



Zapp
creation®

AUF EINEN BLICK

Zapf Creation AG

Kennzahlen Konzern	Q2/2004	Q2/2005	H1 /2004	H1 /2005	H1 +/- in % ¹⁾
Gewinn- und Verlustrechnung					
Umsatz in T€	30.577	18.469	49.712	36.754	- 26
EBITDA in T€	4.256	- 8.825	3.792	- 12.337	n/a
EBIT in T€	2.513	- 10.524	446	- 15.709	n/a
Periodenergebnis in T€	1.198	- 11.425	- 629	- 17.335	•
Ergebnis pro Aktie ²⁾ in €	0,16	- 1,54	- 0,08	- 2,33	•
Bilanz					
Bilanzsumme zum 30.6. in T€	142.041	119.780	142.041	119.780	- 16
Investitionen in T€	1.647	558	3.309	1.380	- 58
Cashflow					
CFPS (operativer Cashflow pro Aktie) in €	- 2,23	- 1,00	- 2,71	- 0,60	- 78
Aktie					
Höchstkurs (Xetra) in €	21,74 (19.4.)	11,20 (13.5.)	23,79 (18.2.)	18,03 (1.2.)	- 24
Tiefstkurs (Xetra) in €	17,10 (1.6.)	8,80 (27.6.)	17,10 (1.6.)	8,80 (27.6.)	- 49
Kurs zum Periodenende (Xetra) in €	19,35	9,71	19,35	9,71	- 50
Durchschnittlicher Kurs (Xetra) in €	19,14	10,27	20,38	12,44	- 39
Durchschnittliches Handelsvolumen (Xetra) in Stück	30.559	52.220	38.226	65.137	70
Marktkapitalisierung (Basis: Periodenende, Xetra) in Mio. €	155	78	155	78	- 50
Anzahl Mitarbeiter zum 30.6. ³⁾	484	476	484	476	- 2

1) gerundet

2) 2005: unverwässert = verwässert; 2004: unverwässert

3) ohne Vorstand und Auszubildende

Finanzkalender

Termin	Aktivität	Ort
26. Juli 2005	Veröffentlichung Ergebnisse 2. Quartal / Halbjahr 2005	Rödental
26. Juli 2005	Analystenkonferenz	Frankfurt / Main
26. Juli 2005	Globaler Conference Call	
29. Juli 2005	Roadshow	Kopenhagen
5. bis 9. September 2005	Roadshow	USA
16. November 2005	Veröffentlichung Ergebnisse 3. Quartal / 9 Monate 2005	Rödental
16. November 2005	Globaler Conference Call	
21. bis 23. November 2005	Deutsches Eigenkapitalforum	Frankfurt / Main

- **Umsatzrückgang um 26 % im Rahmen der Erwartungen**
- **6 Mio. € Einmalaufwand aus dem Programm zur Neuausrichtung belastet Ergebnisse des ersten Halbjahres außerordentlich**
- **Vorgenommene methodische Änderung bei der Verrechnung des Kostenanfalls führt unterjährig zu Margen- und Ergebnisverschiebung**
- **Stabilisierung der Geschäftsentwicklung im zweiten Halbjahr erwartet**

Die Zapf Creation AG erreichte im ersten Halbjahr einen Umsatz von 36,8 Mio. €, der im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 26 % rückläufig ist. Die Rohmarge lag mit 48 % um rund 9 Prozentpunkte unter dem Wert der Vergleichsperiode. Betrachtet man die Rohmarge nach der historischen Verrechnung des Kostenanfalls würde diese mit 55 % annähernd auf dem vergleichbaren Vorjahresniveau liegen. Das operative Ergebnis (EBIT) der ersten sechs Monate 2005 lag bei – 15,7 Mio. € und wurde durch die vollständige Rückstellung der Kosten aus dem Programm zur Neuausrichtung in Höhe von 6 Mio. € außerordentlich belastet. Das Periodenergebnis lag bei – 17,3 Mio. €. Das Ergebnis je Aktie betrug damit – 2,33 €.

Der Mittelabfluss aus operativer Geschäftstätigkeit verringerte sich im Vergleich zu den ersten sechs Monaten 2004 deutlich. Ein verbessertes Forderungsmanagement und ein vorsichtigeres Bestellverhalten bei den Lieferanten in Fernost machten sich bereits positiv bemerkbar. Eine Rückführung der Bankschulden in Höhe von 11,5 Mio. € und rund 13 Mio. € weniger Umsatz im ersten Halbjahr 2005 reduzierten allerdings die liquiden Mittel.

Die Nettoverschuldung reduzierte sich im Vergleich zum ersten Halbjahr 2004 von 70,1 Mio. € auf 61,3 Mio. €. Positiv wirkte sich ein verbessertes Working Capital Management aus. Der Effekt wurde aber durch das negative Periodenergebnis von – 17,3 Mio. € gemindert.

Schwache Geschäftsentwicklung in Central Europe und The Americas

Die Umsätze in Central Europe lagen mit 9,6 Mio. € deutlich unter Vorjahr (VJ: 18,1 Mio. €). Dies ist maßgeblich auf den rückläufigen Markt für Spiel- und Funktionspuppen in Deutschland zurückzuführen, an dem Zapf Creation einen Anteil von rund 61 % zum Halbjahr hält. Hier ist zudem ein weiterer Abbau von Warenbeständen im Handel erfolgt. Der planmäßige Ausstieg aus der Marke BABY born® miniworld und der damit verbundene Abverkauf der Produkte trug ebenfalls zum Umsatzrückgang bei. Der schwache Durchverkauf des My Model-Zubehörs hat auch im zweiten Quartal angehalten. Für dieses Konzept werden im zweiten Halbjahr wieder positive Impulse durch die Markteinführung der neuen My Model PROFESSIONAL-Frisier- und Schminkköpfe erwartet. In den Halbjahresumsätzen 2004 war zudem bereits der Effekt aus der Markteinführung der Neuen BABY born® mit Badefunktion enthalten, die in Deutschland aufgrund der Marktbedeutung des Konzeptes schon im zweiten Quartal 2004 stattgefunden hat. In diesem Jahr werden alle wesentlichen Produkteinführungen jedoch weltweit im zweiten Halbjahr stattfinden.

Northern Europe verzeichnete mit 11,8 Mio. € (VJ: 12,6 Mio. €) einen im Rahmen der Erwartungen liegenden Umsatz. In Großbritannien wird die Markteinführung der neuen Baby Annabell, die echte Tränen weinen kann, im zweiten Halbjahr 2005 aufgrund der hohen Popularität des Konzeptes für Wachstumsimpulse sorgen. In einem stabilen Marktumfeld konnte Zapf Creation den Marktanteil bei Spiel- und Funktionspuppen in Großbritannien zum Halbjahr auf rund 36 % steigern.

Die Umsätze in Southern Europe waren mit 5,8 Mio. € (VJ: 5,9 Mio. €) ebenfalls innerhalb der Planungen. In Italien konnte Zapf Creation die größten Zuwächse im Spiel- und Funktionspuppensegment für sich verbuchen und war per Ende Juni der drittgrößte Anbieter in dieser Kategorie mit einem Marktanteil von 6,5 %. Das Kerngeschäft konnte ebenfalls in Spanien zulegen. Hier war Zapf Creation mit einem Anteil von 21 % zum Halbjahr die Nummer 2 im Marktsegment.

(Quelle Marktanteile und Platzierungen: NPD/Eurotoys Juni 2005)

Eastern Europe konnte aufgrund einer anhaltend positiven Entwicklung in Russland ein Plus auf 4,2 Mio. € (VJ: 1,9 Mio. €) erzielen.

The Americas blieb mit einem Umsatz von 4,2 Mio. € (VJ: 8,2 Mio. €) hinter den Erwartungen zurück. Dies ist vor allem auf einen weiterhin aggressiven Abbau von Inventurbeständen im eigenen Lager zurückzuführen. In lokaler Währung betrug der Umsatz 5,4 Mio. US-Dollar (VJ: 10,1 Mio. US-Dollar).

Der erwartungsgemäße Umsatzrückgang in Asia/Australia auf 1,1 Mio. € (VJ: 3,0 Mio. €) ist im Wesentlichen auf den australischen Markt zurückzuführen, da Zapf Creation hier seit November 2004 mit einem Distributionspartner zusammenarbeitet. Dieser hat den gesamten Warenbestand der ehemaligen Tochtergesellschaft in Australien übernommen, der bis weit ins erste Halbjahr hinein ausreichte.

Umsatzverteilung nach Business Units

	H1/2004	H1/2005	+/-	+/-
	T€	T€	% ¹⁾	T€
Europe	38.495	31.421	- 18	- 7.074
Central Europe	18.112	9.601	- 47	- 8.511
Northern Europe	12.612	11.800	- 6	- 812
Southern Europe	5.875	5.786	- 2	- 89
Eastern Europe	1.896	4.234	123	2.338
The Americas	8.212	4.229	- 49	- 3.983
Asia/Australia	3.005	1.104	- 63	- 1.901
Gesamtumsatz	49.712	36.754	- 26	- 12.958

1) gerundet

Baby Annabell ist beliebteste Puppe in Großbritannien

Das BABY born® Konzept verzeichnete ein Umsatzminus von 17 % auf 18,0 Mio. € (VJ: 21,7 Mio. €). Dies ist maßgeblich darauf zurückzuführen, dass im Vorjahreszeitraum bereits positive Impulse aus der Markteinführung der Neuen BABY born® mit Badefunktion in Deutschland enthalten waren.

(Quelle Marktanteile und Platzierungen: NPD/Eurotoys Juni 2005)

Aufgrund der für das zweite Halbjahr weltweit geplanten Markteinführung der neuen Baby Annabell gingen die Umsätze erwartungsgemäß auf 9,6 Mio. € (VJ: 12,8 Mio. €) zurück. Hintergrund hierfür ist ein zurückhaltendes Orderverhalten für die Vorgängergeneration von Seiten des Handels. Insbesondere in Großbritannien wird die neue Baby Annabell die Umsatzentwicklung wieder beleben, denn in diesem Markt hat die beliebte Funktionspuppe ihre Position als die Nummer 1 im Puppenmarkt zum Halbjahr erneut behauptet.

Das Minus bei CHOU CHOU resultiert hauptsächlich daraus, dass im ersten Halbjahr 2004 Umsätze aus Werbeaktionen zum Verkauf der Rock-a-bye CHOU CHOU enthalten waren. Diese Aktion hat dazu gedient, diese Puppenversion schneller aus dem Handel abzuverkaufen, um die Markteinführung der neuen Funktionspuppe Love me CHOU CHOU im Weihnachtsgeschäft vorzubereiten. Per Ende Juni wurde hier ein Umsatz von 6,8 Mio. € (VJ: 9,2 Mio. €) erzielt.

Bei Minipuppen ist der Umsatzrückgang auf 926 T€ (VJ: 2,0 Mio. €) innerhalb der Planungen. Die BABY born® miniworld wird aktuell mit Schwerpunkt in Deutschland abverkauft, da die Linie zum Ende des Geschäftsjahres eingestellt wird.

Ein schwaches My Model-Zubehörgeschäft ist hauptsächlich für den Rückgang der Kategorie „Sonstiges“ auf 389 T€ (VJ: 2,2 Mio. €). Neue Impulse werden im zweiten Halbjahr 2005 durch die Markteinführung der neuen My Model PROFESSIONAL-Köpfe erwartet.

Umsatzverteilung nach Produktlinien

	H1/2004	H1/2005	+/-	+/-
	T€	T€	% ¹⁾	T€
Spiel- und Funktionspuppen	45.539	35.439	- 22	- 10.100
BABY born®	21.667	18.045	- 17	- 3.622
Baby Annabell	12.782	9.631	- 25	- 3.151
CHOU CHOU	9.245	6.754	- 27	- 2.491
Sonstige	1.845	1.009	- 45	- 836
Minipuppen	1.981	926	- 53	- 1.055
Sonstiges	2.192	389	- 82	- 1.803
Gesamtumsatz	49.712	36.754	- 26	- 12.958

1) gerundet

Zapf Creation kommt bei der Umsetzung des Programms zur Neuausrichtung zügig voran

Rund drei Monate nachdem Zapf Creation das Programm zur Neuausrichtung initiiert hat, konnten bereits wesentliche Maßnahmen umgesetzt werden. Beispielsweise wurden die Einsparungen bei Personal- und Sachkosten nahezu vollständig erzielt. Zudem konnte im Juli 2005 mit dem Abschluss einer strukturierten Finanzierung in Höhe von 112 Mio. € pro Jahr bei einer Laufzeit bis 2007 ein wesentlicher Meilenstein bei der Umsetzung des Programms erreicht werden. Die zur Verfügung gestellten Kontokorrentlinien und temporären Kredite sichern ebenfalls die Spitzen des Kapitalbedarfs im dritten Quartal, der zur Finanzierung des operativen Geschäftes benötigt wird.

Neue Strategie für den US-Markt definiert

In den USA geht das Unternehmen mit einem schlanken, den Marktgegebenheiten angepassten Produktportfolio und einer gestrafften Organisation an den Neustart. Die neue Strategie für den amerikanischen Markt sieht vor, dass Zapf Creation in die Saison 2006 mit zwei Markenspielkonzepten, die ein straffes preislich und qualitativ an lokale Bedürfnisse angepasstes Zubehörsortiment beinhalten, starten wird. Die Konzentration auf zwei Konzepte bietet die Möglichkeit, variierende Funktionspuppen mit kürzeren Produktlebenszyklen beziehungsweise thematische Schwerpunkte im Zubehörbereich parallel zu vermarkten und zu bewerben. Daneben wird eine preisaggressivere Spielpuppenlinie ohne Zubehör Umsätze im „Private Label“-Segment generieren.

Die eingeleitete Fokussierung auf die größten US-Spielwarenvotreiber und Online-Shops wird konsequent fortgesetzt. Dabei wird verstärkt auf Direktgeschäft mit Lieferung aus Hongkong gesetzt, um das Waren- und Inventurrisiko für die Tochtergesellschaft zu minimieren. Mit dieser Weichenstellung wird Zapf Creation die US-Umsätze ab 2006 moderat steigern und bei gleichzeitiger Effizienzsteigerung insbesondere im Marketingbereich einen positiven Ergebnisbeitrag erzielen.

Stabilisierung der Geschäftsentwicklung im zweiten Halbjahr – positives operatives Ergebnis in 2005 erwartet

Die Einführung von Produkthighlights, wie beispielsweise die neue Baby Annabell, die echte Tränen weinen kann, wird im zweiten Halbjahr weltweit für Umsatzimpulse sorgen. Auf der Ergebnisseite führen die eingeleiteten Maßnahmen zur Senkung der Personal- und Sachkosten aus dem Programm zur Neuausrichtung zu einer Steigerung der Profitabilität. Bereits im ersten Halbjahr sind Maßnahmen initiiert worden, die zu einer Kosteneinsparung in Höhe von 6 Mio. € in 2005 führen werden.

Für das Gesamtjahr 2005 erwartet Zapf Creation einen Umsatzrückgang um rund 10 % auf 160 Mio. € sowie ein operatives Ergebnis (EBIT) von 5 Mio. € vor Einmalaufwand. Der prognostizierte Jahresüberschuss wird nach Einmalaufwendungen für die Neuausrichtung in Höhe von 6,0 Mio. € bei – 4,7 Mio. € liegen.

Zapf Creation-Aktie

Die Zapf Creation-Aktie setzte im zweiten Quartal ihren Abwärtstrend fort und erreichte am 27. Juni 2005 ihren Quartals-Tiefstkurs von 8,80 €. Lediglich kurz nach der Hauptversammlung, die am 11. Mai 2005 stattfand, konnte sich der Kurs am 13. Mai 2005 auf 11,20 € erholen. Ursächlich dafür waren sicherlich die Erwartungen der Aktionäre an die mehrheitliche Entscheidung der Hauptversammlung, einer Neuzusammensetzung des Aufsichtsrates der Zapf Creation AG zuzustimmen. Entsprechend der Abstimmungsergebnisse wurden die Herren Martin Gruschka, Gustavo Perez und Francesc Robert neu in das Gremium gewählt.

Der Wunsch einer Neuzusammensetzung des Aufsichtsrates wurde an die Gesellschaft am 26. April 2005 in Form eines Gegenantrages zu Tagesordnungspunkt 5 der Hauptversammlung von der Heritage Bank & Trust herangetragen. Dies führte u. a. zu einer Präsenz auf der diesjährigen Hauptversammlung von rund 36 %, die im Vergleich zu den Vorjahren deutlich über dem Durchschnitt von rund 20 % lag.

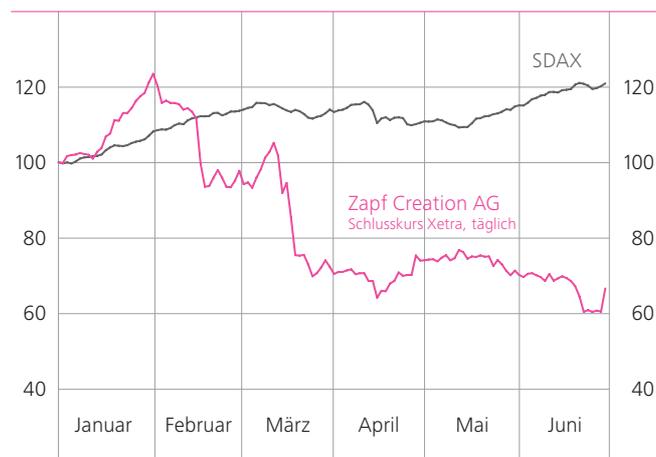
Dr. Dietmar Scheiter, der seit April 1999 Aufsichtsratsvorsitzender der Zapf Creation AG war, erklärte am 7. Juli 2005 die Niederlegung seines Aufsichtsratsmandates. Er scheidet mit Wirkung zum 5. August 2005 aus diesem Gremium aus. Martin Gruschka wurde am 7. Juli 2005 zum neuen Aufsichtsratsvorsitzenden gewählt.

Veränderungen im Aufsichtsrat

Aufsichtsrat	Tätigkeit
Martin Gruschka (gewählt am 11. Mai 2005, seit 7. Juli 2005 Vorsitzender)	Mitglied Springwater Capital LLC
Gustavo Perez (gewählt am 11. Mai 2005, Stellvertretender Vorsitzender)	Vorstandsvorsitzender Betham Capital Investment
Dr. Peter Klein (wiedergewählt am 11. Mai 2005, Mandat ruht seit 22. Februar 2005)	Geschäftsführender Gesellschafter Klein & Company GmbH
Francesc Robert (gewählt am 11. Mai 2005)	Stellvertretender Vorstandsvorsitzender La Seda de Barcelona S.A.
Dr. Dietmar Scheiter (scheidet mit Wirkung zum 5. August 2005 aus)	Vorstandsvorsitzender TA Triumph-Adler AG
Arndt Wolpers (wiedergewählt am 11. Mai 2005)	Geschäftsführer Capital Management Wolpers GmbH
Dr. Petra Wibbe (seit 11. Mai 2005 ausgeschieden)	Rechtsanwältin
Hans-Gerd Füchtenkort (seit 11. Mai 2005 ausgeschieden)	Geschäftsführender Gesellschafter und Partner Dr. Rochus Mummert & Partner

Aktienkursentwicklung

1. Januar bis 30. Juni 2005, indexiert



ISIN-Nummer	DE 000 780 6002
Reuterskürzel	ZPF.ETR
Bloombergkürzel	ZPF GR
Anzahl der Aktien in Stück	8 Millionen

DIE AKTIE

Zapf Creation AG

Research Coverage/Aktienempfehlungen

Analyst	Termin	Empfehlung
Berenberg Bank	Juli 2005	Halten
Cazenove	Juli 2005	Halten
Deutsche Bank	Juli 2005	Verkaufen
Bankhaus Lampe	Mai 2005	Halten
ABN Amro	April 2005	Verkaufen
Bayerische Landesbank	April 2005	Kaufen
DZ Bank	April 2005	Verkaufen
HypoVereinsbank	April 2005	Verkaufen
Commerzbank	März 2005	Verkaufen
Hamburger Sparkasse	März 2005	Verkaufen

Directors' Dealing

In der Zeit vom 1. April bis 30. Juni 2005 wurden durch die Organe der Gesellschaft keine Directors' Dealings nach § 15a WpHG vorgenommen.

Eigene Anteile

Die Zapf Creation AG verfügt über zwei getrennte Wertpapierdepots, deren Verwendungszweck sich wie folgt unterscheidet:

Depot Nr. 1 dient ausschließlich der Unterlegung des Aktienoptionsprogramms. Alle bislang bestehenden Aktienoptionspläne wurden ersatzlos aufgehoben. Aktuell wird an einem neuen Management-Incentivierungsprogramm gearbeitet, dass ggf. 2006 in Kraft treten wird. Bis zu diesem Zeitpunkt wird es voraussichtlich keine Veränderungen in diesem Depot geben.

Depot Nr. 2 enthält Anteile, die Mitarbeitern in der Vergangenheit häufig vergünstigt aufgrund des positiven Geschäftsverlaufs bzw. im Rahmen erfolgreich abgeschlossener Projekte angeboten werden.

Im Vergleich zum 31. März 2005 weisen die Depotbestände keine Veränderungen auf.

	Anzahl Aktien	Buchwert T€	Anteil am Grund- kapital in %
Depot Nr. 1	569.593	11.262	7,12
Depot Nr. 2	3.085	96	0,04
Gesamt	572.678	11.358	7,16

HALBJAHRESABSCHLUSS

Zapf Creation AG

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung	Q2/2004	Q2/2005	H1/2004	H1/2005	H1 +/-
	T€	T€	T€	T€	% 1)
Umsatzerlöse netto	30.577	18.469	49.712	36.754	- 26
Wareneinsatzkosten zur Erzielung der Umsatzerlöse	- 12.799	- 9.577	- 21.456	- 19.252	- 10
Rohertrag	17.778	8.892	28.256	17.502	- 38
Vertriebs- und Distributionskosten	- 6.201	- 5.445	- 10.155	- 10.917	8
Marketingkosten	- 4.496	- 2.614	- 7.310	- 5.619	- 23
Sonstige Verwaltungsaufwendungen und sonstige Erträge	- 4.568	- 5.614	- 10.345	- 10.675	3
Aufwand aus Restrukturierung	0	- 5.743	0	- 6.000	n/a
EBIT – operatives Ergebnis vor Zinsen und Steuern	2.513	- 10.524	446	- 15.709	n/a
Zinserträge	80	58	129	158	22
Zinsaufwendungen	- 743	- 998	- 1.485	- 1.702	15
EBT – Ergebnis vor Steuern	1.850	- 11.464	- 910	- 17.253	•
Steuern vom Einkommen und Ertrag	- 652	39	281	- 82	n/a
Periodenergebnis	1.198	- 11.425	- 629	- 17.335	•
Rohmarge in %	58,1	48,1	56,8	47,6	- 16

Personalaufwand nach Bereichen²⁾	Q2/2004	Q2/2005	H1/2004	H1/2005	H1 +/-
	T€	T€	T€	T€	% 1)
Vertrieb & Distribution	1.666	2.286	3.972	4.640	17
Marketing	1.043	726	1.645	1.391	- 15
Sonstige Verwaltung	3.277	2.053	5.661	4.728	- 16
Gesamt	5.986	5.065	11.278	10.759	- 5

1) gerundet

2) im operativen Aufwand bereits enthalten

HALBJAHRESABSCHLUSS

Zapf Creation AG

Konzernbilanz	30.6.2004	31.12.2004	30.6.2005
	T€	T€	T€
Aktiva			
Flüssige Mittel	8.069	17.041	5.498
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	42.060	53.861	32.333
Vorräte	42.866	28.283	32.423
Rechnungsabgrenzungsposten	6.363	4.970	6.139
Sonstige Vermögensgegenstände	6.929	6.692	7.815
Aktive latente Steuerforderung (kurzfristig)	4.815	798	894
Umlaufvermögen	111.102	111.645	85.102
Sachanlagen und Software	28.179	26.853	24.935
Immaterielle Vermögensgegenstände	2.304	5.314	4.944
Aktive latente Steuerforderung (langfristig)	406	3.897	4.489
Sonstige langfristige Forderungen	50	40	310
Anlagevermögen	30.939	36.104	34.678
	142.041	147.749	119.780
Passiva			
Kurzfristiger Anteil der langfristigen Bankdarlehen und Kontokorrentverbindlichkeiten	65.734	62.689	58.570
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	11.087	13.148	10.356
Rückstellungen und sonstige Verbindlichkeiten	2.667	8.623	8.765
Steuerverbindlichkeiten	1.744	2.574	1.023
Passive latente Steuerverbindlichkeit (kurzfristig)	501	1.387	1.387
Kurzfristige Verbindlichkeiten	81.733	88.421	80.101
Darlehensverbindlichkeiten	12.480	10.604	8.227
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	47	0	0
Passive latente Steuerverbindlichkeit (langfristig)	585	684	706
Langfristige Verbindlichkeiten	13.112	11.288	8.933
Gezeichnetes Kapital	8.000	8.000	8.000
Kapitalrücklage	8.052	7.998	7.998
Eigene Anteile	- 11.358	- 11.358	- 11.358
Kumuliertes übriges Comprehensive Income (Loss)	- 4.143	- 4.829	- 4.788
Periodenergebnis und Gewinnvortrag	46.645	48.229	30.894
Eigenkapital	47.196	48.040	30.746
	142.041	147.749	119.780

HALBJAHRESABSCHLUSS

Zapf Creation AG

Konzern-Kapitalflussrechnung	H1/2004	H1/2005
	T€	T€
Mittelzufluss/-abfluss aus laufender Geschäftstätigkeit:		
Periodenergebnis	– 629	– 17.335
Überleitungsrechnung vom Periodenergebnis zum Mittelzufluss/-abfluss aus laufender Geschäftstätigkeit:		
Abschreibungen auf Gegenstände des Anlagevermögens	3.348	3.372
Verlust (Gewinn) aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens	– 36	201
Zunahme (Abnahme) der Aktiva und Passiva:		
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	5.749	21.192
Vorräte	– 13.749	– 4.128
Rechnungsabgrenzung und andere Aktiva	– 4.173	– 2.819
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen, Rückstellungen sowie andere Passiva	– 7.685	– 2.876
Steuerverbindlichkeit (vom Einkommen und Ertrag)	275	– 1.382
Latente Steuern	– 3.245	– 666
Mittelzufluss/-abfluss aus laufender Geschäftstätigkeit	– 20.145	– 4.441
Mittelzufluss/-abfluss aus Investitionstätigkeit:		
Einzahlungen aus Abgängen von Gegenständen des Anlagevermögens	497	367
Auszahlungen für Investitionen in das Anlagevermögen	– 3.309	– 1.380
Mittelzufluss/-abfluss aus Investitionstätigkeit	– 2.812	– 1.013
Mittelzufluss/-abfluss aus Finanzierungstätigkeit:		
Veränderung der kurz- und langfristigen Bankverbindlichkeiten	22.907	– 6.496
Gewinnausschüttung für das Vorjahr	– 7.427	0
Mittelzufluss/-abfluss aus Finanzierungstätigkeit	15.480	– 6.496
Effekte aus Wechselkursänderungen	204	407
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelbestandes	– 7.273	– 11.543
Finanzmittelbestand am Anfang der Periode	15.342	17.041
Finanzmittelbestand am Ende der Periode	8.069	5.498

HALBJAHRESABSCHLUSS

Zapf Creation AG

Entwicklung des konsolidierten Konzerneigenkapitals

	Im Umlauf befindliche Aktien T Stück	Gezeichnetes Kapital T€	Kapital- rücklage T€
Saldo per 31. Dezember 2003:	7.427	8.000	8.052
Periodenergebnis			
Übriges Comprehensive Income (Loss)			
Comprehensive Income (Loss)			
Dividendenzahlungen			
Erwerb eigener Anteile			
Veräußerung eigener Anteile			
Saldo per 30. Juni 2004:	7.427	8.000	8.052
Periodenergebnis			
Übriges Comprehensive Income (Loss)			
Comprehensive Income (Loss)			
Dividendenzahlungen			
Erwerb eigener Anteile			
Veräußerung eigener Anteile			
Erfolgsneutrale latente Steuern			- 54
Saldo per 31. Dezember 2004:	7.427	8.000	7.998
Periodenergebnis			
Übriges Comprehensive Income (Loss)			
Comprehensive Income (Loss)			
Dividendenzahlungen			
Erwerb eigener Anteile			
Veräußerung eigener Anteile			
Saldo per 30. Juni 2005:	7.427	8.000	7.998

Anhangangaben

Der Konzernabschluss der Zapf Creation-Gruppe und ihrer Tochtergesellschaften ist im Einklang mit den in den USA allgemein anerkannten Rechnungslegungsgrundsätzen („United States Generally Accepted Accounting Principles“ oder kurz „US-GAAP“) aufgestellt worden. Alle Beträge werden in Euro („€“) ausgewiesen.

Bezüglich des Konsolidierungskreises und der -grundsätze sowie der Währungsumrechnung sind im Zeitraum vom 1. Januar bis 30. Juni 2005 keine Änderungen gegenüber dem Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2004 zu vermerken. Auch die Grundsätze der Rechnungslegung wurden beibehalten.

HALBJAHRESABSCHLUSS

Zapf Creation AG

Eigene Anteile T€	Periodenergebnis und Gewinnvortrag und Gewinnrücklage T€	Kumuliertes übriges Comprehensive Income (Loss)		Summe Eigenkapital T€
		Ausgleichsposten aus der Währungs- umrechnung T€	Derivative Finanz- instrumente T€	
- 11.358	54.701	- 4.318	14	55.091
	- 629			- 629
		255	- 94	161
	- 629	255	- 94	- 468
	- 7.427			- 7.427
				0
				0
- 11.358	46.645	- 4.063	- 80	47.196
	1.584			1.584
		- 619	- 67	- 686
	1.584	- 619	- 67	898
				0
				0
				0
				- 54
- 11.358	48.229	- 4.682	- 147	48.040
	- 17.335			- 17.335
		132	- 91	41
	- 17.335	132	- 91	- 17.294
				0
				0
				0
- 11.358	30.894	- 4.550	- 238	30.746

Die in der Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung, Kapitalflussrechnung und Eigenkapitalentwicklung für den Konzern aufgeführten Werte entsprechen dem normalen Geschäftsverlauf der Zapf Creation AG und beinhalten keine außergewöhnlichen Posten.

Wesentliche Ereignisse lagen nach dem Abschlussstichtag nicht vor.



Zapf Creation AG

Mönchrödener Straße 13

D-96472 Rödental

Telefon: +49 (0) 9563/72 51-0

Telefax: +49 (0) 9563/72 51-100

E-Mail: info@zapf-creation.de

Internet: www.zapf-creation.de