dosáhly ve finančním roce 2009 celkového obratu ve výši 72 milionů eur v porovnání s 87.2 miliony eur předchozího roku. V termínech místní měny obrat poklesl o 5,7 %, zatímco pokles v eurech činil 17,8 %, za čímž stojí převážně slabá ekonomika a silná devalvace měny oproti euru, a to hlavně polského zloty a ruského rublu. V regionu nedošlo k žádnému nárůstu, který by byl způsoben akvizicemi.

V SEVERNÍ AMERICE, dosáhla společnost GfK obrat ve výši 207 milionů eur, zatímco ve finančním roce 2008 tato částka činila 219,7 milionů eur. Ke konci finančního roku došlo k propadu až dosud silného eura vůči americkému dolaru, což snížilo pozitivní účinky měnového kurzu. Co se výsledků za celý rok týče, pozitivní vliv měnového kurzu navýšil prodej o 5,1 procentních bodů. V extrémně těžkých ekonomických podmínkách obrat v daném účetním období v organickém měřítku poklesl o 17,8 procentních bodů. Akvizice naopak navýšila prodej o 7,0 procentních bodů.

V regionu LATINSKÁ AMERIKE dosáhla společnost GfK Group v porovnání s předchozím rokem v daném účetní období 11.0% nárůst odbytu na potěšitelných 39 milionů eur. Tomuto regionu se podařilo dosáhnout největšího nárůstu odbytu v organickém měřítku z celé GfK Group, ten činil 11.0 procentních bodů. Vliv měnového kurzu způsobil pokles odbytu o 2.2 procentních bodů, zatímco akvizice odbyt o stejný počet procentních bodů posílila.

GfK dosáhla ve finančním roce 2009 nejvyššího nárůstu odbytu v regionu ASIE A PACIFIK. Odbyt se zvýšil o 16.1 %, z 74.8 milionů eur v roce 2008 na 87 milionů eur v roce 2009. Organický nárůst dosáhl potěšitelných 8,9 procentních bodů, zatímco akvizice navýšily prodej o 1,1 procentních bodů a pozitivní vliv měnového kurzu o 6.1 procentních bodů.

#### **Zaměstnanci: pokračující internacionalizace**

Na konci finančního roku zaměstnávala GfK Group 10 058 zaměstnanců. V porovnání s úrovní z 31. prosince 2008 se jedná o nárůst o 366 lidí. K tomuto nárůstu došlo zejména díky akvizici nových společností. V porovnání se stavem z 30. září 2009 poklesl počet zaměstnanců o 158 lidí.

Na konci roku 2009 pracovalo 82,2 % zaměstnanců společnosti GfK mimo Německo (v předchozím roce: 82,0 %), což znamená, že za hranicemi Německa působí 8 268 zaměstnanců. Internacionalizace pracovní síly tedy pokračuje ruku v ruce s rozvojem výrobních aktivit.

#### **BISS: efektivnější postupy a úspěšné omezování výdajů**

Aby se dosáhlo udržitelné optimalizace příjmu ve všech sektorech, rozhodla se společnost GfK zahájit ozdravný BISS program, který se zaměřil na zvyšování efektivity, a který probíhá ve všech společnostech GfK Group. BISS kombinuje různé projekty, které jsou rozděleny do čtyř hlavních kategorií pod názvem „Business IT-Services and Streamline Services create Synergie“ (IT službami a racionalizací k synergii). Zhruba 30 mezioborových a mezinárodních projektů bylo navrženo s cílem zlepšit efektivitu procesů a omezit výdaje.

V daném účetní období přinesl program BISS nárůst odbytu o 6,8 milionů eur a úspory v hodnotě 20,7 milionů. Náklady na projekty naopak dosáhly 23,6 milionů euro a devalvace činila EUR 0,2 milionů eur. EBIT se navýšil o 3,7 milionů eur. Výdaje ve výši 16,0 milionů eur, které jsou označeny jako zdůrazněné položky, byly v daném účetní období způsobeny hlavně zjednodušováním korporátních struktur, konsolidací IT infrastruktury, slučováním pronajatých prostor a organizací a konsolidací nabídek na průzkum trhu.

### BISS: přehled výsledků za rok 2009

V eurech m	2009
Dodatečný obrat	+6.8
Úspory	+20.7
Výdaje na projekt	-23.6
Devalvace	-0.2
<b>EBIT</b>	<b>+3.7</b>
Výdaje spojené na reorganizaci a konsolidaci obchodních aktivit (zdůrazněné položky)	+16.0
<b>Upravený provozní příjem</b>	<b>+19.7</b>

#### Důležité události, ke kterým došlo po zakončení finančního roku:

V únoru 2010 dozorčí rada společnosti GfK SE prodloužila o pět let smlouvu se členkou správní rady Debrou A. Pruentovou, která je spoluodpovědná za sektor Custom Research. Nová smlouva je platná od 1. ledna 2011 do 31. prosince 2015.

#### Výhled: obezřetnost a optimismus pro finanční rok 2010

Během letních měsíců se začaly projevovat pozitivní účinky vládních ekonomických programů a finančních opatření zahájených v roce 2009. Po největší recesi poválečné éry se v současné době začala globální ekonomika stabilizovat. Mezinárodní měnový fond očekává v roce 2010 podstatné oživení ekonomiky a předpovídá 3,9% globální ekonomický růst.

MMF očekává, že toto oživení bude platit obzvláště pro rozvíjející se trhy, kde bude vyvolané převážně soukromou spotřebou. Přestože odborníci předpovídají, že růst v průmyslových zemích bude pomalejší, vzrůst HDP bude mít v roce 2010 pozitivní tendenci.

ESOMAR, mezinárodní asociace působící v oblasti výzkumu trhu, předpovídá, že se odbyt oboru nebude v roce 2010 dále snižovat. Kromě poklesu odbytu vedla globální recese také k posunu v rámci jednotlivých složek výzkumu trhu. Letný pohled na největší trh tohoto oboru, Spojené státy americké, ukazuje, že se z finančních důvodů zvýšil podíl průzkumů prováděných za pomoci internetu oproti telefonickému dotazování. Kromě úspornosti zákazníci oceňují rychlost, se kterou dostanou výsledky, což stále více očekávají i od tradičních metod.

Kromě toho současná krize zvýšila ochotu zavádět nové postupy. V roce 2009 podstatně vzrostl zájem o sociálně mediální analýzy (fóra, blogy). Internet bude i nadále hrát důležitou roli ve výzkumu a zároveň bude stále více využíván společnostmi jako zdroj informací.

V dobách složité ekonomické situace se zvyšuje význam vyhodnocování informací a odborného poradenství, protože ne každá nová metoda či technologie je vhodná pro všechny cílové skupiny a problémy.

Pozitivní zprávou pro odvětví zabývající se výzkumem trhu je to, že mnohé mezinárodní společnosti spoléhají na růst v rozvíjejících se zemích. Rozvoj nových odbytišť je možný jen pokud známe povahu místní kultury a zákazníků. Kromě toho se klade stále větší důraz na srovnatelnost výsledků u průzkumů prováděných v několika zemích. Pokud chceme, aby byly produkty a marketingové plány úspěšné na více než jednom trhu a zároveň úsporné, pak musíme mít možnost porovnávat data.

Společnost GfK se těší dobré pozici díky svému globálnímu zastoupení a mezinárodní expertíze. Nabídka jejích produktů je inovační a odpovídá potřebám širokého spektra zákazníků a odvětví. Kromě toho má společnost stabilní Společnost má velmi dobré vyhlídky do budoucnosti i díky svému velmi příznivému kapitálovému uspořádání a díky existujícím finančním opatřením. společnost GfK se vyznačuje vysokou flexibilitou a proto zvládá přiměřeně reagovat na změny tržních podmínek. Úsporná opatření, která byla zavedena již v počátečních stádiích, budou i nadále zmírňovat dozvuky finanční a ekonomické krize.

Na konci ledna 2010 dosáhly objednávky 35,2 % očekávaného ročního obratu (v předchozím roce: 30,2 %). GfK zaznamenala vzrůstající zájem o sektor Custom Research. Zkušenost nám však ukazuje, že na základě prvního měsíce se nedá vyvodit, jak se bude vyvíjet situace v průběhu celého roku.

Na základě hmatatelného zlepšení ekonomických podmínek a dalšího nárůstu výrobních aktivit společnost GfK očekává ve finančním roce 2010 zhruba 3% nárůst obratu, přičemž bere v potaz i společnosti, které přibýly v důsledku fúze uskutečněné na začátku roku. Na organickém nárůstu obratu se budou podílet všechny tři sektory. Společnost očekává, že se marže, tedy poměr mezi upraveným provozním příjmem a obratem, celkově v roce 2010 zvýší až na 13 %.

GfK očekává, že zdůrazněné položky (včetně BISS) budou v roce 2010 činit až 40 milionů eur.

Pro současný finanční rok předpokládá GfK výdaje na údržbu a náhradu materiálu ve výši zhruba 50 milionů eur.



## Účetní tisková konference a úplné finanční prohlášení

GfK zveřejní úplné finanční prohlášení dne 31. března 2010 v 10.00 hodin během Účetní tiskové konference pořádané v Norimberku. Roční finanční prohlášení bude prezentováno na DVFA konferenci ve Frankfurtu nad Mohanem v 15.00 hod.

### Předběžné termíny

31. března 2010	Účetní tisková konference, Norimberk
31. března 2010	Konference analytiků, Frankfurt nad Mohanem
12. května 2010	Čtvrtletní zpráva z 31. března*
19. května 2010	Valná hromada, Fürth
16. srpna 2010	Pololetní zpráva z 30. června*
15. listopadu 2010	Devítiměsíční zpráva z 30. září*

\* Zveřejnění je naplánováno před začátkem

Odpovědnost podle tiskového zákona

GfK SE  
Corporate Communications  
Bernhard Wolf  
Nordwestring 101  
D-90419 Norimberk  
Tel. +49 911 395-2012  
Fax +49 911 395-4075  
bernhard.wolf@gfk.com

### Skupina GfK v ČR

Skupina GfK v ČR (GfK Czech a INCOMA GfK) je předním poskytovatelem komplexních služeb v oblasti výzkumu trhu a veřejného mínění, včetně konzultačního a poradenského servisu. Pro další informace navštivte naše internetové stránky: [www.gfk.cz](http://www.gfk.cz), [www.incoma.cz](http://www.incoma.cz).

### GfK Group

GfK Group je poskytovatelem zásadních informací nezbytných při rozhodování o tržních strategiích firem působících v oblasti průmyslu, maloobchodu, služeb a médií. Nabízí komplexní informační a poradenské služby ve svých třech obchodních sektorech: Custom Research, Retail and Technology a Média. Jako celosvětově čtvrtá největší společnost provádějící marketingový výzkum působí ve více než 100 zemích s více než 10 000 zaměstnanci. V roce 2008 dosáhly tržby GfK Group 1,2 miliardy EUR. Pro další informace navštivte webové stránky: [www.gfk.com](http://www.gfk.com).



### **Právní ujednání**

Tyto informace nejsou určeny ke zveřejnění a rozšiřování v USA.

Publikace není určena jako pobídka k nákupu cenných papírů ve Spojených státech. Cenné papíry společnosti GfK SE nemohou být nabízeny ani prodávány v USA bez registrace nebo příslušné výjimky z povinné registrace na základě platné verze zákona o cenných papírech z roku 1933.

Toto tiskové prohlášení obsahuje výhledové výroky, které se netýkají minulých událostí. Dále obsahuje tvrzení, která se vztahují k našim předpokladům a očekáváním. Každý z těchto výroků, který odráží naše záměry, předpoklady, očekávání a předpovědi, má charakter výhledového výroku. Tyto výroky se zakládají na předpovědích, odhadech a prognózách, které má management GfK Group v současné době k dispozici. Není naší zodpovědností aktualizovat tyto výroky na základě nových skutečností. Výhledové výroky se proto vztahují jen k datu, ve kterém byli učiněny.