



Pressemitteilung

Datum
8. Juli 2010

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

GfK Gruppe erweitert Netzwerk

- Neugründungen in Saudi Arabien und Kenia
- vollständige Übernahmen der GfK Mode in Indien und der GfK Kynetec in UK
- Anteilserhöhung in Brasilien

Nürnberg, 8. Juli 2010 – Das GfK-Netzwerk wächst. In Saudi Arabien eröffnet die GfK als erstes ausländisches Marktforschungsinstitut eine eigenständige Niederlassung. Der Sektor Retail and Technology weicht in Kenia ein neues Büro ein. Vollständig übernimmt die GfK das Tochterunternehmen GfK Mode in Indien sowie die GfK Kynetec in Großbritannien. Und das GfK-Tochterunternehmen IFR erhöht in Brasilien seine Anteile an dem Unternehmen Shopping Brasil.

Mit Wirkung zum 28. April 2010 erteilten die Behörden der GfK als erstem ausländischen Marktforschungsunternehmen die Lizenz zur Eröffnung einer Niederlassung in Saudi Arabien. Bislang waren selbst Minderheitsbeteiligungen an saudischen Firmen aufgrund staatlicher Bestimmungen für Ausländer nur beschränkt möglich. Die auf Ad-hoc-Forschung spezialisierte GfK Middle East hatte daher saudische Studien von ihrem Hauptsitz in Dubai aus über Partner vor Ort durchgeführt. Nun bieten die sieben Mitarbeiter der GfK Custom Research Saudi Arabia Daten zu Märkten in Saudi-Arabien aus dem eigenen Land an. Zudem erheben sie von der Hauptstadt Riad aus auch Informationen aus dem Yemen.

Im größten Marktforschungsmarkt des Mittleren Ostens mit derzeit rund 30 Millionen Dollar Umsatz arbeitet die GfK Custom Research Saudi Arabia sowohl für internationale Kunden wie Procter & Gamble, Philip Morris, Tetra Pak, Goodyear und Danone als auch für Unternehmen aus dem arabischen Raum wie zum Beispiel für Nuqul, einem jordanischen Hersteller schnelllebigem Konsumgüter. Managing Director der GfK Custom Research Saudi Arabia sowie der GfK Middle East in Dubai ist Ranabir Sen.

Weitere Informationen: Ranabir Sen, Managing Director GfK Custom Research Saudi Arabi, Tel. +971 4 439-3499, ranabir.sen@gfk.com

GfK SE
Nordwestring 101
90419 Nürnberg

Tel. +49 911 395-0
Fax +49 911 395-2209
public.relations@gfk.com
www.gfk.com

Vorstand:
Prof. Dr. Klaus L. Wübbenhorst
(Vorsitzender)
Pamela Knapp (CFO)
Petra Heinlein
Dr. Gérard Hermet
Debra A. Pruent
Wilhelm R. Wessels

Vorsitzender des
Aufsichtsrats:
Dr. Arno Mahler

Registergericht
Nürnberg HRB 25014

Retail and Technology eröffnet Niederlassung in Kenia

Die GfK hat in Nairobi zum 1. Juni 2010 ihre erste Niederlassung mit acht Mitarbeitern in Kenia eröffnet. Sie firmiert unter dem Namen GfK Retail and Technology East Africa. Managing Director sind Gunter Redwitz und Herwig Rubin.

Bereits seit zehn Jahren erhebt die GfK in Afrika Daten, in Ostafrika seit fünf Jahren. Begonnen hat alles mit dem Aufbau eines Handelspanels zu den Verkäufen von Mobiltelefonen in ausgewählten kenianischen Städten. Inzwischen beobachtet die GfK auch Fernseher und Kühlgeräte. Im nächsten Jahr sollen Laptops, Drucker und Waschmaschinen hinzukommen. Von Kenia aus erhebt die GfK auch Daten in Uganda und Tansania. Zu den Kunden gehören zahlreiche führende Anbieter der beobachteten Branchen.

Weitere Informationen: Herwig Rubin, Managing Director GfK Retail and Technology East Africa, Tel: +49 911 395-3188, herwig.rubin@gfk.com

GfK Mode vollständig übernommen

Die GfK hat zum 6. Mai 2010 weitere 49 Prozent an der GfK Mode in Indien erworben. Damit hält sie 100 Prozent der Anteile. Das Unternehmen ist im Sektor Custom Research tätig und beschäftigt 226 Mitarbeiter. Managing Director bleibt Debi Basu.

Die ursprünglich im Jahr 1981 gegründete Mode Group kam 2006 zur GfK Gruppe. Seitdem firmiert das Unternehmen als GfK Mode. Es hat Niederlassungen in 15 indischen Städten sowie ein Büro in Bangladesch. Es ist vor allem in den Bereichen Verbraucher- und Sozialforschung tätig. Zu den wichtigsten Kunden gehören internationale Unternehmen wie Colgate Palmolive, McDonald's, Hewlett Packard, Nestlé, L'Oréal, Coca-Cola und Suzuki.

Im März gewann die GfK Mode den größten Anteil an einer landesweiten Gesundheitsstudie, die die indische Regierung jährlich durchführen lässt. Der Auftrag ist auf drei Jahre angelegt und umfasst ein Jahresvolumen von 2,4 Millionen Euro. Die Ergebnisse der Studie sollen der Regierung als Basis dienen, um Leitlinien für künftige Gesundheitsprogramme zu entwickeln. Mit 615.000 Face-to-face-Befragungen in drei indischen Bundesstaaten wird die GfK Mode vor allem die Gesundheit von Frauen, Schwangeren und Kleinkindern untersuchen.

Weitere Informationen: Debi Basu, Managing Director GfK Mode, Tel. +91 33 2289-0314, debi.basu@gfk.com

GfK Kynetec ist 100-prozentige GfK-Tochter

Zum 21. Juni 2010 hat die GfK mit den noch verbliebenen 25 Prozent der Anteile die GfK Kynetec vollständig übernommen. Das Institut ist im Sektor Custom Research auf den Gebieten der Tiermedizin, Biotechnologie sowie der Pestizide aktiv. Wichtige Kunden sind Agrar- und Biotechkonzerne wie

Syngenta, Bayer CropScience, Monsanto Company, Dow AgroSciences sowie die Tiermedizinsparten der Pharmaunternehmen Pfizer, Schering Plough und Novartis. Stephen Hearn leitet als CEO das Unternehmen mit 128 Mitarbeitern in weltweit 14 Niederlassungen.

Im Jahr 2007 entstand dmrkynetec aus der Fusion der beiden Marktforschungsunternehmen DoaneMR (USA) sowie Kynetec (Großbritannien). Im Jahr 2008 vereinigte die GfK ihre beiden Tochterunternehmen m2A in Frankreich sowie GfK Animal Health in Großbritannien mit der britischen Unternehmensgruppe. Das Unternehmen ist in Europa, USA und Asien vertreten.

Weitere Informationen: Stephen Hearn, CEO GfK Kynetec,
Tel. +44 1488 649-130, stephen.hearn@dmrkynetec.com

Anteile an Shopping Brasil erhöht

In Brasilien erhöhte das GfK-Tochterunternehmen IFR zum 28. Mai dieses Jahres seinen Anteil an Shopping Brasil um 25 Prozent auf 76 Prozent. Das Unternehmen befasst sich mit der Erhebung von Einzelhandelspreisen sowie der Regalbeobachtung langlebiger Gebrauchsgüter. Bei dieser Art der Marktforschung stehen in einem Einkaufsmarkt alle Aktivitäten der Konsumenten an einem bestimmten Regal unter ständiger Beobachtung und werden dokumentiert. Mit seinen Tochterunternehmen nimmt die GfK Gruppe in Brasilien den Spitzenplatz unter den Marktforschungsunternehmen ein.

Shopping Brasil wurde 1999 gegründet. Zu den Kunden zählen Walmart, Whirlpool, Philips, Sony sowie Pao de Açucar, eine der größten Supermarktketten in Brasilien. Das Unternehmen firmiert weiterhin als Shopping Brasil-IFR. Die Geschäfte führt Minoru Wakabayashi als Managing Director.

Weitere Informationen:

Minoru Wakabayashi, Managing Director Shopping Brasil-IFR,
Tel. +51 3341 9955, minoru@shoppingbrasil.com.br



Zur GfK Gruppe

Die GfK Gruppe bietet das grundlegende Wissen, das Industrie, Handel, Dienstleistungsunternehmen und Medien benötigen, um Marktentscheidungen zu treffen. Ihr umfassendes Angebot beinhaltet Informations- und Beratungsservices in den drei Sektoren Custom Research, Retail and Technology und Media. Weltweit ist die Nummer 4 der Marktforschungsunternehmen in mehr als 100 Ländern aktiv und beschäftigt über 10.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Im Jahr 2009 betrug der Umsatz der GfK Gruppe 1,16 Milliarden Euro. Weitere Informationen erhalten Sie unter www.gfk.com. Folgen Sie uns auf Twitter: www.twitter.com/gfk_gruppe

V.i.S.d.P.
GfK SE, Corporate Communications
Marion Eisenblätter
Nordwestring 101
90419 Nürnberg
Tel. +49 911 395-2645
Fax +49 911 395-4041
public.relations@gfk.com