



Zapp
creation®

MANAGING A STRONG PORTFOLIO OF BRANDS



AUF EINEN BLICK

Kennzahlen Konzern	2000	2001	2002	2003	2004	+/- %⁸⁾
Gewinn- und Verlustrechnung ohne Sondereffekt in Mio. €¹⁾						
EBITDA ²⁾	—	—	—	29,8	—	n/a
EBIT	—	—	—	23,4	—	n/a
EBIT in % vom Umsatz	—	—	—	11,6	—	n/a
EBT	—	—	—	19,6	—	n/a
Jahresüberschuss ³⁾	—	—	—	14,8	—	n/a
Unverwässertes Ergebnis pro Aktie in € ³⁾	—	—	—	1,87	—	n/a
Gewinn- und Verlustrechnung in Mio. €						
Umsatz	164,9	193,1	222,7	201,4	173,8	-14
EBITDA ²⁾	25,4	30,0	38,3	26,2	14,8	-44
EBIT	23,4	26,4	32,9	19,8	7,6	-62
EBIT in % vom Umsatz	14,2	13,7	14,8	9,8	4,4	-55
EBT	21,4	23,2	30,6	16,0	4,0	-75
Jahresüberschuss	15,3	16,4	21,2	12,1	1,0	-92
Unverwässertes Ergebnis pro Aktie in € ⁴⁾	1,93	2,09	2,70	1,53	0,13	-92
Abschreibungen auf Anlagevermögen ⁵⁾	2,4	4,0	5,7	6,8	7,2	6
Bilanz in Mio. €						
Bilanzsumme	100,7	112,0	139,9	134,4	147,7	10
Anlagevermögen (inkl. latente Steuern)	15,3	26,7	30,1	31,3	36,1	15
Investitionen	7,5	16,1	9,9	8,2	8,7	6
Umlaufvermögen (inkl. RAP)	85,4	85,4	109,8	103,2	111,6	8
Eigenkapital	37,7	47,7	60,8	55,1	48,0	-13
Eigenkapitalquote in % ⁶⁾	39,7	47,3	48,6	46,3	36,8	-5
Eigenkapitalrendite vor Steuern in %	56,8	48,7	50,4	29,0	8,3	-71
Verbindlichkeiten ggü. Kreditinstituten	31,9	34,5	43,2	55,3	73,3	33
Cashflow in Mio. €						
Operativer Cashflow	-10,1	29,0	10,1	12,7	0,0	-100
- pro Aktie in € ⁴⁾	-1,28	3,68	1,29	1,61	0,00	-100
Netto Cashflow	0,0	5,4	3,6	0,5	1,7	240
Anzahl Mitarbeiter zum Stichtag (31.12.) ⁷⁾	415	498	514	538	493	-8

1) Sondereffekt = Kosten aus der Produktionsschließung.

2) Kennzahl enthält Abschreibungen aus dem operativen Aufwand (exklusive Abschreibungen der Produktion).

3) Kosten aus der Produktionsschließung und der daraus resultierende ertragsteuerliche Effekt wurden exkludiert.

4) Gilt auf Basis i.H.v. durchschnittlich 7.427 Tsd. Aktien in 2004 (Vorjahr: 7.907 Tsd. Aktien). Siehe hierzu auch Anhangangabe 2 „Ergebnis pro Aktie“.

5) Laut Anlagespiegel (inklusive Abschreibungen der Produktion).

6) Berechnung: Eigenkapital / (Bilanzsumme - Flüssige Mittel).

7) Angaben ohne Vorstand und Auszubildende.

8) Veränderung 2004 gegenüber 2003, gerundet.

VORWORT DES VORSTANDES	4	
------------------------	---	--

UNTERNEHMENSPROFIL	8	Europas führender Puppenhersteller
	10	Produktportfolio
	12	Unsere Unternehmenswerte

SOZIALE VERANTWORTUNG	13	Unser soziales Engagement
	14	Soziale Produktionsstandards in China

INVESTOR RELATIONS	18	Aktienkurs reflektiert operative Geschäftsentwicklung
	22	Corporate Governance

SETTING FREE A CHILD'S IMAGINATION	24	
------------------------------------	----	--

KONZERNLAGEBERICHT	37	
--------------------	----	--

KONZERNABSCHLUSS UND ANHANG	47	Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung
	48	Konzernbilanz
	49	Konzern-Kapitalflussrechnung
	50	Entwicklung des konsolidierten Konzerneigenkapitals
	50	Entwicklung des Konzern-Anlagevermögens
	52	Anhang zum Konzernabschluss
	86	Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers
	87	Bericht des Aufsichtsrates

IMPRESSUM	88	
-----------	----	--



Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre, liebe Freunde der Zapf Creation AG,

wir haben ein für uns enttäuschendes Geschäftsjahr 2004 abgeschlossen. Wir mussten einen weiteren Rückgang unserer Umsatzerlöse und einen drastischen Rückgang unserer Profitabilität hinnehmen. Die Kernfrage dabei ist: Was machte das Jahr für die Zapf Creation so schwierig?

In aller Kürze gibt es darauf drei klare Antworten:

- unser Minipuppengeschäft
- der deutsche Puppenmarkt als unser größter und wichtigster Absatzmarkt ist rückläufig
- erhöhte Inventurbestände – im eigenen Lager und auch partiell im Handel

Allerdings stellen sich diese drei Tatsachen wesentlich komplexer in ihrer gesamtheitlichen Betrachtung dar.

Im Geschäftsjahr 2004 gingen die Umsatzerlöse gegenüber dem Vorjahr um 14 % bzw. währungsbereinigt um 13 % zurück. In absoluten Zahlen entspricht das einem Umsatzrückgang von 27,6 Mio. €.

Ein Umsatzrückgang von 10,1 Mio. € resultiert dabei allein aus dem schwachen Minipuppengeschäft mit der Marke BABY born® miniworld. Die vorgenommenen Anpassungen in der Vertriebs- und Marketingstrategie aufgrund der bereits sichtbaren Schwächen im Durchverkauf in 2003 sind damit fehlgeschlagen. Dennoch liegt unser deutscher Marktanteil mit 15 % immer noch vergleichsweise hoch. Unser Vertriebsschwerpunkt lag im abgelaufenen Jahr bereits deutlich stärker in Deutschland als in unserem Auslandsgeschäft. Wir werden deshalb in 2005 unsere Anstrengungen in diesem Segment ausschließlich auf Deutschland beschränken. Ziel ist dabei, die Restbestände von BABY born® miniworld im ersten Halbjahr 2005 ab- bzw. auszuverkaufen und trotzdem unseren deutschen Marktanteil im zweistelligen Prozentbereich zu halten.

Unser größter Absatzmarkt Deutschland blieb deutlich hinter unseren Erwartungen zurück. Und ich möchte es mir an der Stelle nicht so einfach machen und als Hauptursachen ein unverändert schwieriges Marktumfeld, verunsicherte Endverbraucher und einen spürbaren „Geiz ist geil-Trend“ anführen. Neben dem bereits erwähnten rückläufigen Minipuppengeschäft, das sich maßgeblich in Deutschland abgespielt hat, gab es in einigen Vertriebskanälen ein Überangebot von Zapf Creation-Produkten, das eine weitere Ursache für den Umsatzrückgang von rund 21 Mio. € in Deutschland

war. Hauptursache war eine Schwäche im Zubehörsegment unseres Markenspielkonzeptes BABY born®, die stärkste Marke, die wir innerhalb unseres Markenportfolios managen. Daher haben wir das Zubehörsortiment in diesem Jahr deutlich attraktiver gestaltet, sowohl in der Besetzung von Preispunkten als auch von Themen wie Sportarten, Popstar oder Feen, die unterjährig in den Handel kommen werden.

Der Produktlaunch der Neuen BABY born® mit neuer Badefunktion hat hingegen zu einer erfreulichen Entwicklung des Puppengeschäftes geführt und bescherte BABY born® Platz 4 in der Top-10-Hitliste des deutschen Spielwarenmarktes für das Gesamtjahr 2004. Diese positive Entwicklung ermöglicht in der Folge ein zusätzliches BABY born®-Zubehörgeschäft.

Die rückläufige Umsatzentwicklung in den vergangenen zwei Geschäftsjahren führte zu hohen Inventurbeständen, insbesondere in Deutschland und den USA. Vorgenommene Lagerbereinigungen in 2004 mit Schwerpunkt auf dem amerikanischen Markt reduzieren die Rohmarge um 5,3 Prozentpunkte auf 52,1% und belasten das operative Ergebnis. Der Jahresüberschuss verringert sich unter anderem dadurch auf rund 1 Mio. € und liegt damit deutlich unter den Erwartungen und Planungen.

Aber wie üblich hat jede Medaille zwei Seiten, und ich möchte noch auf zwei positive Entwicklungen eingehen, die Zapf Creation doch zuversichtlicher stimmen:

Wir konnten unsere Marktanteile in jedem der fünf bedeutenden Spielwarenmärkte in Europa mit Deutschland, Großbritannien, Frankreich, Spanien und Italien weiter ausbauen und damit unsere europäische Marktführerschaft im Bereich Spiel- und Funktionspuppen mit Zubehör weiter stärken.

Damit konnte unser europäisches Kerngeschäft mit Spiel- und Funktionspuppen sowie Zubehör der drei starken Markenspielkonzepte BABY born®, Baby Annabell und CHOU CHOU leicht um 2,1 % wachsen – obwohl dieses Wachstum unter unseren Erwartungen lag, was aber aus dem bereits erwähnten Umsatzrückgang resultiert.

Blicken wir in die unmittelbare Zukunft, dann ist die zweite konsequente Frage:
Wie geht es mit Zapf Creation weiter?

Wir haben unsere Organisation seit unserem Börsengang in 1999 ganz deutlich auf Wachstum ausgerichtet und haben nicht mit einem so gravierenden Umsatz- und Ergebnisrückgang gerechnet, wie er über die vergangenen zwei Jahre eingetreten ist. Wir werden in den nächsten Wochen unseren Fokus auf die Erarbeitung eines Maßnahmenkataloges legen, der sowohl strategische als auch strukturelle Schritte beinhalten wird. Dabei wird der Schwerpunkt auf Zentraleuropa, den USA sowie auf einer Effizienzsteigerung der Organisation liegen.

Die vergangenen zwei Jahre haben maximale Leistungsbereitschaft von unseren Mitarbeitern verlangt. Ich möchte deshalb an dieser Stelle allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern meinen Dank für ihr großartiges Engagement in diesen schwierigeren Unternehmenszeiten aussprechen. Mein Dank geht auch an Sie, verehrte Aktionärinnen und Aktionäre, für Ihr Vertrauen, das Sie uns entgegengebracht haben.

Mit freundlichen Grüßen,



Thomas Eichhorn
Vorstandsvorsitzender



Die drei Kernmarken von Zapf Creation:
BABY born®, Baby Annabell und CHOU CHOU.

Europas führender Puppenhersteller

Die Zapf Creation AG ist Europas führender Markenhersteller von Spiel- und Funktionspuppen inklusive Zubehör. Zapf Creation vertreibt Markenspielkonzepte, bestehend aus Puppe und einer umfangreichen Zubehörwelt, die mit einem hohen Anspruch an Qualität, Design und Spielwert entwickelt werden.

Zu den bekanntesten Marken gehören BABY born®, Baby Annabell und CHOU CHOU. Darüber hinaus erweitern die Markenspielkonzepte My Model und my lovely BABY das Produktportfolio in neue Zielgruppen. Mit diesen weltweit erfolgreichen Konzepten wendet sich Zapf Creation vor allem an Mädchen zwischen 3 und 8 Jahren als Kernzielgruppe.

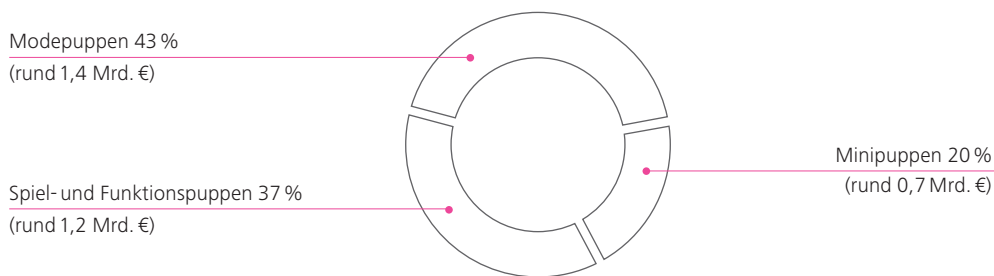
Bei der Gestaltung von Puppenzubehör und Bekleidung werden sowohl Trends in der Kindermode als auch aktuelle Produkte des täglichen Lebens aufgegriffen und in den rund 70 % Neuheiten jedes Jahr umgesetzt. In den weichen Puppenkörpern versteckt sich zudem hochmoderne, kreativ eingesetzte Technik, die vielfältige Funktionen ermöglicht.

Die Markenspielkonzepte von Zapf Creation setzen der Fantasie der Mädchen keine Grenzen und folgen der Philosophie „Setting free a child’s imagination“. Durch das Puppenspiel werden zudem soziale Fähigkeiten wie Lieben, Umsorgen, Verantwortung übernehmen und sich in andere Menschen hineinzusetzen, angesprochen und bei der Entwicklung unterstützt.

Segmente des Puppenmarktes Top 5 Europa plus USA

Das Marktumfeld, in dem Zapf Creation agiert, ist der weltweite Puppenmarkt. Die USA als größter Einzelmarkt und die Top-5-Spielwarenmärkte in Europa (Großbritannien, Deutschland, Spanien, Frankreich, Italien) repräsentieren knapp 60% des Gesamtmarktes. Dies sind die wichtigsten Absatzregionen des Unternehmens.

Puppenmarkt basierend auf Verkaufspreisen von rund 3,3 Mrd. €



Quelle: Schätzungen von Zapf Creation 2004

Das Kerngeschäft des Unternehmens sind Spiel- und Funktionspuppen inklusive Zubehör. Bei Spiel- und Funktionspuppen mit Zubehör ist Zapf Creation in Europa (Top-5-Spielwarenmärkte) Marktführer und hält einen Marktanteil von rund 32%.

Zentralfunktionen in Deutschland und Hongkong

In der Hauptverwaltung in Rödental laufen alle zentralen Funktionen wie strategische Planung, Marketing/Produktentwicklung, Kommunikation, Finanzen/Controlling, IT und Human Resources zusammen. Darüber hinaus befindet sich hier das Logistikzentrum, das für die Lagerung und die Just-in-Time-Lieferung der Produkte von Zapf Creation für die Absatzmärkte Zentral- und Osteuropa verantwortlich ist.

Da Zapf Creation seine hochwertigen Markenspielkonzepte bei ausgewählten Lieferanten in China fertigen lässt, ist in Hongkong der zentrale Einkauf, das Qualitätsmanagement und die weltweite Distribution der Waren angesiedelt.

Vertrieb in Europa und den USA über Tochtergesellschaften

Die Markenspielkonzepte von Zapf Creation, allen voran BABY born®, werden in rund 65 Ländern vertrieben. In den wichtigsten internationalen Märkten unterhält das Unternehmen an neun Standorten hundertprozentige Tochtergesellschaften, die für die Vermarktung und den Vertrieb verantwortlich sind. Darüber hinaus arbeitet Zapf Creation auch mit freien Handelsvertretern zusammen, die jedoch ausschließlich in Ländern ohne eigene Niederlassung tätig sind.

Produktportfolio



BABY born® (für Mädchen von 3 bis 8 Jahren)

BABY born® ist einzigartig mit 8 lebens echten Funktionen und benötigt keine Batterie. Das Rollenspiel mit BABY born® ist besonders realistisch. Die Puppe kann Brei essen, Wasser trinken, echte Tränen weinen, sie kann gebadet werden und macht ins Töpfchen oder in die Windel. Alles was man für ein echtes Baby braucht, gibt es auch für BABY born®. Das Spielkonzept BABY born® „wächst mit“ und setzt der Fantasie der Mädchen keine Grenzen. Mal ist BABY born® ein Baby, das umsorgt wird, ein anderes Mal ist sie Spielgefährte und begleitet das Mädchen überall hin.



Baby Annabell (für Mädchen von 3 bis 8 Jahren)

Baby Annabell ist das jüngste Baby von Zapf Creation. Das Spielkonzept konzentriert sich auf das Mutter-Kind-Rollenspiel und unterstützt dies mit passenden Accessoires. Baby Annabell, die weiche, süße Funktionspuppe, fördert die Aufmerksamkeit des Mädchens. Sie reagiert auf Geräusche und Bewegungen und nuckelt mit realistischen Gesichtsbewegungen an Schnuller oder Flasche. Sie weint jetzt echte Tränen und wirkt damit noch lebens echter. Die Kinder werden von Baby Annabell, die nach dem Zufallsprinzip immer unterschiedlich reagiert, in ihren sozialen Fähigkeiten wie Lieben, Umsorgen und Verantwortung übernehmen angesprochen.



CHOU CHOU (für Mädchen von 1 bis 8 Jahren)

CHOU CHOU, die weichen Schmusepuppen in verschiedenen Größen mit und ohne Funktionen, zeichnen sich durch eine natürliche Beweglichkeit aus. Das Markenspielkonzept umfasst Accessoires für das Mutter-Kind-Rollenspiel und bietet modische Kleidung für CHOU CHOU-Puppen. Love me CHOU CHOU ist die aktivste Puppe von Zapf Creation mit vielen lebens echten Funktionen. Sie kann mit den Beinen strampeln, „Mama“ sagen, brabbeln, weinen, und sie nuckelt mit realistischen Gesichtsbewegungen an ihrer Flasche oder ihrem Schnuller. Die niedliche Rock-a-bye CHOU CHOU kann lachen, weinen, brabbeln und aus ihrer Flasche trinken. Legt man sie hin, gähnt sie, und die Puppenmutter kann sie durch sanftes Hin- und Herwiegen zum Einschlafen bringen.



My Model (für Mädchen von 3 bis 11 Jahren)

My Model ist das Spielkonzept für kreative Mädchen. Beim Spielen mit den Schmink- und Frisierköpfen und der großen Auswahl an Make-up und Haaraccessoires können Mädchen ihrer Fantasie freien Lauf lassen. My Model PROFESSIONAL orientiert sich am Spielverhalten von Mädchen im Alter von 6 bis 11 Jahren, die besonders gerne verschiedene Hairstylings ausprobieren.



my lovely BABY (für Babys/Kleinkinder von 0 bis 3 Jahren)

Die bunten, kuscheligen Stoffcharaktere von my lovely BABY, die sich im Designstil an die bekannten und erfolgreichen Markenelemente von Zapf Creation anlehnen, laden schon die Jüngsten zum Spielen und Schmusen ein. Spielerisch helfen die liebevoll gestalteten my lovely BABY-Produkte dem Kind, Farben, Töne und verschiedene Materialien zu erkennen, und unterstützen so die Entwicklung aller Sinne. Eltern finden in diesem Markenspielkonzept ideale Begleiter für die ersten aufregenden Lebensjahre ihres Kindes.



Maggie Raggies (für Mädchen von 1 bis 8 Jahren)

Maggie Raggies sind die frechen Stoffpuppen mit knallbunten Haaren, lustigen Gesichtern und farbenfrohen Outfits (für Mädchen von 1 bis 4 Jahren). Für „kleine Ladies“ (3 bis 8 Jahre) gibt es die modischen Maggie Raggies-Accessoires, die durch die kecken Maggie Raggies-Charaktere ihr einzigartiges Aussehen erhalten. Ihre Charaktere sind ebenso einzigartig wie ihr Styling: verschmitzt, lachend, vorwitzig oder niedlich. Sie eignen sich prima zum Spielen und sind fantasievolle Geschenke für viele Gelegenheiten.

Unsere Unternehmenswerte

Zapf Creation hat sich in den letzten Jahren stark verändert. Das Unternehmen entwickelte sich vom inhabergeführten Familienbetrieb mit starkem Bezug zum deutschen Markt zum börsennotierten Konzern, der weltweit Kinderherzen mit hochwertigen Spielwaren höher schlagen lässt.

Langjährige Mitarbeiter in Deutschland und viele neue Kollegen in den ausländischen Tochtergesellschaften arbeiteten zusammen und schreiben die Firmenhistorie fort. Es war an der Zeit, uns bewusst zu machen, auf welcher Basis das Unternehmen steht – welche Werte für uns alle wichtig sind.

Wir haben unsere Mitarbeiter weltweit gefragt, wofür Zapf Creation steht. Basierend auf den Antworten sind unsere Unternehmenswerte entstanden: Kreativität, Qualität, Engagement und Partnerschaft prägen unser Denken und Handeln. Darüber ist sich Zapf Creation einig. Die Unternehmenswerte der Zapf Creation sollen allen Mitarbeitern helfen, Entscheidungen im Sinne des Unternehmens zu treffen, und dienen als Richtlinie für das persönliche Verhalten gegenüber allen Personen, die im Kontakt mit Zapf Creation sind.



Kreativität ist unser Schlüssel zum Erfolg.

Wir streben nach neuen, kreativen Produktideen, um Kinder immer wieder mit fantasievollen Spielkonzepten zu begeistern. Wir suchen nach innovativen und zukunftsorientierten Lösungen, um stets ein Vorreiter am Markt zu sein.



Qualität leitet unsere Prinzipien.

Unsere Integrität und unser Qualitätsanspruch verpflichten uns gegenüber unseren Kunden, Mitarbeitern und Geschäftspartnern. Wir verlangen von uns und unseren Lieferanten Qualität bei der Entwicklung und Herstellung fantasievoller und sicherer Produkte. Wir stellen höchste Qualitätsanforderungen an den Service, den wir leisten.



Engagement zeichnet uns aus.

Wir widmen uns der Entwicklung und Vermarktung von Puppen und Zubehör mit dauerhaftem Spielwert, die den Kindern in aller Welt ermöglichen, ihre Fantasie zu entfalten und durch das Spielen ihre körperlichen, geistigen und emotionalen Fähigkeiten zu entwickeln.



Partnerschaft bedeutet für uns Respekt.

Wir treten für ehrliche und integere Geschäftsbeziehungen ein. Wir fördern unsere Mitarbeiter und stehen für faire und sichere Arbeitsbedingungen. Wir unterstützen die Arbeit von Organisationen, die Kindern in aller Welt helfen.

Unser soziales Engagement

Zapf Creation liegt das Wohlergehen von Kindern sowie deren soziale und emotionale Entwicklung besonders am Herzen. Deshalb fokussieren wir unsere Unterstützung auf Projekte und Einrichtungen, die speziell Kindern zugute kommen.



Das Wohlergehen von Kindern liegt uns am Herzen – Über 1.000 kleine Bewohner finden in den Patendörfern von Zapf Creation ein neues Zuhause

Bereits seit einigen Jahren engagiert sich die Zapf Creation AG mit unterschiedlichen Projekten zugunsten der SOS-Kinderdörfer. Dieses gewachsene Engagement wollten wir noch stärker konzentrieren und wurden im Juli 2003 Pate von neun Kinderdörfern, um deren wichtige Arbeit langfristig und kontinuierlich zu unterstützen. Als deutsches Unternehmen mit internationalen Tochtergesellschaften, das seine Markenspielkonzepte global vertreibt, richten wir auch unser soziales Engagement international aus. Deshalb halten wir das einzigartige, internationale Modell der Kinderdorf-Familie, durch das die kleinen und größeren Bewohner einen stabilen Alltag erleben und liebevoll betreut werden, für besonders förderungswürdig. In einer Kinderdorf-Familie leben Jungen und Mädchen unterschiedlichen Alters zusammen mit einer Kinderdorf-Mutter in einem Haus. Sie sind in das soziale Leben in der Dorfumgebung integriert und sind in das Kinderdorf gekommen, weil sie auf Dauer nicht mehr bei ihren leiblichen Eltern leben können. Durch den gemeinsamen Alltag sowie spezielle Förderung, therapeutische Begleitung und gemeinsame Freizeitaktivitäten wird den Kindern geholfen, besser mit den belastenden Erfahrungen, die sie gemacht haben, umzugehen. Manchmal können die Kinder nach einer gewissen Zeit zu ihren Eltern zurückkehren, aber in der Regel verlassen sie das SOS-Kinderdorf erst, wenn sie ihr Leben selbstständig führen können.

Spontane Hilfe für die Opfer der Flutwelle in Asien – World Vision und Zapf Creation helfen traumatisierten Kindern

Die Auswirkungen der Flutwelle in Asien vom 26. Dezember 2004 konfrontierten uns mit dem unvorstellbaren Leid der Menschen in der Krisenregion. Das Ausmaß der Zerstörung hat uns dazu veranlasst, hier schnell und gezielt zu helfen. Zapf Creation hat mit einer spontanen Spende von rund 10.000 € an World Vision, Hongkong, die dringend benötigte Hilfe vor Ort unterstützt. Die Hilfsorganisation World Vision hat im Rahmen ihres umfangreichen Drei-Phasen-Programmes über die Verteilung von Hilfsgütern hinaus 20 „Kinderzelte“ errichtet, in denen traumatisierte Kinder psychologisch betreut werden, ärztliche Versorgung sowie Lebensmittel erhalten und dort auch unterrichtet werden.

Soziale Produktionsstandards in China

Zapf Creation steht für sichere und qualitativ hochwertige Spielwaren. Dafür sehen wir uns verantwortlich gegenüber unseren Kunden und Verbrauchern weltweit. Diese Verantwortung übertragen wir selbstverständlich auf die Art und Weise, wie unsere Produkte hergestellt werden. Unsere soziale Verantwortung als „Corporate Citizen“ leben wir dementsprechend auch oder gerade unter dem Aspekt einer heute globalisierten Welt.

Partnerschaft und langfristiges Engagement – Unser Credo für die Sicherung von angemessenen Arbeitsbedingungen bei der Spielwarenproduktion

Alle Spielkonzepte von Zapf Creation verbindet ein hoher Anspruch an Qualität, Design und Spielwert. Um dies sicherzustellen, arbeiten wir mit ausgesuchten, größtenteils asiatischen Produzenten zusammen, mit denen uns oftmals eine langjährige, vertrauensvolle Geschäftsbeziehung verbindet. Die Zapf Creation AG führte bereits 1995 ihren eigenen Verhaltenskodex, einen so genannten „Code of Conduct (COC)“ ein, der festlegt, welche sozialen Standards und Arbeitsschutzmaßnahmen von den Lieferanten einzuhalten sind.

Die Grundsätze der Arbeits- und Sozialstandards von Zapf Creation

Im Oktober 2002 stellte der Weltspielwarenverband (International Council of Toy Industries/ICTI) mit dem ICTI „Code of Business Practices“ (COBP) einheitliche soziale Standards und ein System zur unabhängigen Überprüfung zur Verfügung, das in den Spielzeugfabriken der ganzen Welt Anwendung finden sollte. Der Weltspielwarenverband wurde 1974 gegründet und ist ein Handelsverband, der als gemeinnützige Gesellschaft die Interessen von derzeit 20 nationalen Spielwarenverbänden vertritt. Die Produkte seiner Mitgliedsländer decken die komplette Bandbreite an Spielwaren und spielzeugbezogener Handelsware ab.

Zapf Creation hat sich bereits im Oktober 2002 als eines der ersten deutschen Unternehmen verpflichtet, diesen Verhaltenskodex bei ihren Lieferanten zur Anwendung zu bringen.





Die Lieferanten durchlaufen einen Auditprozess, bei dem folgende Grundsätze überprüft und zertifiziert werden:

Hauptthemen	Grundsätze
Kinderarbeit	Keine Beschäftigung von Minderjährigen
Zwangs- oder Gefängnisarbeiter	Keine Beschäftigung von Zwangs- oder Gefängnisarbeitern
Arbeitszeiten	Verbindliche Arbeitszeiten, zulässige Überstunden
Löhne	Angemessene Bezahlung, Überstundenausgleich, sonstige Sozialleistungen der Unternehmen
Diskriminierung	Keine Verweigerung der Arbeitsstelle aufgrund des Geschlechts, der ethnischen Herkunft, der Religion oder der Zugehörigkeit zu einer Gesellschaftsklasse oder einer Interessenvertretung
Arbeitsbedingungen/ Arbeitsplatzsicherheit	Maßnahmen für ein angemessenes Arbeitsumfeld sowie die Einhaltung von Sicherheits- und Gesundheitsschutzstandards
Brandschutz	Notfallbeleuchtung und Fluchtausgänge, Evakuierungspläne inklusive reflektierenden Leitlinien am Boden, vierteljährliche Brandschutzübungen
Erste Hilfe	Erste-Hilfe-Ausrüstung in jedem Produktionsraum, geschultes Erste-Hilfe-Personal, örtliches Krankenhaus in der Nähe.
Produktionssicherheit	Sicherheitsausrüstungen für alle Maschinen, Sicherheitstrainings an den Maschinen, in Räumen mit chemischen Materialien Augenreinigungsstationen, regelmäßige Wartung der elektrischen Maschinen, Absauganlagen an den Arbeitsplätzen
Sicherheitsausrüstungen für Arbeiter	Bereitstellung von Schutzbrillen, Atemschutzmasken und Arbeitsschutzhandschuhen
Soziale Standards	Angemessene Unterbringung der Arbeiter, ordentliche und saubere Wohnräume, hygienische Küchen und Kantinen, saubere Toiletten- und Waschräume mit angemessenem Standard
Umweltschutz	Einhaltung von Umweltschutzgesetzen

Zapf Creation forciert den Auditierungsprozess bei ihren Lieferanten

Zapf Creation arbeitet mit vier Hauptlieferanten in China zusammen, bei denen rund 6.350 Arbeiter mit der Herstellung von Zapf Creation-Produkten beschäftigt sind. Darüber hinaus sind weitere Zuliefererunternehmen in den Produktionsprozess des Portfolios von Zapf Creation eingebunden.



Bis Februar 2005 haben die Lieferanten von Zapf Creation den ICTI „Code of Business Practices“ wie folgt umgesetzt:

Key Lieferanten	Antrag	Auswahl Auditor	Erstes Audit	Maßnahmenplan	Re-Audit	ICTI Review	ICTI Zertifikate
6 Lieferanten	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
3 Lieferanten	✓	✓	✓	✓	✓		
1 Lieferant	✓	✓	✓	✓			
3 Lieferanten	✓						

Darüber hinaus wird durch den ICTI „Code of Business Practices“ ein unabhängiges und regelmäßiges Monitoringverfahren gefordert:

- Die Audits werden durch unabhängige akkreditierte Prüfinstitute durchgeführt
- Es finden angemeldete und nicht angemeldete Werksbesichtigungen seitens der Prüfinstitute statt
- Die internen Unterlagen zu Produktion und Entlohnung werden überprüft
- Es werden Befragungen und anonyme Interviews mit Arbeitnehmern gemacht
- Die Produktionsstätten vor Ort werden laufend durch Mitarbeiter von Zapf Creation geprüft
- Weitere Kontrollen werden durch Mitarbeiter von Handelspartnern vorgenommen

Um die Bedeutung von sozialen Standards zu unterstreichen, wird Zapf Creation ab Juni 2006 nur noch mit Lieferanten zusammenarbeiten, die den Verhaltenskodex des Weltspielwarenverbandes nachweislich umsetzen und dies durch ein Zertifikat eines externen, zugelassenen Prüfungsinstituts belegen können.

Unabhängige und kontinuierliche eigene Kontrollen sorgen für Sicherheit

Das Management von Zapf Creation in der Niederlassung Hongkong sowie ein speziell ausgebildeter „Code of Conduct Manager“ überzeugen sich sowohl durch angekündigte als auch spontane Besuche bei den Fabriken von der dauerhaften Einhaltung der geforderten Standards. Solche Überprüfungen finden im Rahmen des Kontakts mit den Lieferanten beziehungsweise der regelmäßigen Qualitätskontrolle bis zu zweimal in der Woche statt.

Noch einen Schritt weiter: Zapf Creation initiiert Projekte für mehr Eigenverantwortung und Mitsprache der Fabrikarbeiter

Oberstes Ziel von Zapf Creation ist es, bei seinen Lieferanten Sicherheit am Arbeitsplatz und Schutz vor gesundheitlichen Risiken zu erreichen. Deshalb startete die Zapf Creation AG im April 2002 als erstes Unternehmen der Spielwarenindustrie ein Pilotprojekt in Zusammenarbeit mit einer relevanten lokalen Nichtregierungsorganisation (NRO) und einem Lieferanten, um Fabrikarbeiter über das Thema Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz aufzuklären und zu schulen. Diese Schulungen, die bis dahin ausschließlich bei Lieferanten in der Bekleidungsindustrie zum Einsatz kamen, können zu Recht als herausragender Erfolg in der Spielzeugindustrie bezeichnet werden. Das Pilotprojekt brachte erstmals Mitglieder einer Nichtregierungsorganisation, Hersteller, Fabrikmanager und -arbeiter an einen Tisch. Dies ermöglichte es, das Schulungsprogramm in gemeinsamer Partnerschaft voranzutreiben.

Ziel dieses Programms ist es, Arbeiter auf mögliche gesundheitliche Risiken und Gefahrenquellen während des Produktionsprozesses aufmerksam zu machen und sie gezielt über Schutzmaßnahmen zu informieren. Darüber hinaus sollen die Fabrikmitarbeiter in die Lage versetzt werden, eigenständig Lösungsvorschläge für Risikosituationen finden zu können. Das Pilotprogramm konnte zum Jahresende 2002 erfolgreich abgeschlossen werden. Seitdem finden bei zwei Hauptlieferanten von Zapf Creation Schulungsmaßnahmen in Begleitung der NRO statt. Darüber hinaus führen weitere Zulieferer intern Trainings durch.

Zapf Creation im Dialog mit „Fair spielt“

Sowohl das Nürnberger Bündnis „Fair Toys“, die Initiatoren der Aktion „Fair spielt“, als auch Bundesministerin Renate Künast forderten im Februar 2005 erneut die deutschen Spielwarenhersteller und den Handel auf, nur noch Spielzeug aus China und anderen Ländern zu beziehen, das vom Weltspielwarenverband (International Council of Toy Industries/ICTI) nach dem ICTI-Standard zertifiziert wurde. Dazu sollten sich alle Beteiligten zu einem verbindlichen Termin verpflichten, ab wann nur noch Spielwaren angeboten werden, die unter Berücksichtigung der sozialen Standards des ICTI-Kodex hergestellt wurden. Zapf Creation hat sich bereits im Jahr 2004 zu einem verbindlichen Termin verpflichtet und wird demzufolge ab Juni 2006 nur noch mit Spielwarenproduzenten zusammenarbeiten, die den ICTI-Standard einhalten.



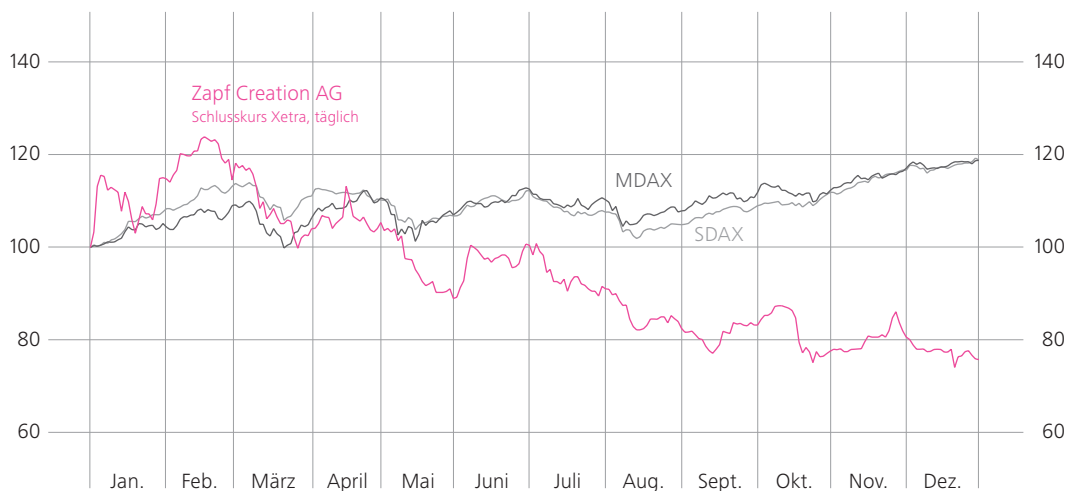
Aktienkurs reflektiert operative Geschäftsentwicklung

Die Zapf Creation-Aktie ist in das neue Geschäftsjahr mit einem Aktienkurs von 19,21 € gestartet und erreichte am 18. Februar 2004 ein Jahreshoch von 23,79 €. Die Veröffentlichung eines Umsatzrückganges und eines Verlustes im ersten Quartal sorgte für einen Kursabfall, der sich auch in den weiteren Quartalen in 2004 fortsetzte.

Der Abstieg in den SDAX und weitere Korrekturen der Umsatz- und Ergebnisprognosen in den Monaten Oktober und Dezember beschleunigten den Abwärtstrend des Aktienkurses, der am 21. Dezember 2004 seinen Jahrestiefstand von 14,25 € erreichte und mit einem Kurs von 14,60 € zum Jahresende schloss.

Die beiden Vergleichsindizes MDAX und SDAX erzielten 2004 eine Steigerung von rund +19 % gegenüber einem Rückgang von –24 % für die Aktie der Zapf Creation AG.

Aktienkursentwicklung 2004 (Indexdaten)



Zapf Creation notiert seit dem 20. September 2004 wieder im SDAX

Mit Wirkung zum 20. September 2004 ist die Aktie vom MDAX in den Small Cap Index SDAX herabgestuft worden. Die Entscheidung der Börse ist auf die niedrige Marktkapitalisierung der Zapf Creation zurückzuführen. Bei der Berechnung der Marktkapitalisierung zum Stichtagstermin 31. August 2004, die nur leicht über 100 Mio. € lag, wurde der durchschnittliche Kurs der vorangegangenen 20 Handelstage herangezogen. Im Gesamtdurchschnitt des Jahres 2004 reduzierte sich das Handelsvolumen auf rund 33.500 Stück Aktien pro Tag gegenüber dem Vorjahreswert von rund 47.200 Stück.

Geringe Beteiligung auf der Hauptversammlung

Die fünfte ordentliche Hauptversammlung der Zapf Creation AG fand am 11. Mai 2004 im Logistik-Zentrum in Rödental statt. Insgesamt waren nur etwas über 19 % der Stimmen des gesamten Aktienkapitals auf der Hauptversammlung vertreten. Zu einer funktionierenden und lebendigen Corporate Governance gehören auch die aktive Nutzung und Ausübung der Rechte und Pflichten durch die Aktionäre.

Aktienkennzahlen

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

	2000	2001	2002	2003	2004
Marktkapitalisierung (Basis: Jahresschlusskurs) in Mio. €	392	208	204	153	117
Höchstkurs (Xetra) in €	79,40 (9. 5.)	50,00 (5. 1.)	29,50 (21. 6.)	37,65 (5. 9.)	23,79 (18. 2.)
Tiefstkurs (Xetra) in €	28,00 (30. 11.)	17,61 (9. 10.)	16,80 (8. 10.)	17,18 (26. 11.)	14,25 (21. 12.)
Jahresschlusskurs (Xetra, 31. 12.) in €	49,00	26,00	25,54	19,13	14,60
Tägliches durchschnittliches Handelsvolumen in Stück	5.921	11.364	16.478	47.180	33.508
Kurs-Gewinn-Verhältnis (Xetra, 31. 12.) in €	25,4	12,5	9,0	12,5	112,3
EPS unverwässert in €	1,93	2,09	2,70	1,53	0,13
CFPS in €	-1,28	3,68	1,29	1,61	0,00
Dividende pro Aktie in €	0,60	0,65	1,00	1,00	0,00
Dividendenrendite (Xetra, 31. 12.) in %	1,2	2,5	3,9	5,2	—

Zapf Creation AG hält unverändert eigene Aktien für das Mitarbeiterbeteiligungsprogramm

Der Bestand an eigenen Aktien zur Unterlegung des Aktienoptionsprogrammes beträgt unverändert 7,16 %, die restlichen rund 93 % bilden den sogenannten Freefloat. Dieser teilt sich maßgeblich auf institutionelle Investoren aus Frankreich, Großbritannien, Holland, den USA sowie dem Rest der Welt auf.

Aktionärsstruktur

Zapf Creation (eigene Aktien) 7,16 %

Freefloat 92,84 %

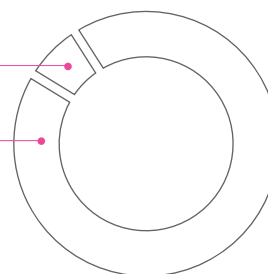
darin enthalten:

9,77 % Schroders Asset Management, London

5,19 % Tocqueville Finance SA, Paris

4,69 % Fidelity Investment, Boston

4,55 % Henderson Global Investors, London



Stand: 28. Februar 2005

Research Coverage/Aktienempfehlungen

Analyst	Termin	Empfehlung
ABN Amro	März 2005	Verkaufen
Bankhaus Lampe	März 2005	Verkaufen
Bayerische Landesbank	März 2005	Verkaufen
CAI Cheuvreux	März 2005	Underperform
Deutsche Bank	März 2005	Verkaufen
DZ Bank	März 2005	Verkaufen
Hamburger Sparkasse	März 2005	Verkaufen
HypoVereinsbank	März 2005	Verkaufen
Berenberg Bank	Februar 2005	Halten
Commerzbank	Februar 2005	Verkaufen
Cazenove	Juli 2004	Halten

Abkehr von der Dividendenpolitik

Die Profitabilität der Zapf Creation-Gruppe hat im abgelaufenen Geschäftsjahr deutlich abgenommen und es konnte nur ein Konzernjahresüberschuss von rund 1,0 Mio. € (Vorjahr 12,1 Mio. €) erzielt werden. Das unverwässerte Ergebnis je Aktie liegt damit bei 0,13 €. Vor dem Hintergrund der bevorstehenden Restrukturierung des Konzerns und der dafür notwendigen Aufwendungen werden Vorstand und Aufsichtsrat der Hauptversammlung keine Dividendenausschüttung für das Geschäftsjahr 2004 vorschlagen.

Damit wird seit 1999 erstmals von der Dividendenpolitik, die eine Ausschüttung von 50 % des Konzernjahresüberschusses vorsieht, Abstand genommen und der aktuellen wirtschaftlichen Lage des Unternehmens Rechnung getragen.

Finanzkalender

Termin	Aktivität	Ort
16. Februar 2005	Veröffentlichung erste untestierte Zahlen	Rödental
16. Februar 2005	Globaler Conference Call	Rödental
23. März 2005	Bilanzpressekonferenz	München
23. März 2005	DVFA Analystenkonferenz	München
23. März 2005	Globaler Conference Call	Rödental
24. März 2005	Roadshow	Paris
29. bis 30. März 2005	Roadshow	Deutschland, Schweiz
27. April 2005	Veröffentlichung Ergebnisse 1. Quartal/3 Monate 2005	Rödental
11. Mai 2005	6. Ordentliche Hauptversammlung	Rödental
31. Mai 2005	8. German Corporate Conference	Frankfurt/Main
27. Juli 2005	Veröffentlichung Ergebnisse 2. Quartal/Halbjahr 2005	Rödental
27. Juli 2005	Globaler Conference Call	Rödental
16. November 2005	Veröffentlichung Ergebnisse 3. Quartal/9 Monate 2005	Rödental
16. November 2005	Globaler Conference Call	Rödental
21. bis 23. November 2005	Deutsches Eigenkapitalforum	Frankfurt/Main

Corporate Governance

Vorstand und Aufsichtsrat der Zapf Creation AG erklären gemäß § 161 AktG i.V.m. § 15 EGAktG, dass den vom Bundesministerium der Justiz im amtlichen Teil des elektronischen Bundesanzeigers am 4. Juli 2003 bekannt gemachten Empfehlungen der „Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex“ in der Form vom 12. Mai 2004 entsprochen wird, mit Ausnahme der folgenden Ziffern bzw. Themen wie bereits im Jahre zuvor mit einer Änderung, auf die gesondert hingewiesen wird:

- *Angemessener Selbstbehalt bei Abschluss einer D&O-Versicherung für Vorstand und Aufsichtsrat (3.8)*

Die D&O-Versicherung der Zapf Creation AG sieht keinen Selbstbehalt der Organmitglieder vor. Es handelt sich dabei um eine Gruppenversicherung für eine Vielzahl von Führungskräften im In- und Ausland, bei der eine Differenzierung nach Organmitgliedern und sonstigen Führungskräften nicht sachgerecht erscheint. Unter Berücksichtigung der Tatsache, dass eine Versicherung stets nur fahrlässige Begehungsformen abzudecken vermag, ist ein Selbstbehalt in der Regel nicht geeignet, Schadenfälle zu vermeiden und wird daher von der Versicherungswirtschaft lediglich im Rahmen der Prämienkalkulation gewürdigt.

- *Vereinbarung einer Begrenzungsmöglichkeit (Cap) zur Aktienoptionsausübung für außerordentliche, nicht vorhergesehene Entwicklungen (4.2.3 Abs. 2 vierter Satz)*

Im Börsensegment der Zapf Creation AG ist aufgrund der dortigen Branchengegebenheiten und angesichts des für die kommenden Jahre prognostizierten Kursverlaufs ein Cap nicht notwendig.

- *Individualisierter Ausweis der Vorstandsbezüge (4.2.4 zweiter Satz)*

Die Gesellschaft hat zum Schutze der Privatsphäre der Mitglieder des Vorstandes sowie deren Familienangehörigen beschlossen, auf eine individualisierte Angabe der Vorstandsbezüge im Anhang des Konzernabschlusses zu verzichten.

Die Änderung zum Vorjahre betrifft den folgenden Punkt:

- *Bildung und Zusammensetzung von Ausschüssen innerhalb des Aufsichtsrates (5.2 Abs. 2 erster Satz, 5.3.1 und 5.3.2)*

Im Geschäftsjahr 2004 wurde innerhalb des Aufsichtsrates erstmalig ein Prüfungs- und Auditierungsausschuss, bestehend aus drei Mitgliedern des Aufsichtsrates unter Vorsitz von Herrn Dr. Peter Klein, eingerichtet, der erstmalig den Jahresabschluss 2004 überprüft hat.

Weiterhin gilt für alle weiteren Aufgaben des Aufsichtsrates wie bereits im Vorjahr auch:

Der Aufsichtsrat der Zapf Creation AG besteht aus sechs Mitgliedern. Die Zusammensetzung des Aufsichtsrates und seine Größe gewährleisten im Hinblick auf die Größe der Gesellschaft die von den Verfassern des Deutschen Corporate Governance Kodex angestrebte qualifizierte Behandlung der Sachthemen durch den Aufsichtsrat als Ganzes.

Die Zapf Creation AG hat im Internet unter www.zapf-creation.de/unternehmen eine eigene Rubrik zum Thema Corporate Governance eingerichtet, in der neben der formellen Entsprechenserklärung ausführliche Erläuterungen zu den oben genannten Abweichungen zur Einsicht für jedermann enthalten sind. Zusätzlich sind dort Informationen zu Vorstand und Aufsichtsrat, der Bericht des Aufsichtsrates sowie Angaben zu „Director’s Dealings“ gemacht. Darüber hinaus werden dort die Satzung und der Risiko-Management-Bericht veröffentlicht.

Organe der Gesellschaft

Aufsichtsrat	Tätigkeit
Dr. Dietmar Scheiter, Vorsitzender	Vorstandsvorsitzender TA Triumph-Adler AG
Dr. Horst F. Bröcker, Stellvertretender Vorsitzender (bis 4. Februar 2005)	Geschäftsführer Egon Zehnder International München und Partner Egon Zehnder International
Dr. Petra Wibbe	Rechtsanwältin
Arnd Wolpers	Geschäftsführer Capital Management Wolpers GmbH
Dr. Peter Klein (Mandat ruht seit 22. Februar 2005)	Geschäftsführender Gesellschafter Klein & Company GmbH
Hans-Gerd Fächtenkort	Geschäftsführender Gesellschafter und Partner Dr. Rochus Mummert & Partner

Vorstand	Tätigkeitsbereiche
Thomas Eichhorn, Vorsitzender	Marketing, Vertrieb, Human Resources, Strategie & Unternehmensentwicklung, Investor und Public Relations, Revision, Produktion, Qualitätssicherung, Einkauf
Angelika Marr	Design, Produktentwicklung
Dr. Peter Klein (Stellvertretendes Mitglied des Vorstandes seit 22. Februar 2005)	Finanzen, Risikomanagement, Organisation, Logistik, IT und Recht
Rudolf Winning (bis 15. März 2005)	—
Christian Ewert (bis 30. April 2004)	—

Stand: 23. März 2005

SETTING FREE A CHILD'S IMAGINATION

Unsere kleinen Kunden sind Mädchen im Alter von zwei bis zehn Jahren. Sie leben in ihren Familien und werden durch ihr Umfeld geprägt. Trotzdem sind sie alle eigenständige Persönlichkeiten, die sie gerne durch ihre Kleidung, ihre Gestik und Mimik und ihre Frisuren zum Ausdruck bringen. Sie haben ihre Lieblingsplätze, ihre Lieblingsfreunde, ihre Hobbies und Lieblingsspielsachen, aber auch ihre eigene Meinung und Vorstellung von ihrem Dasein.







Luise

Meine erste BABY born® habe ich schon mit zwei Jahren bekommen. Da habe ich immer gesagt Bäborn. Aber eigentlich heißt sie Lucie. Wir haben zu Hause vier BABY born®. Jetzt bin ich schon in der zweiten Klasse. Für mein gutes Zeugnis habe ich dann Reitersachen für Lucie bekommen, obwohl die nicht mal ein Pferd hat. Ich mag auch gerne reiten also voltigieren. Meine Schwester Paulina ist vier Jahre, die spielt am liebsten mit Barbie und hat 32 davon!

Lea

Meine Freunde nennen mich Pohli. Ich habe sieben beste Freundinnen: Sana, Linditta, Malou, Tamara, India, Rosi und Janina. Mit Janina war ich auch schon in Ägypten im Urlaub. Sonst fahren wir in unser Ferienhaus nach Bad Reichenhall (da wo das Salz herkommt). Dort reite ich fast jedes Wochenende. Zu Hause mag ich gern Krimis lesen, aber nur die für Kinder, oder meine Puppe schminken und die Haare frisieren.







SH ELLY

Am liebsten habe ich ganz bunte Sachen an. Ich habe auch ein buntes Kleid. Meiner BABY born® Anna ziehe ich auch immer bunte Sachen an und ihren gelben Bademantel. Aber zum Fasching gehe ich als Micky Mouse. Meine Oma geht mit mir und meiner Schwester Jamie dahin, wenn sie zu Besuch ist. Manchmal fahr ich auf den Bauernhof. Dort ist ein richtig großes Pferd. Das heißt Victoria. Ich habe auch ein rosa Pferd zu Hause.

STEPHANIE

Ich mag gern singen und tanzen. Am liebsten Hip Hopp und Aerobic.
Dann zieh ich mir gerne coole Klamotten und Turnschuhe an.
Meine Lieblingsfarbe ist rot. Zu Hause spiele ich gern mit meiner
Puppe Isabella oder ich spiele mit meinen zwei Brüdern. Aber dann
kämpfe ich mit denen immer um die Butterbrezeln, die esse ich
nämlich am liebsten.





Hannah

Am liebsten fahren wir nach Griechenland in den Urlaub. Ich war schon mindestens elfmal auf der Insel Mykonos. Das mögen wir echt gern dort. Deshalb ist mein Spitzname auch Pipe Phakidomyte Pipilota, das ist griechisch und heißt auf deutsch Pippi Langstrumpf. Wahrscheinlich weil ich solche Haare habe und genau so frech bin wie Pippi. Einmal habe ich meine Annabell am Hafen einfach vergessen, als ich zurückkam, saß sie da und schaute immer noch aufs Meer.

I. Unternehmen

Der Zapf Creation-Konzern vertreibt Markenspielkonzepte, bestehend aus Spiel- und Funktionspuppen und einer umfangreichen Zubehörwelt, die mit einem hohen Anspruch an Qualität, Design und Spielwert entwickelt werden. Zu den bekannten Marken gehören BABY born®, Baby Annabell und CHOU CHOU. My Model, das kreative Konzept zum Schminken und Frisieren, rundet das Produktportfolio ab. Mit diesen weltweit erfolgreichen Konzepten wendet sich Zapf Creation vor allem an Mädchen zwischen drei und acht Jahren als Kernzielgruppe.

Zum Konzern der Zapf Creation AG gehören neben der Hauptverwaltung in Rödental hundertprozentige Tochtergesellschaften im In- und Ausland, die für den Vertrieb und die Vermarktung des Markenportfolios verantwortlich sind. Die ausländischen Vertriebs- und Marketinggesellschaften liegen in Frankreich, Großbritannien, Italien, Spanien, Polen, der Tschechischen Republik und den USA. Die Tochtergesellschaft in Australien hat zum 31. Dezember 2004 ihre Geschäftstätigkeit eingestellt. Bereits im November 2004 hat Funtastic Limited, South Oakleigh/Australien, den Vertrieb und die Vermarktung des kompletten Produktportfolios von Zapf Creation in den Ländern Australien und Neuseeland als Kooperationspartner übernommen. Eine weitere Tochtergesellschaft ist in Hongkong (China) angesiedelt, die für den zentralen Einkauf, das Qualitätsmanagement und die weltweite Distribution der Waren zuständig ist. Im Inland gibt es mit Zapf Creation (Central Europe) GmbH & Co. KG, Zapf Creation (Central Europe) Verwaltungs GmbH, Zapf Creation Logistics GmbH & Co. KG und Zapf Creation Logistics Beteiligungs GmbH vier Gesellschaften.

Zum Jahresende (31.12.2004) beschäftigte die Zapf Creation AG weltweit 493 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (ohne Vorstand und Auszubildende), davon 200 in den ausländischen Gesellschaften.

II. Markt

Der weltweite Spielwarenmarkt war im Jahr 2004 leicht rückläufig. Ein ohnehin aggressiver Preiswettbewerb wurde durch Billigimporte aus Fernost noch verschärft und prägte den Markt.

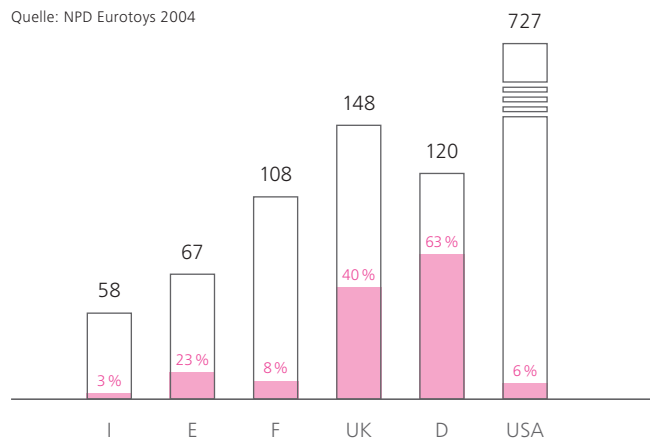
Die regionalen Absatzmärkte entwickelten sich unterschiedlich. Während der europäische Spielwarenmarkt um 0,2 % zulegen konnte, war der amerikanische Markt als größter einzelner Spielwarenmarkt mit 3 % rückläufig (Marktanteilsdaten: NPD Eurotoys Retailpanel 2004).

Die für Zapf Creation relevante Kategorie Spiel- und Funktionspuppen mit Zubehör zeigte ebenfalls eine unterschiedliche Entwicklung. In Europa konnte das Segment um 0,4 % wachsen. Der amerikanische Spiel- und Funktionspuppenmarkt schrumpfte hingegen um 4 %.

Bei Betrachtung der fünf relevanten europäischen Einzelmärkte zeigt sich folgendes Bild: Rückläufig entwickelten sich Deutschland und Frankreich mit knapp 10 % bzw. rund 4,5 %. Zulegen konnten Großbritannien mit leicht über 12 %, Spanien mit 1,8 % und Italien mit knapp 5 %.

Marktanteile bei Spiel- und Funktionspuppen mit Zubehör Top 5 Europa plus USA

□ Marktvolumen für Spiel- und Funktionspuppen mit Zubehör in Mio. €
 ■ Marktanteil Zapf Creation in %



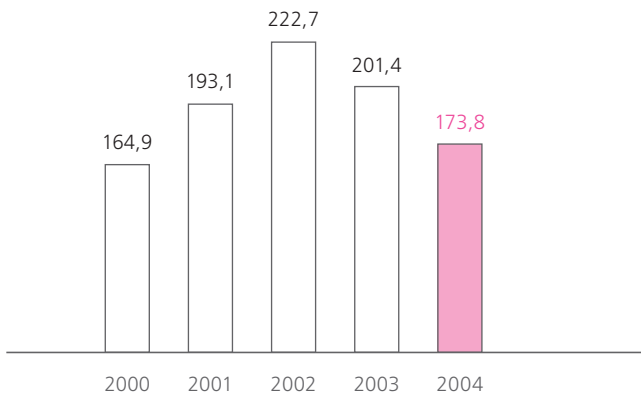
In diesem Marktumfeld konnte Zapf Creation ihre markt-führende Position in Europa von 31 % auf 32 % Marktanteil ausbauen. In den Einzelmärkten Großbritannien (40 % Marktanteil), Frankreich (8 %), Spanien (23 %) und Italien (3 %) konnten durchweg Marktanteile hinzugewonnen werden. In Deutschland konnte Zapf Creation trotz eines rückläufigen Spiel- und Funktionspuppenmarktes die unangefochtene Marktführerschaft mit 63 % Marktanteil halten.

Mit Blick in die Zukunft hofft die Spielwarenindustrie auf Impulse aus Osteuropa, da mit der EU-Osterweiterung neue Absatzmärkte hinzukommen. Daneben wird sich die Industrie der Herausforderung stellen müssen, noch rascher auf schnelllebige Trends zu reagieren.

III. Umsatzentwicklung

Die Konzernumsätze liegen mit 173,8 Mio. € 14 % unter dem Vorjahreswert. Bereinigt um Währungskurseffekte liegt der Konzernumsatz um 13 % unter dem Vorjahr.

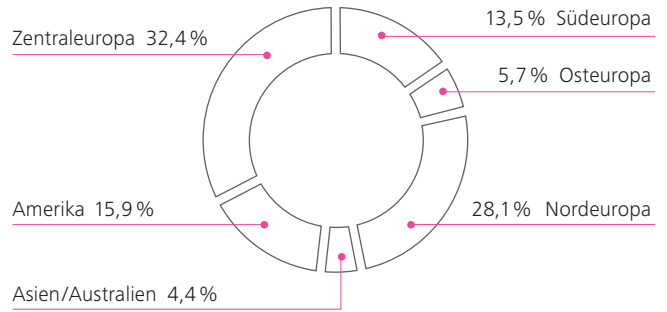
Umsatzentwicklung Konzern (in Mio. €)



Umsatzentwicklung nach operativen Geschäftseinheiten

Zentraleuropa mit den Märkten Deutschland, Österreich, Schweiz, Niederlande und Luxemburg verzeichnete einen Umsatzrückgang von 32 % auf 56,4 Mio. €. Dies ist hauptsächlich auf geringere Umsätze in Deutschland mit einem rückläufigen Minipuppen- und BABY born®-Zubehörgeschäft zurückzuführen.

Umsatzanteile nach Business Units 2004

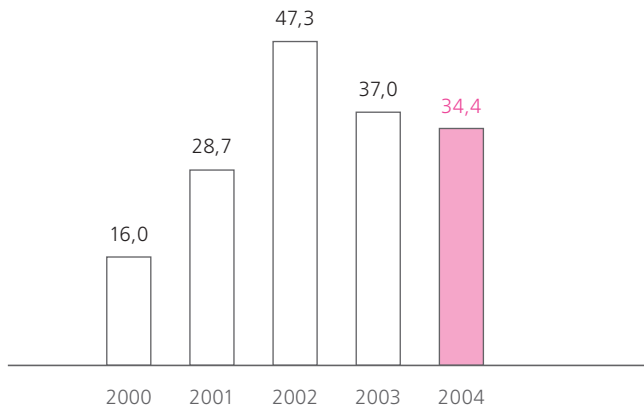


Nordeuropa mit den Märkten Großbritannien/Irland als Wachstumstreiber sowie Skandinavien erzielte mit 48,8 Mio. € ein Umsatzplus von 7 %. Betrachtet man Großbritannien/ Irland als größten Spielwarenmarkt in Europa, so wurde hier in lokaler Währung ein Wachstum von 12 %, in Euro von 14 % erreicht. Die nun seit Jahren anhaltende Wachstumsdynamik beruht unverändert auf dem Erfolgskurs des Markenspielkonzeptes Baby Annabell. Als zweite Erfolgsgröße entwickelte sich aber auch das BABY born®-Konzept, das durch die Einführung der Neuen BABY born®-Puppe mit nun acht Funktionen Wachstumsimpulse setzte. In einem wachsenden Spiel- und Funktionspuppenmarkt konnte Zapf Creation ihren Marktanteil in Großbritannien auf 40 % ausbauen.

Südeuropa mit den Märkten Spanien/Portugal, Frankreich/ Belgien sowie Italien lag mit einem Umsatz von 23,5 Mio. € auf Vorjahresniveau. In den drei Absatzmärkten Spanien, Frankreich und Italien konnten die Marktanteile ausgebaut werden.

Die Region Osteuropa zeigte mit einem Umsatzwachstum von 24 % erneut eine sehr positive Entwicklung auf 9,8 Mio. €. Wachstumsmotoren waren unverändert Polen, Russland und die Tschechische Republik.

Umsatzentwicklung Amerika auf USD-Basis (in Mio. USD)



Auf dem amerikanischen Markt inklusive Kanada lagen die Umsätze mit 27,6 Mio. € um 16 % unter dem Vorjahr, in lokaler Währung mit 34,4 Mio. US-Dollar um 7 %. Ein aggressiver Inventurabbau, der zu einer Halbierung unseres Inventurbestandes in den USA geführt hat, und Währungskurseffekte sind hauptsächlich für den Umsatzrückgang. Trotz rückläufiger Geschäftsentwicklung konnte der Marktanteil von über 6 % behauptet werden.

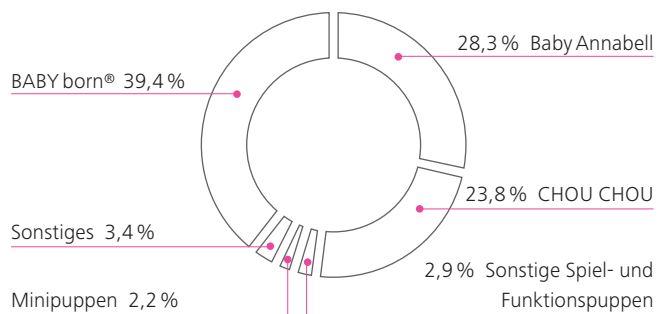
Die Märkte Asien/Australien waren mit 7,6 Mio. € Umsatz um 8 % rückläufig. Der Großteil des Umsatzes resultiert aus dem australischen Markt, der über dem Vorjahreswert lag. Seit dem 1. November 2004 wird das Produktsortiment der Zapf Creation über den Distributeur Funtastic Limited, der Nummer eins im australischen Spielwarenmarkt, in Australien und Neuseeland vertrieben.

	2003 T€	2004 T€
Europa	160.418	138.537
Zentraleuropa	83.187	56.359
Nordeuropa	45.736	48.812
Südeuropa	23.600	23.544
Osteuropa	7.895	9.822
Amerika	32.775	27.645
Asien/Australien	8.230	7.586
Umsatzerlöse netto	201.423	173.768

Umsatzentwicklung nach Produktgruppen

Das BABY born®-Konzept, das 1991 eingeführt wurde, verzeichnete einen Umsatzrückgang von rund 13,2 Mio. €. Der Umsatzrückgang resultiert alleine aus dem rückläufigen BABY born®-Zubehörgeschäft. Die Einführung der Neuen BABY born®-Puppe im Sommer 2004 in Deutschland und weltweit im zweiten Halbjahr 2004 sorgte für einen Umsatzimpuls bei der BABY born®-Puppe. BABY born® belegte in Deutschland im abgelaufenen Geschäftsjahr Platz 4 im Gesamtspielwarenmarkt nach Wert betrachtet (NPD Eurotoys 2004).

Umsatzanteile nach Produktgruppen 2004



Das Baby Annabell-Konzept ist auch in 2004 unverändert auf Wachstumskurs geblieben. Die Wachstumsdynamik resultiert dabei aus dem Zubehörgeschäft. Die Stärke dieses Markenspielkonzeptes führt sicherlich zu einer gewissen Kannibalisierung zu Lasten des BABY born®- bzw. CHOU CHOU-Konzeptes. In Großbritannien, wo sich Baby Annabell seit der Markteinführung in 1998 größter Beliebtheit bei den kleinen Mädchen erfreut, wurde sie vom britischen Einzelhandelsverband zur besten Funktionspuppe 2004 ausgezeichnet.

Das CHOU CHOU-Konzept konnte in 2004 durch die weltweite Markteinführung der Funktionspuppe Love me CHOU CHOU wachsen. Wobei die Markteinführung von Love me CHOU CHOU sowohl hinter den Erwartungen von Zapf Creation als auch der Handelspartner geblieben ist.

Der Rückgang aus „Sonstige Spiel- und Funktionspuppen“ ist planmäßig und resultiert aus Produktlinien, die nicht mehr fortgeführt wurden.

Das Minipuppengeschäft mit der Produktlinie BABY born® miniworld war erwartungsgemäß mit 10 Mio. € rückläufig. Dieses Markenspielkonzept wird im zweiten Halbjahr 2005 aus dem Produktsortiment genommen.

Ein weiterer Umsatzrückgang unter „Sonstiges“ resultiert aus dem My Model-Konzept. Ein schwaches Zubehörgeschäft und ein verstärkter Wettbewerb in Deutschland führten zu dieser rückläufigen Geschäftsentwicklung.

	2003	2004
	T€	T€
Spiel- und Funktionspuppen	178.388	164.083
BABY born®	81.694	68.502
Baby Annabell	47.690	49.179
CHOU CHOU	39.930	41.334
Sonstige Spiel- und Funktionspuppen	9.074	5.068
Minipuppen	14.065	3.899
Sonstiges	8.970	5.786
Umsatzerlöse netto	201.423	173.768

IV. Ergebnis

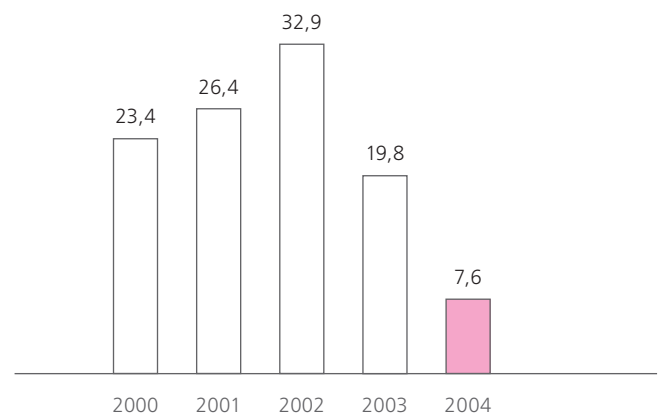
Der Zapf Creation-Konzern musste im abgelaufenen Geschäftsjahr zum zweiten Mal in Folge einen signifikanten Umsatzrückgang hinnehmen, der mit 27,6 Mio. € höher ausfiel als im Vorjahr. Dieser Umsatzrückgang konzentrierte sich überwiegend auf die operative Geschäftseinheit Zentraleuropa und war somit – im Gegensatz zum Vorjahr – nur unwesentlich von negativen Währungskursentwicklungen beeinflusst. Der deutsche Markt, der gut 80 % der Umsätze dieser Geschäftseinheit ausmacht, brach im vierten Quartal nach einem leichten Plus in den ersten neun Monaten ein und beendete das wichtige Weihnachtsgeschäft mit einem zweistelligen Minus im Segment Spiel- und Funktionspuppen mit Zubehör.

Ein Umsatzrückgang von nahezu 50 Mio. € in zwei Jahren, der sich in dieser Form weder in 2003 in den USA noch 2004 in Zentraleuropa bis zum Weihnachtsgeschäft abzeichnete, machte in 2004 Lagerbereinigungen notwendig, deren Ausmaße die jeweils gültigen Planungen und Prognosen überstiegen haben. In den USA wurden die Lagerbestände zwar von mehr als 11 Mio. € auf rund 6 Mio. € zurückgefahren, die Rohertragsmarge dieser Geschäftseinheit ging jedoch von 54,4 % in 2003 auf nur noch 33,1 % in 2004 zurück. Im Rahmen des Jahresabschlusses wurden aufgrund der verlustfreien Bewertung in Zentraleuropa Wertberichtigungen auf das angestiegene Vorratsvermögen vorgenommen.

Insgesamt reduzierte sich die Rohertragsmarge im Konzern von 57,4 % in 2003 auf 52,1 % in 2004. De facto bedeutet dies, dass ein Umsatzrückgang von 27,6 Mio. € zu über 90 % oder in absoluten Zahlen mit 25,1 Mio. € auf den Rohertrag und somit auch in dieser Höhe das operative Ergebnis belastet.

Die operativen Aufwendungen im Geschäftsjahr 2004 reduzierten sich um 12,9 Mio. € auf 82,9 Mio. € (Vorjahr: 95,8 Mio. €). Dieser Rückgang ist auf den Sondereffekt „Kosten aus der Produktionsschließung“ im Jahr 2003 i.H.v. 3,6 Mio. € und auf Kosteneinsparungen zurückzuführen. Das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) ging in 2004 um 12,2 Mio. € auf 7,6 Mio. € (Vorjahr: 19,8 Mio. €) zurück.

Ergebnisentwicklung (EBIT) Konzern (in Mio. €)



Die Zinsaufwendungen saldiert mit den Zinserträgen lagen mit 3,6 Mio. € trotz eines gestiegenen Working-Capital-Bedarfs unter Vorjahr (2003: 3,8 Mio. €). Dies ist hauptsächlich auf ein insgesamt nach wie vor günstiges Finanzierungsumfeld zurückzuführen, an dem Zapf Creation mit ihrem zentralen Cash-Management auch in 2004 partizipierte.

Das Ergebnis vor Steuern betrug im Konzern 4,0 Mio. € (Vorjahr: 16,0 Mio. €). Wertberichtigungen auf aktive latente Steuern, die überwiegend in den USA vorgenommen wurden, ließen die Konzernsteuerquote in 2004 auf gut 76 % ansteigen (Vorjahr: rund 25 %).

Der Zapf Creation-Konzern erzielte im Geschäftsjahr 2004 einen Konzernjahresüberschuss von rund 1,0 Mio. € (Vorjahr: 12,1 Mio. €). Damit beläuft sich das unverwässerte Ergebnis je Aktie auf 0,13 € (Vorjahr: 1,53 €).

Vor diesem Hintergrund schlagen Vorstand und Aufsichtsrat der Hauptversammlung vor, für das Geschäftsjahr 2004 keine Dividende auszuschütten.

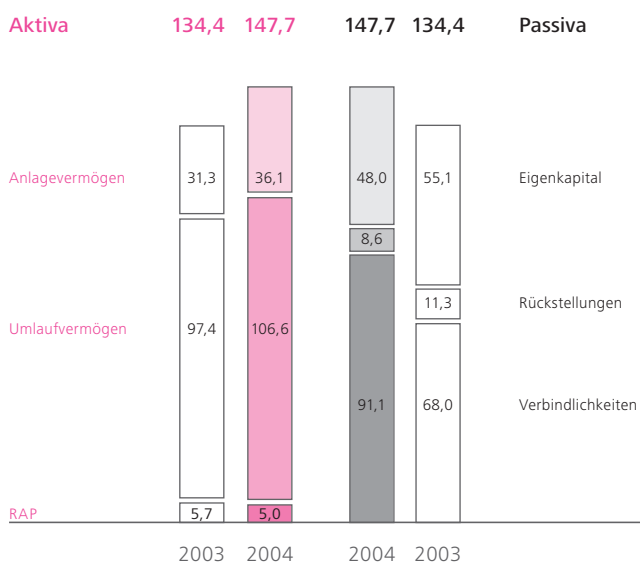
V. Cashflow

Der Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit war im abgelaufenen Geschäftsjahr mit 29 T€ nahezu ausgeglichen, während im Vorjahr noch ein positiver operativer Cashflow i.H.v. 12,7 Mio. € erzielt werden konnte. Dieser Rückgang entspricht nahezu der Entwicklung des Konzernjahresüberschusses. Gleichwohl bleibt festzuhalten, dass der operative Cashflow 2004 durch ein rückläufiges Forfaitierungsvolumen von Forderungen aus Lieferungen und Leistungen beeinflusst wurde. Dieses ging von 31,8 Mio. € in 2003 auf 21,4 Mio. € in 2004 zurück. Mithin hätte der operative Cashflow bei gleichem Forfaitierungsvolumen nahezu auf Vorjahresniveau gelegen. Diese Zahlungseingänge kommen dem Zapf Creation-Konzern im ersten Quartal des Geschäftsjahres 2005 zugute. Nach Investitions- und Finanzierungstätigkeit sowie Gewinnausschüttung ergibt sich insgesamt eine Erhöhung des Finanzmittelbestandes um rund 1,7 Mio. € (Vorjahr: 0,5 Mio. €).

VI. Bilanz

Die Bilanzsumme des Zapf Creation-Konzerns betrug zum Bilanzstichtag 2004 147,7 Mio. € und lag damit um 13,3 Mio. € über dem Vergleichswert des Vorjahres. Das Umlaufvermögen ohne Rechnungsabgrenzungsposten stieg aufgrund der bereits erwähnten reduzierten Forfaitierungen von Kundenforderungen um 9,2 Mio. € an, die Rechnungsabgrenzungsposten gingen um 0,7 Mio. € zurück. Das Anlagevermögen erhöhte sich in den Bereichen „Immaterielle Vermögensgegenstände“ und „Aktive latente Steuern“ um insgesamt 6,4 Millionen, die Sachanlagen reduzierten sich um 1,6 Mio. €. Für den Konzern ergibt sich folgende Struktur:

Bilanzstruktur zum 31. Dezember (in Mio. €)



Rückstellungen und Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen betragen in Summe 21,8 Mio. € (Vorjahr: 21,4 Mio. €). Die Nettoverschuldung betrug zum Stichtag 56,3 Mio. €; dies bedeutet einen Anstieg um 16,3 Mio. € gegenüber dem Vorjahreswert. Bei gleichem Forfaitierungsvolumen hätte sich ein Anstieg um 5,9 Mio. € ergeben.

Das Eigenkapital des Zapf Creation-Konzerns betrug zum Stichtag 48,0 Mio. € (Vorjahr 55,1 Mio. €). Bezogen auf die Bilanzsumme abzüglich der liquiden Mittel errechnet sich eine Eigenkapitalquote von 37 % (Vorjahr: 46 %).

VII. Investitionen

Die Gesamtinvestitionen des Konzerns betragen im Berichtsjahr 8,7 Mio. €, wovon 3,8 Mio. € auf immaterielle Vermögensgegenstände entfielen. Durch eine Einmalzahlung von 3,8 Mio. € erwarb die Zapf Creation AG rückwirkend zum 1. Januar 2004 die Marken- und Patentrechte am umsatzstärksten Markenspielkonzept BABY born® und muss seither keine Lizenzzahlungen mehr leisten. Die Investitionen auf Sachanlagen reduzierten sich planmäßig auf 4,9 Mio. € (Vorjahr: 6,8 Mio. €).

VIII. Risikobericht

Die Überwachung, Steuerung und Analyse von Risiken ist bei der Zapf Creation AG ein wichtiger Bestandteil der Führungsinstrumente. Grundlage bilden die im Gesetz zur weiteren Reform des Aktien- und Bilanzrechts, zu Transparenz und Publizität (TransPuG) kodifizierten Rahmenbedingungen zur Corporate Governance.

Der Konzern verfügt über ein gemäß § 91 Abs. 2 AktG eingerichtetes Risikoüberwachungssystem.

Risikomanagementsystem

Das Risikomanagementsystem der Zapf Creation AG stellt sicher, dass bestehende Risiken erfasst, analysiert und bewertet sowie an die Entscheidungsträger des Unternehmens weitergeleitet werden. Dazu implementierte die Gesellschaft zu Beginn des Geschäftsjahres 2000 eine Software, die der systematischen Erfassung und Auswertung der einzelnen Risiken, deren Eintrittswahrscheinlichkeiten sowie voraussichtlichen Schadenshöhen dient.

Die Risikoerfassung und -bewertung wird monatlich vorgenommen, ggf. aktualisiert bzw. ergänzt. Sobald sich neue unternehmensgefährdende bzw. stark zunehmende Risiken herausbilden, erfolgt unmittelbar eine sofortige Meldung an den Risikomanagement-Beauftragten sowie direkt an den Vorstand.

Alle Risiken werden, abgeleitet von den bereichsspezifischen Unternehmenszielen, kategorisiert. Danach ergeben sich als erste grobe Kategorisierung folgende Risikogruppen:

- Beschaffungsrisiken,
- Marketing- und Vertriebsrisiken,
- Ertrags- und Liquiditätsrisiken,
- Prozessrisiken,
- rechtliche Risiken,
- Branchenrisiken und
- gesamtwirtschaftliche Risiken.

Die Erfassung, Kategorisierung, Bewertung und Priorisierung der Einzelrisiken ergibt das Risikoportfolio.

Eine klare Zuordnung von Risikoarten zu den einzelnen Risikogruppen ist dabei oft nur eingeschränkt möglich. Auch beeinflussen sich die Einzelrisiken gegenseitig oder kreieren Folgerisiken in einer benachbarten Risikogruppe. Aufgrund von Prozesszusammenhängen kann sich z. B. ein Vertriebsrisiko zu einem ernst zu nehmenden Problem auf der Beschaffungsseite oder zu einem Warenbestandsrisiko wandeln und Ertragsrisiken nach sich ziehen.

Im Folgenden soll daher, gegliedert nach den einzelnen Risikogruppen, die aktuelle Risikosituation des Zapf Creation-Konzerns dargestellt und die wesentlichen eingeleiteten bzw. möglichen Gegenmaßnahmen aufgeführt werden. Auch auf gegebenenfalls auftretende Folgerisiken wird nachfolgend eingegangen.

Beschaffungsrisiken

Die Beschaffung und Produktion der Handelswaren des Zapf Creation-Konzerns erfolgt zu mehr als 95 % in China und verteilt sich auf mehrere überwiegend langjährige Geschäftspartner, die wiederum meist mehrere voneinander örtlich unabhängige Produktionsstätten unterhalten. Damit limitiert sich das zeitgleiche Ausfallrisiko mehrerer Lieferanten aufgrund von Bränden o. ä. signifikant bzw. kann dies weitestgehend ausgeschlossen werden. Der Verlust eines Lieferanten aufgrund wirtschaftlicher Probleme – respektive einer Insolvenz – war im abgelaufenen Geschäftsjahr in einem Fall eingetreten, dieses führte aber zu keiner nennenswerten Störung im Beschaffungsprozess.

Bereits im Berichtsjahr zeichneten sich auf der Beschaffungsseite Preiserhöhungen aufgrund gestiegener Lohn- und Materialkosten ab, die im laufenden Geschäftsjahr zu höheren Wareneinstandspreisen führen können. Der gegenwärtig sehr schwache US-Dollar begünstigt die in den Euroregionen erzielten Roherträge aber dermaßen, dass aktuell die Preiserhöhungen noch nahezu kompensiert werden. Aus diesem Grund prüft Zapf Creation aktuell Kurssicherungsmaßnahmen. Einen Mangel an Arbeitskräften im südchinesischen Perlfussdelta, wo 70 % der weltweiten Spielwaren hergestellt werden, hatte es bereits im abgelaufenen Geschäftsjahr gegeben. Eine weitere Verschärfung der Arbeitskräfteknappheit mit Blick auf die Hauptsaison der Spielzeugproduktion, die im Mai beginnt, zeichnet sich bereits ab. Von daher können Lieferengpässe nicht ausgeschlossen werden.

Nach den Umsatzplanverfehlungen der beiden letzten Jahre muss Zapf Creation auf der Beschaffungsseite künftig entsprechend kurzfristiger agieren können, um das Warenbestandsrisiko zu minimieren. Das bedeutet, dass mit deutlich niedrigeren Mindestbestellmengen gearbeitet werden muss, um das Warenbestandsrisiko zu begrenzen. Auf der Lieferantenseite werden für niedrigere Losgrößen aber auch höhere Preise quotiert. Damit können auf der anderen Seite mögliche Abschriften auf Überbestände vermieden, die Kapitalbindung reduziert und die Flexibilität bei Bestellungen erhöht werden.

Marketing- und Vertriebsrisiken

Hohe Bestände in den eigenen Lägern und zunehmend auch im Handel waren trotz hoher Marketingaufwendungen die Folge in den vergangenen zwei Geschäftsjahren. Der Handel erhöht in solchen Fällen den Druck auf den Vertrieb der Zapf Creation, bei der Bereinigung der Bestände finanziell mitzuwirken, um Platz für die neuen Produkte zu schaffen. Das Ergebnis sind nachträgliche Preisnachlässe, die es dem Handel ermöglichen, über Preisaktionen die Warenbestände abzubauen.

Für 2005 rechnet Zapf Creation ebenfalls mit einer Belastung der Konzernroherträge durch die Bereinigung eigener Lagerbestände, insbesondere in Zentraleuropa. Die verlustfreie Bewertung der Lagerbestände wurde durch Bestandsabwertungen im Jahresabschluss 2004 weitestgehend berücksichtigt.

Ertrags- und Liquiditätsrisiken

Ein Umsatzrückgang von rund 27,6 Mio. € im abgelaufenen Geschäftsjahr hat die Ertragskraft des Zapf Creation-Konzerns in seiner derzeitigen Struktur erheblich geschwächt. Ein rückläufiges Geschäft in Zentraleuropa war dafür maßgeblich verantwortlich. Hohe Lagerbestände als Folge optimistischer Absatzplanungen reduzierten die Rohertragsmarge im abgelaufenen Geschäftsjahr um 530 Basispunkte. Kostensenkungsmaßnahmen konnten dieser Entwicklung in 2004 zwar entgegenwirken, aber diese nicht vollständig kompensieren. Der Vorstand erarbeitet aktuell ein Maßnahmenprogramm zur Sicherstellung der Ertragskraft des Unternehmens.

Der Zapf Creation-Konzern verfügt nach wie vor über eine solide Eigenkapitalquote und mehr als ausreichende Kreditlinien, um den sehr saisonal geprägten Geschäftsverlauf finanzieren zu können. Dennoch prüft die Zapf Creation aktuell eine grundlegende Veränderung in der Finanzierungsstruktur, die kurz-, mittel- und langfristige Finanzierungsinstrumente wie beispielsweise einen regresslosen Verkauf von Forderungen aus Lieferungen und Leistungen beinhalten soll.

Prozessrisiken

Der Aufrechterhaltung des Geschäftsbetriebs widmet die Zapf Creation besondere Aufmerksamkeit. Für Ausfälle jeglicher Art wurden eine Reihe von Versicherungen, wie z. B. Betriebsunterbrechungs-, Brand- und Haftpflichtversicherungen, abgeschlossen. Zu den Kernprozessen zählen die Produktentwicklung, die Beschaffung und der Vertrieb. In 2004 führte die Inbetriebnahme einer neuen Logistiksoftware im ersten Quartal zu Lieferverzögerungen bzw. -ausfällen. Seither laufen alle Systeme stabil. Es sind aktuell keine nennenswerten Systemwechsel oder -modifikationen geplant, die die Kernprozesse beeinträchtigen könnten.

Rechtliche Risiken

Da die Markenprodukte bei der Zapf Creation als Werttreiber gelten, ist der Schutz der Marken unerlässlich. Um sich gegen Patent- und Markenverletzungen zu wehren, führt Zapf Creation immer wieder Prozesse. Gegenwärtig sind jedoch keine bedeutenden Rechtsstreitigkeiten anhängig.

Branchenrisiken

Der Zapf Creation-Konzern konzentriert sich stark auf sein Kerngeschäft Spiel- und Funktionspuppen mit Zubehör und hat sich in einigen europäischen Märkten bereits die Marktführerschaft erarbeitet. Schwankungen zwischen den einzelnen Produktsegmenten, zu denen es innerhalb eines ansonsten recht stabilen Spielwarenmarktes immer wieder kommt, können sich daher positiv bzw. negativ auf das Unternehmen mit einem fokussierten Produktsortiment auswirken. Diese sind aber i.d.R. nicht von Dauer, vorausgesetzt es gelingt, über Innovation, das Erkennen von Trends und die entsprechende qualitative Umsetzung die Begehrtheit der eigenen Marken hoch zu halten.

Die rückläufige demografische Entwicklung in wichtigen europäischen Märkten wird die Spielwarenbranche in den nächsten Jahren negativ beeinflussen.

Gesamtwirtschaftliche Risiken

In Zeiten schlechter Konjunktur und hoher Arbeitslosigkeit wird das gesamtwirtschaftliche Risiko auch für den Spielwarenmarkt immer gegenwärtiger. Das Ausgabeverhalten der Konsumenten hat sich spürbar gewandelt. So nehmen Impulskäufe ab, und das Geschäft konzentriert sich noch stärker auf das wichtige Weihnachtsgeschäft.

Auf der Handelsseite geben eine Vielzahl national wie international renommierter Handelshäuser bzw. deren aktuelle wirtschaftliche Lage wenig Grund für Optimismus. Das Geschäftsjahr 2004 verlief für den Zapf Creation-Konzern ohne größere Zahlungsausfälle. Die Wertberichtigung auf Forderungen aus Lieferungen und Leistungen konnte von rund 1,0 Mio. € auf 557 T€ zurückgefahren werden. Dennoch können für das laufende Geschäftsjahr weitere Insolvenzen in der Handelslandschaft nicht ausgeschlossen werden. Ein weltweit umfassender Versicherungsschutz für einen Großteil der bedeutendsten Kunden von Zapf Creation minimiert jedoch das Forderungsausfallrisiko.

Die Gesamtbewertung der Risikosituation des Zapf Creation-Konzerns hat sich somit gegenüber den Vorjahren erhöht. Risiken, die den Fortbestand des Unternehmens kurzfristig gefährden könnten, bestehen hingegen nach wie vor nicht.

IX. Besondere Vorgänge nach Schluss des Geschäftsjahres

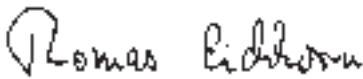
Rudolf Winning, Finanzvorstand der Zapf Creation AG, hat sein Amt frühzeitig niedergelegt und scheidet zum 15. März 2005 aus der Gesellschaft aus. Bis zur Neubesetzung seiner Position ist Dr. Peter Klein seit dem 22. Februar 2005 als stellvertretendes Vorstandsmitglied in den Vorstand bestellt worden. Herr Dr. Klein, der seit 1999 Mitglied des Aufsichtsrates der Zapf Creation AG ist, wird sein Aufsichtsratsmandat in dieser Übergangsphase ruhen lassen.

Die aktuelle Umsatz- und Ergebnissituation des Zapf Creation-Konzerns erfordert sowohl eine Repositionierung des Unternehmens als auch eine deutliche Anpassung des Kostenblockes an die aktuelle wirtschaftliche Lage des Unternehmens. Der Vorstand erarbeitet aktuell ein umfassendes Maßnahmenprogramm zur langfristigen Sicherstellung der Ertragslage des Zapf Creation-Konzerns. Dieses wird strukturelle Veränderungen in der Organisation und auch Neuausrichtungen im Produktsortiment beinhalten. Im Rahmen der Bilanzpressekonferenz sollen erforderliche Maßnahmen und Weichenstellungen Ende März 2005 präsentiert werden.

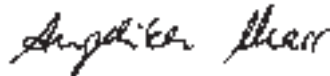
X. Ausblick

Zapf Creation hat in 2005 ein schwieriges Jahr vor sich. Die Organisationsstruktur, die im Zuge der Internationalisierungsphase von 1999 bis 2002 deutlich auf Wachstum ausgerichtet wurde, gilt es, an die aktuellen Rahmenbedingungen anzupassen und effizienter zu gestalten. Insbesondere auf der Produktseite können erst im Produktsortiment 2006 Veränderungen und entsprechende Verbesserungen greifen. Der Vorstand der Zapf Creation AG geht daher aktuell von einem Jahr der Restrukturierung und Konsolidierung aus.

Rödental, den 28. Februar 2005



Thomas Eichhorn
Vorstandsvorsitzender



Angelika Marr
Mitglied des Vorstandes



Dr. Peter Klein
Stellvertretendes Mitglied des Vorstandes

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung	2004 T€	2003 T€
Umsatzerlöse netto	173.768	201.423
Wareneinsatzkosten zur Erzielung der Umsatzerlöse	-83.305	-85.796
Rohertrag	90.463	115.627
Vertriebs- und Distributionskosten	-33.795	-31.470
Marketingkosten	-26.467	-29.706
Sonstige Verwaltungsaufwendungen und sonstige Erträge	-22.617	-31.033
Kosten aus der Produktionsschließung	0	-3.620
Operatives Ergebnis vor Zinsen und Steuern	7.584	19.798
Zinserträge	258	158
Zinsaufwendungen	-3.836	-3.933
Ergebnis vor Steuern	4.006	16.023
Steuern vom Einkommen und Ertrag	-3.051	-3.947
Jahresüberschuss	955	12.076
Ergebnis pro Aktie		
Unverwässert €	0,13	1,53
Verwässert €	0,13	1,52

Die enthaltenen Anhangangaben sind ein integraler Bestandteil des Konzernabschlusses.

KONZERNABSCHLUSS

Konzernbilanz		31.12.2004	31.12.2003
		T€	T€
Aktiva			
Flüssige Mittel		17.041	15.342
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen <small>(nach Abzug der Wertberichtigungen für zweifelhafte Forderungen i.H.v. 556.952 € und 997.157 € per 31. Dezember 2004 bzw. 2003)</small>		53.861	47.899
Vorräte	Anhangangabe 2	28.283	29.118
Rechnungsabgrenzungsposten	Anhangangabe 3	4.970	5.700
Sonstige Vermögensgegenstände	Anhangangabe 4	6.692	3.470
Aktive latente Steuerforderung (kurzfristig)	Anhangangabe 5	798	1.625
Umlaufvermögen		111.645	103.154
Sachanlagen und Software	Anhangangabe 2	26.853	28.428
Immaterielle Vermögensgegenstände	Anhangangabe 2	5.314	2.494
Aktive latente Steuerforderung (langfristig)	Anhangangabe 5	3.897	347
Sonstige langfristige Forderungen		40	0
Anlagevermögen		36.104	31.269
		147.749	134.423
Passiva			
Kurzfristiger Anteil der langfristigen Bankdarlehen und Kontokorrentverbindlichkeiten		62.689	40.506
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		13.148	10.088
Rückstellungen und sonstige Verbindlichkeiten	Anhangangabe 11	8.623	11.346
Steuerverbindlichkeiten		2.574	1.463
Passive latente Steuerverbindlichkeit (kurzfristig)	Anhangangabe 5	1.387	497
Kurzfristige Verbindlichkeiten		88.421	63.900
Darlehensverbindlichkeiten	Anhangangabe 6	10.604	14.780
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten		0	67
Passive latente Steuerverbindlichkeit (langfristig)	Anhangangabe 5	684	585
Langfristige Verbindlichkeiten		11.288	15.432
Haftungsverhältnisse und sonstige finanzielle Verpflichtungen	Anhangangabe 9		
Gezeichnetes Kapital	Anhangangabe 8	8.000	8.000
	12.000.000 genehmigte Aktien 8.000.000 ausgegebene Aktien 7.427.322 im Umlauf befindliche Aktien per 31.12.2004 7.427.322 im Umlauf befindliche Aktien per 31.12.2003		
Kapitalrücklage		7.998	8.052
Eigene Anteile		- 11.358	- 11.358
Kumuliertes übriges Comprehensive Income (Loss)		- 4.829	- 4.304
Jahresüberschuss und Gewinnvortrag		48.229	54.701
Eigenkapital		48.040	55.091
		147.749	134.423

Die enthaltenen Anhangangaben sind ein integraler Bestandteil des Konzernabschlusses.

Konzern-Kapitalflussrechnung	2004	2003
	T€	T€
Mittelzufluss/-abfluss aus laufender Geschäftstätigkeit:		
Jahresüberschuss	955	12.076
Überleitungsrechnung vom Jahresüberschuss zum Mittelzufluss/-abfluss aus laufender Geschäftstätigkeit:		
Abschreibungen auf Gegenstände des Anlagevermögens	7.171	6.764
Verlust (Gewinn) aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens	-4	-11
Personalaufwand aus Vergütung mit Aktien	0	-277
Zunahme (Abnahme) der Aktiva und Passiva:		
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	-6.017	9.411
Vorräte	820	295
Rechnungsabgrenzung und andere Aktiva	-2.548	-4.121
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen, Rückstellungen sowie andere Passiva	283	-7.548
Steuerverbindlichkeit (vom Einkommen und Ertrag)	1.101	-3.389
Latente Steuern	-1.732	-515
Mittelzufluss/-abfluss aus laufender Geschäftstätigkeit	29	12.685
Mittelzufluss/-abfluss aus Investitionstätigkeit:		
Einzahlungen aus Abgängen von Gegenständen des Anlagevermögens	282	286
Auszahlungen für Investitionen in das Anlagevermögen	-8.735	-8.154
Mittelzufluss/-abfluss aus Investitionstätigkeit	-8.453	-7.868
Mittelzufluss/-abfluss aus Finanzierungstätigkeit:		
Veränderung der kurz- und langfristigen Bankverbindlichkeiten	17.939	12.055
Erwerb/Weiterveräußerung eigener Anteile	-54	-7.531
Gewinnausschüttung für das Vorjahr	-7.427	-7.924
Mittelzufluss/-abfluss aus Finanzierungstätigkeit	10.458	-3.400
Effekte aus Wechselkursänderungen	-335	-925
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelbestandes	1.699	492
Finanzmittelbestand am Anfang der Periode	15.342	14.850
Finanzmittelbestand am Ende der Periode	17.041	15.342

Entwicklung des konsolidierten Konzerneigenkapitals

	Im Umlauf befindliche Aktien TStück	Gezeichnetes Kapital T€	Kapital- rücklage T€
Saldo per 31. Dezember 2002:	7.874	8.000	8.406
Periodenergebnis			
Übriges Comprehensive Income (Loss)			
Comprehensive Income (Loss)			
Dividendenzahlungen			
Erwerb eigener Anteile	-542		
Veräußerung eigener Anteile	95		-354
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			
Erfolgsneutrale latente Steuern			-54
Saldo per 31. Dezember 2004:	7.427	8.000	7.998

Die enthaltenen Anhangangaben sind ein integraler Bestandteil des Konzernabschlusses.

Entwicklung des Konzern-Anlagevermögens

	Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten				31.12. 2004 T€
	1.1. 2004 T€	Differenzen aus der VJ- Währungs- umrechnung T€	Zugänge T€	Abgänge T€	
Immaterielle Vermögensgegenstände	3.609	-12	3.800	0	7.397
Sachanlagen					
1. Grundstücke und Gebäude	12.653	0	291	0	12.944
2. Technische Anlagen und Maschinen	861	0	0	291	570
3. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	38.092	-206	4.644	2.402	40.128
	51.606	-206	4.935	2.693	53.642
	55.215	-218	8.735	2.693	61.039

Eigene Anteile T€	Jahresüberschuss und Gewinnvortrag und Gewinnrücklage T€	Kumuliertes übriges Comprehensive Income (Loss)		Summe Eigenkapital T€
		Ausgleichsposten aus der Währungs- umrechnung T€	Derivative Finanz- instrumente T€	
- 4.181	50.549	- 1.987	0	60.787
	12.076			12.076
		- 2.331	14	- 2.317
	12.076	- 2.331	14	9.759
	- 7.924			- 7.924
- 10.415				- 10.415
3.238				2.884
- 11.358	54.701	- 4.318	14	55.091
	955			955
		- 364	- 161	- 525
	955	- 364	- 161	430
	- 7.427			- 7.427
				0
				0
				- 54
- 11.358	48.229	- 4.682	- 147	48.040

Abschreibungen						Nettobuchwerte	
1.1. 2004 T€	Differenzen aus der VJ- Währungs- umrechnung T€	Differenzen aus Stichtags-/ Durch- schnittskurs T€	Zugänge T€	Abgänge T€	31.12. 2004 T€	31.12. 2004 T€	31.12. 2003 T€
1.115	0	- 10	978	0	2.083	5.314	2.494
5.811	0	0	309	0	6.120	6.824	6.842
861	0	0	0	291	570	0	0
16.506	27	- 194	5.884	2.124	20.099	20.029	21.586
23.178	27	- 194	6.193	2.415	26.789	26.853	28.428
24.293	27	- 204	7.171	2.415	28.872	32.167	30.922

Anhangangabe 1: Angaben zum Unternehmen

Die Zapf Creation AG – im Nachfolgenden auch als „die Gesellschaft“ bezeichnet – steht als Europas größter Hersteller von Spiel- und Funktionspuppen sowie des dazugehörigen Puppenzubehöres für Markenprodukte mit den höchsten Qualitäts- und Sicherheitsanforderungen. Die Gesellschaft ist aufgrund der konsequent verfolgten Markenstrategie als Qualitäts- und Markenanbieter etabliert.

Die bekanntesten Marken der Zapf Creation AG wie BABY born®, CHOU CHOU, Baby Annabell und der Schminke-My Model unterliegen wie die Modewelt einem permanenten Wandel. Die ständige Aktualisierung dieser Konzepte gewährleistet trendige Produkte, die den Wünschen der modebewussten jungen Zielgruppe entsprechen.

Die Gesellschaft muss sich weltweit mit einem intensiven Wettbewerb auseinandersetzen; ebenso ist die Saisonabhängigkeit typisch für die Spielwarenbranche. Die Aktivitäten konzentrieren sich deshalb auf die Saisonhighlights Ostern und Weihnachten.

Die heutige Zapf Creation AG wurde im Jahre 1932 vom Ehepaar Max und Rosa Zapf in Rödental als „Max Zapf Puppen- und Spielwarenfabrik“ gegründet. Nach einer Vielzahl vorangegangener Rechtsformänderungen erfolgte schließlich am 26. April 1999 der Börsengang.

Die Gesellschaft hat im Wege der Ausgliederung gemäß Ausgliederungsvertrag vom 20. April 2004 sowie Beschluss ihrer Hauptversammlung vom 7. Mai 2003 und Beschlüssen der Gesellschafterversammlungen der übernehmenden Gesellschaften vom 20. April 2004 Teile des Vermögens (Teilbetrieb „Vertrieb“) auf die Zapf Creation (Central Europe) GmbH & Co. KG mit Sitz in Rödental und (Teilbetrieb „Logistik“) auf die Zapf Creation Logistics GmbH & Co. KG mit Sitz in Rödental übertragen. Die Ausgliederung erfolgte mit Eintragung im Register der Zapf Creation AG rückwirkend zum 1. Januar 2004.

Der Hauptsitz der Zapf Creation AG befindet sich in Oberfranken in 96472 Rödental, Mönchrödener Straße 13.

Anhangangabe 2: Bilanzierungsgrundsätze

Allgemeines

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

Konsolidierungsgrundsätze

In den Konzernabschluss der Gesellschaft sind neben der Zapf Creation AG („Muttergesellschaft“) auch alle 13 hundertprozentigen Tochtergesellschaften einbezogen. Sämtliche Gesellschaften werden somit voll konsolidiert.

Ausleihungen, Forderungen und Verbindlichkeiten zwischen den in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen rechnet man im Rahmen der Schuldenkonsolidierung gegeneinander auf.

Im Zuge der Aufwands- und Ertragskonsolidierung werden die Innenumsätze, Zwischengewinne und die sonstigen konzerninternen Erträge mit den entsprechenden Aufwendungen verrechnet.

Die Einbeziehung der Abschlüsse der einzelnen Tochterunternehmen in den Konzernabschluss erfolgt nach der Erwerbsmethode durch Verrechnung der Anschaffungskosten der Beteiligung mit dem Eigenkapital zum entsprechenden Erwerbszeitpunkt.

Wesentliche Unterschiede zwischen deutscher und US-Rechnungslegung

Vorbemerkung

Mit dem vorliegenden Konzernabschluss nimmt die Zapf Creation AG die Befreiungsmöglichkeit des § 292a HGB in Anspruch.

Demnach befreit die Erstellung eines Konzernabschlusses nach international anerkannten Rechnungslegungsgrundsätzen – die Gesellschaft bilanziert nach US-GAAP – von der Verpflichtung, einen Konzernabschluss nach deutscher Rechnungslegung (HGB) aufzustellen.

Um diese Befreiung überhaupt in Anspruch nehmen zu können, muss das Unternehmen die wesentlichen Unterschiede zwischen den tatsächlich angewendeten Rechnungslegungsgrundsätzen (US-GAAP) und den entsprechenden deutschen Vorschriften (HGB) herausarbeiten. Diese sind im nun Folgenden aufgeführt:

Grundsätzliche Unterschiede

Die Rechnungslegungsgrundsätze nach US-GAAP und HGB unterscheiden sich in der verfolgten Zielsetzung. Während US-GAAP in erster Linie auf die Versorgung der Investoren und der übrigen Interessengruppen mit entscheidungsrelevanten Unternehmensinformationen abstellt, steht in der HGB-Rechnungslegung der Gläubigerschutz und somit das Vorsichtsprinzip im Vordergrund. Letztendlich aber misst US-GAAP der zeitlichen Vergleichbarkeit sowie der Ermittlung der tatsächlichen Unternehmensleistung eine weitaus stärkere Bedeutung zu, als dies nach HGB der Fall ist.

Fremdwährungsumrechnung

Nach US-GAAP besteht die zwingende Verpflichtung, unrealisierte Gewinne und Verluste bei Transaktionen in Fremdwährungen auszuweisen. HGB wiederum lässt diesen Ausweis nicht zu.

Latente Steuern

Nach US-GAAP sind latente Steuerforderungen und -verbindlichkeiten für zukünftig zu erwartende Unterschiede zwischen dem steuerlichen Wertansatz und dem Wertansatz im US-GAAP-Abschluss zu berücksichtigen.

Rückstellungen

Die Bildung von Rückstellungen darf nach US-GAAP nur dann erfolgen, wenn deren Existenz sehr wahrscheinlich und die Höhe zuverlässig ermittelbar ist. Es bleibt hierbei zu beachten, dass die Bilanzierung von Eigenverpflichtungen nach US-GAAP unzulässig ist.

Kosten des Börsengangs

Nach US-GAAP verrechnet man die direkten einmaligen Kosten, die der Gesellschaft aus der Emission des Jahres 1999 entstehen, mit dem Eigenkapital. Diese externen Kosten werden somit von der Kapitalrücklage direkt zum Abzug gebracht.

Aktienoptionen

Die Gesellschaft bilanziert die gewährten Aktienoptionen für Mitarbeiter gemäß US-GAAP entsprechend APB Opinion 25. Sofern der Marktwert der Aktie zum Ausgabezeitpunkt der Aktienoption deren Ausübungspreis nicht übersteigt, erfolgt keine aufwandswirksame Erfassung.

Eigene Anteile

Nach US-GAAP sind Gewinne und Verluste im Zusammenhang mit dem Erwerb oder der nachfolgenden Wiederausgabe eigener Aktien im Eigenkapital zu erfassen. Dies erfolgt im Posten „Kapitalrücklage“. Die Bilanzierung eigener Anteile hat nach US-GAAP stets zu Anschaffungskosten zu erfolgen; d. h. diese sind vom Eigenkapital aktivisch abzusetzen.

Nach HGB unterliegt die Bewertung eigener Anteile dem strengen Niederstwertprinzip, so dass ein Vergleich des aktuellen Bewertungsansatzes (Durchschnittspreis) mit dem an der Börse ermittelten Stichtagskurs durchaus zu Abschreibungen führen kann, sollte der maßgebliche Stichtagskurs geringer als der Buchwert ausfallen. Gewinne oder Verluste aus der Veräußerung werden nach HGB als sonstiger betrieblicher Ertrag bzw. Aufwand ausgewiesen.

Softwareentwicklungskosten

HGB und US-GAAP unterscheiden sich hinsichtlich der Aktivierung von Kosten bei der Entwicklung von Software. Diese Unterscheidung setzt sich fort bei der nach US-GAAP zulässigen Aktivierung bestimmter Personalkosten.

Zinsen als Anschaffungs- oder Herstellungskosten bei Anlagen im Bau

Unter bestimmten Voraussetzungen sind nach US-GAAP Zinsen als Bestandteil der Anschaffungs- oder Herstellungskosten bei Anlagen im Bau oder für den Erwerb oder die Fertigung eines Vermögensgegenstandes zu aktivieren. Diese Aktivierung endet mit dem Zeitpunkt, an dem der Vermögensgegenstand seinem Bestimmungszweck übergeben wird.

Gliederung des Abschlusses

Auch in der Gliederung der Bilanz sowie der Gewinn- und Verlustrechnung unterscheiden sich die Vorschriften nach HGB und US-GAAP.

Erläuterung der Gewinn- und Verlustrechnung

Die *Vertriebs- und Distributionskosten* setzen sich aus den direkten Kosten zur Unterstützung und Aufrechterhaltung des Vertriebsnetzes der Gesellschaft zusammen. Hierzu zählen neben Personalkosten und Abschreibungen des Vertriebsbereiches auch Vertreterprovisionen und Abfindungen für selbstständige Handelsvertreter. Ebenso sind die Lizenzgebühren, Werbekostenzuschüsse und Kosten aus dem

Forderungsmanagement sowie POS-Aktivitäten¹⁾ aufzuführen. Auch erfasst man hierunter die Kosten für die Logistikzentren wie z. B. Lohn- und Gehaltskosten, Abschreibungen der unternehmenseigenen Lager, Lagermieten und Instandhaltungskosten.²⁾

Neben den Kosten für die TV-Werbung umfassen die *Marketingkosten* eine Vielzahl von Maßnahmen, die sich an den Handel richten wie beispielsweise die Beteiligung an Spielwarenmessen sowie Aufwendungen für eine umfassende Kommunikationsstrategie wie Verpackung, Kataloge und Broschüren, Anzeigen in Fachzeitschriften und Magazinen. Auch Kosten, die aus der Endkundenkommunikation resultieren, wie z. B. Minikataloge, Gewinnspiele und Wettbewerbe sowie der BABY born®-CLUB, finden entsprechende Berücksichtigung an dieser Stelle. Unter den Marketingkosten erfasst die Gesellschaft ferner Personalkosten und Abschreibungen ihrer Marketingabteilung.

Die *sonstigen Verwaltungskosten* lassen sich nochmals unterteilen in die Aufwandspositionen Finanzen, EDV und übrige Verwaltung. In den Block der sonstigen Verwaltungskosten fließen neben Personalkosten und Abschreibungen der Unterbereiche auch die Aufwendungen der hauseigenen Produktentwicklung ein.

Die Gesellschaft ordnet erstmalig per 1. Januar 2004 die im Zusammenhang mit der Software SAP und Microsoft entstehenden Kosten verursachungsgerecht den Usern der jeweiligen Bereiche zu, anstatt sie wie bisher im Bereich „Sonstige Verwaltungsaufwendungen“ auszuweisen. Die erwähnten Gebühren setzen sich zum einen aus den Lizenzgebühren gegenüber Dritten bzw. Personalkosten und Abschreibungen der IT-Abteilung zusammen.³⁾

1) POS = Point of Sale. Hierunter versteht man alle werblichen Aktivitäten am „Ort des Verkaufes“ von der Regal- bzw. Ladendekoration bis hin zum Deckenhänger.

2) Frachten (ohne interne Frachten), Transportversicherungsprämien, Konventionalstrafen, Kommissionierarbeiten, Agenturkräfte Logistik sowie Versicherungsentschädigungen aus der Transportversicherung gehen in die Wareneinsatzkosten ein.

3) Die Zapf Creation AG verrechnete in 2004 1.881 T€ an SAP- bzw. 1.284 T€ an Microsoft-Charge an die verbundenen Unternehmen.

Die **Zinsaufwendungen** i.H.v. 3.836 T€ (VJ: 3.933 T€) umfassen:

- Kontokorrent- und Darlehenszinsen
- Wechselspesen
- Forfaitierungskosten.

Angaben gemäß FAS 34:

	2004 T€	2003 T€
Zinsaufwand brutto	3.836	3.933
Abzüglich Aktivierung auf Anlagen im Bau	0	0
Zinsaufwand netto	3.836	3.933

Schätzungen und Annahmen

Die Erstellung des Konzernabschlusses erfordert Schätzungen und Annahmen, welche die Höhe der Vermögensgegenstände, Verbindlichkeiten und finanziellen Verpflichtungen zum Bilanzstichtag sowie die Erträge und Aufwendungen des Berichtsjahres möglicherweise beeinflussen. Die tatsächlichen Beträge können hiervon abweichen.

Geschäftsjahr

Das Geschäftsjahr der Gesellschaft und aller Tochtergesellschaften entspricht dem Kalenderjahr und umfasst somit den Zeitraum vom 1. Januar bis zum 31. Dezember.

Konsolidierungskreis

Zum Kreis der voll konsolidierten Unternehmen gehören neben der Zapf Creation AG mit Sitz in Rödental/Oberfranken alle Tochtergesellschaften der Gesellschaft.

Auskunft über Änderungen des Konsolidierungskreises gibt die folgende Tabelle:

Voll konsolidierte			
Tochterunternehmen	Inland	Ausland	Gesamt
31.12.2003	4	9	13
Zugänge	0	0	0
Abgänge	0	0	0
31.12.2004	4	9	13

Veränderung der Beteiligungsbuchwerte

Im Geschäftsjahr 2004 wurden bei der Zapf Creation (H.K.), Ltd., und bei der Zapf Creation (France), S.a.r.l., Barkapitalerhöhungen i.H.v. 11 T€ bzw. 650 T€ vorgenommen.

Der Beteiligungsbuchwert der Zapf Creation AG an der Zapf Creation (Central Europe) GmbH & Co. KG hat sich durch die rückwirkend zum 1. Januar 2004 stattgefundenen Ausgliederung und die in diesem Zusammenhang übertragenen Teile des Vermögens (Teilbetrieb „Vertrieb“) auf die übernehmende Gesellschaft um 34.628.755,01 € erhöht.

Der Beteiligungsbuchwert der Zapf Creation AG an der Zapf Creation Logistics GmbH & Co. KG hat sich durch die rückwirkend zum 1. Januar 2004 stattgefundenen Ausgliederung und die in diesem Zusammenhang übertragenen Teile des Vermögens (Teilbetrieb „Logistik“) auf die übernehmende Gesellschaft um 5.425.276,09 € erhöht.

Die Zapf Creation AG gab am 15. Oktober 2004 die Kooperation mit der Funtastic Limited, South Oakleigh/Australien, bekannt. Funtastic wird mit Wirkung zum 1. November 2004 das Produktportfolio von Zapf Creation in den Ländern Australien und Neuseeland vermarkten und vertreiben. Die Zapf Creation (Australia), Pty. Ltd., stellt somit ihre Geschäftstätigkeit zum Jahresende ein. Die Abwicklung der Gesellschaft soll bis zum 31. Januar 2005 erfolgen.

Auskunft über relevante Kennzahlen der Tochtergesellschaften gibt die folgende Tabelle:

Verbundene Unternehmen per 31. 12. 2004		Tag der Gründung	Anteile am Stamm- kapital	Buchwerte per 31. 12. 2004	Jahres- überschuss*) 2004	Eigen- kapital*) 2004
Name	Sitz					
Zapf Creation (H.K.), Ltd.	Causeway Bay, Hongkong	30. 4. 1991	100%	795.979,77 €	26.513.697,96 HKD	105.186.078,85 HKD
Zapf Creation (U.S.), Inc.	Orlando, Florida, USA	15. 4. 1999	100%	93,40 €	- 8.164.948,09 USD	- 10.673.015,18 USD
Zapf Creation (France), S.a.r.l.	Limonest, Frankreich	1. 1. 2000	100%	700.000,00 €	- 174.769,08 €	139.959,08 €
Zapf Creation (U.K.), Ltd.	Corby, Northants, GB	1. 1. 2000	100%	153.964,00 €	4.934.726,83 GBP	5.034.726,83 GBP
Zapf Creation (Australia), Pty. Ltd.	Melbourne, Australien	5. 3. 2001	100%	263.573,54 €	- 740.219,49 AUD	542.248,70 AUD
Zapf Creation (CZ), s.r.o.	Prag, Tschechien	26. 7. 2001	100%	11.904,76 €	5.758.571,63 CZK	17.536.255,39 CZK
Zapf Creation (Italia), S.R.L.	Gallarate, Italien	31. 7. 2001	100%	50.000,00 €	54.940,59 €	- 140.358,63 €
Zapf Creation (Polska), Sp. z o.o.	Warschau, Polen	9. 8. 2001	100%	13.794,62 €	58.247,34 PLN	- 1.394.270,65 PLN
Zapf Creation (España), S.L.	Alicante, Spanien	1. 1. 2002	100%	129.075,13 €	1.923.852,38 €	4.820.265,08 €
Zapf Creation (Central Europe) GmbH & Co. KG	Rödental, Deutschland	24. 3. 2003	100%	34.678.755,01 €	1.955.244,09 €	36.631.722,91 €
Zapf Creation (Central Europe) Verwaltungs GmbH	Rödental, Deutschland	24. 3. 2003	100%	25.000,00 €	- 1.304,00 €	22.209,98 €
Zapf Creation Logistics GmbH & Co. KG	Rödental, Deutschland	24. 3. 2003	100%	5.475.276,09 €	- 3.178.197,01 €	2.294.790,32 €
Zapf Creation Logistics Beteiligungs GmbH	Rödental, Deutschland	24. 3. 2003	100%	25.000,00 €	- 1.291,30 €	22.208,41 €
				42.322.416,32 €		

*) nach US-GAAP

Währungsumrechnung

Die Bilanzen der Auslandsgesellschaften gehen bei der Umrechnung in die Konzernwährung Euro unter Ansatz von Stichtagskursen in die Konsolidierung ein. Die Umrechnung der Posten der Gewinn- und Verlustrechnung und der Kapitalflussrechnung erfolgt hingegen zu Jahresdurchschnittskursen. Hieraus resultierende Umrechnungsdifferenzen zwischen der Bilanz und der Gewinn- und Verlustrechnung werden als separater Bestandteil des kumulierten übrigen Comprehensive Income (Loss) im Eigenkapital ausgewiesen.

Die Umrechnung des Eigenkapitals der Tochtergesellschaften erfolgt hiervon abweichend wie folgt: Das gezeichnete Kapital der ausländischen Tochtergesellschaften rechnet man vor der Konsolidierung zu dem am Tag der Gründung der Gesellschaft gültigen Wechselkurs in Euro um. Dagegen erweist sich für die Umrechnung der Gewinnvträge der Durchschnittskurs seit dem Gründungsdatum als maßgeblich. Die hieraus resultierenden Umrechnungsdifferenzen werden wiederum als separater Bestandteil des kumulierten übrigen Comprehensive Income (Loss) im Eigenkapital ausgewiesen.

Transaktionen in ausländischen Währungen führen in der konsolidierten Gewinn- und Verlustrechnung der Zapf Creation AG sowohl zu Kursgewinnen (+) als auch zu Kursverlusten (-) i.H.v. +1.965 T€ in 2004 und -1.663 T€ in 2003. Diese Kursgewinne und -verluste sind in der konsolidierten Gewinn- und Verlustrechnung der Zapf Creation AG unter den Aufwands- und Ertragsposten ausgewiesen, auf die sich die entsprechenden Kursgewinne und -verluste beziehen. So werden beispielsweise die Kursgewinne/-verluste aus der Stichtagskursbewertung der Kreditoren unter den Herstellungskosten ausgewiesen, wohingegen die Kursgewinne/-verluste aus der Stichtagskursbewertung der Debitoren im Umsatz enthalten sind.

Umrechnungskurstabelle (1 FW⁴⁾ = x Euro)

	AUD	GBP	HKD	USD
Stichtagskurs ⁵⁾	0,5721	1,4154	0,0943	0,7327
Durchschnittskurs ⁶⁾	0,5929	1,4748	0,1034	0,8046

4) FW = Fremdwährung gerundet

5) Zum 31.12. 2004

6) Für die Zeit vom 1.1. 2004 bis zum 31.12. 2004

Derivative Finanzinstrumente

Derivative Finanzinstrumente werden bei Zapf Creation AG grundsätzlich nur für Sicherungszwecke eingesetzt.

Die Bilanzierung der Finanzinstrumente basiert auf den Vorschriften von SFAS 133 „Accounting Derivative Instruments and Hedging Activities“ in der durch SFAS 137 und SFAS 138 geänderten Fassung. SFAS 133 fordert, dass alle derivativen Finanzinstrumente unabhängig vom Zweck oder von der beabsichtigten Verwendung mit ihren Marktwerten als Vermögenswerte oder Verbindlichkeiten bilanziert werden. Veränderte Marktwerte der Derivate werden regelmäßig im Ergebnis oder im Eigenkapital als Bestandteil des kumulierten übrigen Comprehensive Income (Loss) berücksichtigt, je nachdem, ob es sich um Fair Value-Hedges oder Cashflow-Hedges handelt.

Derivative Instrumente, die nicht die Voraussetzungen für ein Hedge Accounting erfüllen, sind erfolgswirksam zu Marktwerten zu bilanzieren.

Weitere Informationen zu den derivativen Finanzinstrumenten sind in der Anhangangabe 7 enthalten.

Zahlungsmittelbestand

Die liquiden Mittel beinhalten Zahlungsmittel sowie Festgelder. Hierbei umfassen die Zahlungsmittel neben den Barmitteln die jederzeit liquidierbaren Geldanlagen mit einer Ursprungslaufzeit von bis zu 90 Tagen.

Vorräte

Der Ansatz der Vorräte erfolgt zu historischen Anschaffungs- oder Herstellungskosten bzw. mit dem entsprechend niedrigeren beizulegenden Wert am Abschlussstichtag.

Fremdbezogene Vermögensgegenstände des Vorratsvermögens werden zum gleitenden Durchschnittspreis bewertet. Produkte, deren Erzeugung ganz oder nur teilweise durch die Gesellschaft erfolgt, sind zu einem kalkulierten Standardpreis angesetzt, der die Herstellungskosten der Produkte widerspiegelt.

Zur Minimierung von Risiken prüft die Gesellschaft regelmäßig das Vorratsvermögen auf Abwertungsbedarf. Bei der Bestimmung dieses Bedarfes liegt u. a. eine Analyse des zu erwartenden Absatzes zugrunde.

Entwicklungen auf dem Absatzmarkt, die dazu führen, dass der Wert der Vorräte unter Berücksichtigung der noch anfallenden Vertriebskosten unter die Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten fällt, führen zur Vornahme der erforderlichen Wertberichtigungen.

Die im Berichtsjahr in der Zapf Creation (Central Europe) GmbH & Co. KG durchgeführte Abwertung beläuft sich auf 1.500 T€.

	2004 T€	2003 T€
Fertige Erzeugnisse und Waren	27.940	27.849
Unfertige Erzeugnisse	0	83
Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	343	1.186
Vorräte	28.283	29.118

Marktwert der Finanzinstrumente

Der Ausweis der Wechselverbindlichkeiten und der Verbindlichkeiten aus Finanzierungsleasinggeschäften erfolgt zum Marktwert, abgezinst mit den derzeitigen Zinssätzen für Kredite mit ähnlicher Laufzeit. Aufgrund ihrer kurzen Laufzeit entsprechen die sonstigen Finanzinstrumente annähernd dem Marktwert.

Sachanlagevermögen

Die Gesellschaft bewertet die Gegenstände des Sachanlagevermögens zu Anschaffungskosten und schreibt diese entsprechend ihrer voraussichtlichen Nutzungsdauer linear ab.

	Nutzungsdauer der Sachanlagen
Gebäude	40 Jahre
Technische Anlagen und Maschinen	5 bis 10 Jahre
Betriebs- und Geschäftsausstattung	5 bis 15 Jahre
Computer-Hardware	3 Jahre
Software	3 bis 4 Jahre

Der Abschreibungszeitraum für Sachanlagen, die die Gesellschaft aufgrund von Finanzierungsleasingverträgen oder im Rahmen von Mietereinbauten nutzt, beginnt stets mit dem Zeitpunkt der Inbetriebnahme. Die Laufzeit der Abschreibung entspricht hierbei der Dauer der Miet- oder Leasingverträge. Die Abschreibungen auf Sachanlagen und Software belaufen

sich in 2004 auf 6.193 T€ (VJ: 6.416 T€). Bei Verschrottung oder Veräußerung verrechnet man die historischen Anschaffungskosten der abgehenden Vermögensgegenstände mit der kumulierten Abschreibung. Der daraus resultierende Gewinn oder Verlust geht unter Berücksichtigung eines eventuellen Veräußerungserlöses als Ertrag oder Aufwand in die sonstigen Verwaltungskosten ein.

Das Jahr 2003 wies außerordentliche Abschreibungen i.H.v. 164 T€ aufgrund der Produktionsschließung auf. Hiervon betroffen waren neben der Betriebsausstattung hauptsächlich Maschinen. Im Berichtsjahr hingegen fielen keine außerordentlichen Abschreibungen an.

	2004 T€	2003 T€
Grundstücke und Gebäude	12.944	12.653
Technische Anlagen und Maschinen	570	861
Anderer Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	40.128	38.092
	53.642	51.606
Abzüglich kumulierter Abschreibungen	- 26.789	- 23.178
Sachanlagen und Software	26.853	28.428

Instandhaltungs- und Reparaturkosten, die die Lebensdauer des Sachanlagevermögens nur unwesentlich verlängern, verbucht die Zapf Creation AG entsprechend als Betriebskosten. Diese betragen 599 T€ in 2004 bzw. 635 T€ in 2003.

Die „Anderen Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung“ beinhalten im Bau befindliche Anlagen i.H.v. 25 T€ (VJ: 2.462 T€) sowie Anzahlungen für noch nicht abgeschlossene Projekte im Rahmen der SAP-R/3-Implementierung i.H.v. 332 T€ für 2004 und 266 T€ für 2003.

Immaterielles Anlagevermögen

Das immaterielle Anlagevermögen setzt sich zum Großteil aus aktivierten Lizenzen zur Sicherung von Namensrechten zusammen. Die Nutzungsdauer des Großteils dieser Lizenzen beträgt zehn Jahre. Die kumulierten Abschreibungen belaufen sich insgesamt für das immaterielle Anlagevermögen auf 2.083 T€ zum 31. Dezember 2004 bzw. 1.115 T€ zum 31. Dezember 2003. Hiervon entfallen 1.797 T€ (VJ: 1.054 T€) auf die Sicherung der Namensrechte.

Die Zapf Creation AG erwarb im Berichtsjahr die BABY born®-Lizenz. Diesen Zugang (3.800 T€) per 1. Januar 2004 erfasste die Gesellschaft im immateriellen Anlagevermögen.

Einen weiteren Bestandteil des immateriellen Anlagevermögens stellte der von der Zapf Creation (Australia), Pty. Ltd., bilanzierte Goodwill dar. Die Gesellschaft setzte die Abschreibungsdauer ursprünglich auf zehn Jahre an. Aufgrund der Übertragung der operativen Tätigkeit auf die Funtastic Limited und der damit verbundenen Schließung der Tochtergesellschaft erfolgte im Berichtsjahr eine vollumfängliche Abschreibung des Goodwills. Die kumulierten Abschreibungen belaufen sich somit auf 286 T€ zum 31. Dezember 2004 bzw. 60 T€ zum 31. Dezember 2003.

Forschung und Entwicklung

Die Gesellschaft verbucht Forschungs- und Produktentwicklungskosten stets erfolgswirksam zum Zeitpunkt ihrer Entstehung. Die externen Kosten dieses Bereiches betragen 326 T€ in 2004 bzw. 347 T€ in 2003; diese sind Bestandteil der „Sonstigen Verwaltungskosten“.

Für die Produktentwicklung zeichnen sowohl die Entwicklungsabteilung der Zapf Creation AG als auch externe Erfinder und Designer verantwortlich. Die Bedeutung, die die Gesellschaft dem Produktdesign beimisst, repräsentiert die über die Jahre kontinuierlich gewachsene firmeneigene Entwicklungs- und Designabteilung, in der an den Standorten Rödental und Hongkong rund 50 Mitarbeiter beständig an

neuen Konzepten und an der Weiterentwicklung bereits markteingeführter Produkte arbeiten. Die internen Kosten für diese Abteilungen (z. B. Löhne und Gehälter, Abschreibungen) gehen ebenfalls in die „Sonstigen Verwaltungskosten“ ein.

Kundenkonzentration

Die Gesellschaft fakturiert den größten Teil ihrer Umsätze an Großkunden. Hierdurch entsteht zunächst ein potenzielles Forderungsausfallrisiko aus dem Warenverkauf. Das tatsächlich durch die Gesellschaft ermittelte Risiko ist aber als gering einzustufen, da zum einen ein weltweit umfassender Versicherungsschutz für einen Großteil der bedeutendsten Kunden besteht und zum anderen die Forderungsausfälle der unversicherten, kleineren Kunden sich in der Vergangenheit als unbedeutend erwiesen haben.

Wertberichtigungen für zweifelhafte Forderungen

Die Gesellschaft ermittelt die Wertberichtigung für zweifelhafte Forderungen auf der Basis systematischer, regelmäßiger Einzelfallprüfungen.

Der Gesamtbestand der überfälligen Forderungen wird im Detail auf Wertberichtigungsbedarf unter Berücksichtigung der entsprechenden Sicherheiten untersucht. Die Gesellschaft berichtigt den ungesicherten Anteil an Forderungen, sofern diese als uneinbringlich zu beurteilen sind.

Ausgleichsposten aus der Währungsumrechnung

Aus der Umrechnung der ausländischen Einzelabschlüsse in Euro entstehen Gewinne und Verluste, die jedoch erfolgsneutral als separater Bestandteil des kumulierten übrigen Comprehensive Income (Loss) im Eigenkapital ausgewiesen werden.

Verbuchung der Umsatzerlöse

Die Gesellschaft fakturiert ihre Umsatzerlöse zum Zeitpunkt des Versands oder der Lieferung an den Kunden. Die Bildung von Rückstellungen für Erlösschmälerungen und für die Rücknahme defekter Waren erfolgt in erforderlicher Höhe zum Zeitpunkt der Verbuchung der korrespondierenden Einnahme bzw. spätestens zum jeweiligen Monatsabschluss. Die hierbei ermittelten Werte basieren auf Erfahrungswerten bzw. vertraglichen Vereinbarungen. Die Höhe dieser Rückstellungen kann entsprechend den vorliegenden Gegebenheiten durchaus variieren. Auch den Kunden in Rechnung gestellte Versand- und Bearbeitungsgebühren fakturiert die Gesellschaft als Umsatzerlöse.

Werbung

Zapf Creation verbucht die Produktions- und Sendekosten der TV-Spots in dem Jahr als Aufwand, in dem die Ausstrahlung erstmals erfolgt. Die Kosten für andere Werbe-, Promotions- und Marketingkampagnen werden in dem Geschäftsjahr als Aufwand gebucht, in dem sie entstehen. Die Entwicklungskosten für Produktkataloge u. Ä. erfasst die Gesellschaft im Aufwand zum Zeitpunkt der Ausgabe der Kataloge; d. h. Vorlaufkosten grenzt sie bis dato stets erfolgsneutral ab. Die reinen Sachkosten beliefen sich für diesen Bereich in 2004 auf 22.305 T€ und in 2003 auf 26.114 T€ exklusive des Personalaufwandes bzw. der Abschreibungen der Marketingabteilung.

Ergebnis je Aktie

Die Berechnung des unverwässerten Ergebnisses pro Aktie erfolgt mittels folgender Formel:

$$\frac{\text{Jahresüberschuss}}{\text{durchschnittliche Anzahl der während des Geschäftsjahres im Umlauf befindlichen Aktien und aktiengleichen Rechte}}$$

Dem verwässerten Ergebnis pro Aktie liegen die folgenden Formeln zugrunde:

- 1. Soweit der Marktkurs der ausgeübten Aktienoptionen über dem Ausübungskurs liegt:

$$\frac{\text{Jahresüberschuss}}{\text{durchschnittliche Anzahl der während des Geschäftsjahres im Umlauf befindlichen Aktien und aktiengleichen Rechte + Aktien aus dem Optionsprogramm}}$$

- 2. Soweit die Gesellschaft die Aktien unter Verwendung der entsprechenden Erlöse erwerben könnte:

$$\frac{\text{Jahresüberschuss}}{\text{durchschnittliche Anzahl der während des Geschäftsjahres im Umlauf befindlichen Aktien und aktiengleichen Rechte} \cdot \text{Anzahl der im Geschäftsjahr erworbenen Aktien}}$$

Ergebnisermittlung pro Aktie im Detail		2004		2003	
		Unverwässert	Verwässert	Unverwässert	Verwässert
Jahresüberschuss	T€	955	955	12.076	12.076
Bereinigter Jahresüberschuss	T€	955	955	12.076	12.076
Durchschnittliche Zahl ausstehender Aktien	TStück	7.427	7.427	7.907	7.907
Optionen und Bezugsrechte	TStück	0	0	0	66
Aktien und aktiengleiche Rechte	TStück	7.427	7.427	7.907	7.973
Ergebnis je Aktie	€	0,13	0,13	1,53	1,52

Zum 31. Dezember 2004 befinden sich keine Optionsrechte zum Kauf von Stammaktien im Umlauf (VJ: 421.121 Stück).

Dauerhafte Wertminderungen

Soweit Ereignisse oder geänderte Umstände die Vermutung einer dauerhaften Wertminderung mit sich bringen, prüft die Gesellschaft regelmäßig die Notwendigkeit von außerplanmäßigen Abschreibungen auf langlebige Vermögensgegenstände. Die Möglichkeit zur Werterhaltung ermittelt sie mittels Vergleich zwischen dem Buchwert eines Vermögensgegenstandes und den zu erwartenden nicht abgezinsten künftigen Zahlungsströmen aus dessen Nutzung. Die Gesellschaft würde dann eine Abschreibung in Höhe des Betrages, um den der Buchwert der Vermögensgegenstände den Wiederbeschaffungswert übersteigt, vornehmen.

Die Ermittlung des Marktwertes erfolgt hingegen in Abhängigkeit von der Art des Vermögensgegenstandes entweder auf Basis der Discounted-Cashflow-Methode oder durch Schätzung. Vermögensgegenstände, die zur Veräußerung anstehen, werden zum niedrigeren Wert von Buch- oder Marktwert unter Abzug der Kosten für die Veräußerung angesetzt.

Neue Rechnungslegungsvorschriften

SFAS 151

Im November 2004 hat das Financial Accounting Standard Board („FASB“) den Statement of Financial Accounting Standard („SFAS“) 151 „Inventory Costs, an amendment of ARB No. 43, Chapter 4“ herausgegeben. SFAS 151 stellt klar, dass ungewöhnlich hohe Leerkosten, Frachtkosten, Verbringungskosten und Materialabfälle als Aufwand der Periode zu bilanzieren sind und verlangt die Zuordnung von fixen Produktionsgemeinkosten zu den Herstellungskosten auf der Grundlage der Normalkapazität der Produktionsanlagen. SFAS 151 ist prospektiv auf Herstellungskosten anzuwenden, die in nach dem 15. Juni 2005 beginnenden Geschäftsjahren anfallen.

SFAS 153

Im Dezember 2004 wurde vom FASB SFAS 153 „Exchanges of Nonmonetary Assets, an amendment of APB Opinion No. 29“ herausgegeben. Dieser Standard basiert auf dem Grundsatz, dass Tauschgeschäfte („nonmonetary transactions“) mit dem fair value des hingegebenen bzw. erhaltenen Vermögenswertes bewertet werden. Diese Verlautbarung ergänzt die Accounting Principals Board Opinion (APB) 29 und ist anzuwenden für Tauschgeschäfte, die nach dem 15. Juni 2005 stattfinden.

SFAS 123R

Im Dezember 2004 hat das FASB SFAS 123 (revised 2004) „Share-Based Payment“ („SFAS 123R“) herausgegeben. Dieser Standard ersetzt SFAS 123 „Accounting for Stock-Based Compensation“ und tritt an die Stelle des APB 25 „Accounting for Stock Issued to Employees“ und die zugehörigen Interpretationen. SFAS 123R verlangt die aufwandswirksame Erfassung aller aktienbasierten Vergütungssysteme im Konzernabschluss. Er regelt die Bilanzierung von Transaktionen, bei denen eine Gesellschaft eigene Eigenkapitalinstrumente gegen Güter oder Dienstleistungen tauscht. Darüber hinaus regelt SFAS 123R die Bilanzierung von Transaktionen, bei denen einer Gesellschaft aus dem Bezug von Gütern oder Dienstleistungen Verbindlichkeiten entstehen, deren Höhe von dem Zeitwert der eigenen Eigenkapitalinstrumente abhängt oder die durch Ausgabe von eigenen Eigenkapitalinstrumenten beglichen werden können. Vergütungspläne, die als Eigenkapital auszuweisen sind, werden zum Gewährungszeitpunkt einmalig mit dem Zeitwert bewertet. Vergütungspläne, die als Verbindlichkeit auszuweisen sind, werden bis zu deren Ausgleich an jedem Bilanzstichtag mit dem Zeitwert bewertet. Die Vorschriften des SFAS 123R gelten für Berichtszeiträume, die nach dem 15. Juni 2005 beginnen.

**Anhangangabe 3:
Rechnungsabgrenzungsposten**

Die Rechnungsabgrenzungsposten setzen sich wie folgt zusammen:

	2004 T€	2003 T€
Bartergeschäfte ⁷⁾	3.341	3.088
Marketingkosten	950	2.022
Sonstige Verwaltungsaufwendungen	499	342
Vertriebs- und Distributionskosten	165	163
Zinsen	12	21
Personalkosten	3	64
	4.970	5.700

7) Bei diesen Transaktionen („Barter“ amerikanisch: Tausch/Austausch) veräußert die Gesellschaft ihre Erzeugnisse zum Normalpreis an einen Partner, der diese zum Teil in bar und zum Teil in „Barterpunkten“ vergütet. Diese Barterpunkte können z. B. gegen Fernsehminuten bei TV-Anstalten wiederum getauscht werden.

**Anhangangabe 4:
Sonstige Vermögensgegenstände**

Die Zusammensetzung der sonstigen Vermögensgegenstände stellt sich wie folgt dar:

	2004 T€	2003 T€
Steuerforderungen gegen Finanzamt	4.622	2.219
Sonstige Forderungen	1.041	590
Mitarbeiterdarlehen	885	595
Anzahlungen	144	66
	6.692	3.470

**Anhangangabe 5:
Steuern vom Einkommen und Ertrag**

Die Aufwendungen für laufende und latente Steuern vom Einkommen und Ertrag setzen sich aus den folgenden Posten zusammen:

	2004 T€	2003 T€
Laufende Steuern		
Deutschland	245	3.439
Ausland	4.735	1.413
	4.980	4.852
Latente Steuern		
Deutschland	-1.400	-1.345
Ausland	-529	440
	-1.929	-905
	3.051	3.947

Über die Zusammensetzung der aktiven und passiven latenten Steuern gibt die folgende Übersicht Auskunft:

	2004 T€	2003 T€
Aktive latente Steuern		
Verlustvorträge	3.890	390
Wertberichtigungen Umlaufvermögen	70	979
Zinsen	448	535
Sonstige	287	68
Aktive latente Steuern, brutto	4.695	1.972
Passive latente Steuern		
Unrealisierte Wechselkursgewinne, netto	-275	-175
Sachanlagen	-739	-718
Sonstige	-1.057	-189
Passive latente Steuern, brutto	-2.071	-1.082
	2.624	890

Der erwartete Steueraufwand ergibt sich aus der Multiplikation des im Geschäftsjahr gültigen Gesamtsteuersatzes von 37,61 % (VJ: 37,61 %) mit dem Ergebnis vor Steuern und beträgt für das Geschäftsjahr 2004 1.507 T€ (VJ: 6.023 T€).

Der Gesamtsteuersatz als kombinierter Ertragsteuersatz besteht aus einem Körperschaftsteuersatz von 25,00 % (VJ: 25,00 %) zuzüglich des Solidaritätszuschlages von 5,50 % (VJ: 5,50 %) sowie zuzüglich eines auf Basis dieses effektiven Körperschaftsteuersatzes ermittelten effektiven Gewerbesteuersatzes von 11,23 % (VJ: 11,23 %).

Die nachfolgende Tabelle zeigt eine Überleitungsrechnung vom im jeweiligen Geschäftsjahr erwarteten zum jeweils ausgewiesenen Steueraufwand:

	2004 T€	2003 T€
Erwarteter Steueraufwand	1.507	6.023
Unterschiedlich besteuerte ausländische Einkünfte	-297	-812
Deutsche Gewerbesteuer und Solidaritätszuschlag	-1.162	-1.344
Nichtabzugsfähige Aufwendungen für Aktienoptionen	0	-40
Wertberichtigung auf aktive latente Steuern	2.725	0
Sonstige steuerfreie Einnahmen und nicht abzugsfähige Aufwendungen	300	0
Sonstige	-22	120
Ausgewiesener Steueraufwand	3.051	3.947

Zum 31. Dezember 2004 bestanden im Konzern körperschaftsteuerliche Verlustvorträge von 17.335 T€ (VJ: 1.125 T€) und gewerbesteuerliche Verlustvorträge von 9.344 T€ (VJ: 0 T€). Die körperschaftsteuerlichen Verlustvorträge entfallen im Wesentlichen auf die Zapf Creation AG und die Zapf Creation (U.S.), Inc. Die gewerbesteuerlichen Verlustvorträge entfallen im Wesentlichen auf die Zapf Creation AG und die Zapf Creation Logistics GmbH & Co. KG.

Von den körperschaftsteuerlichen Verlustvorträgen sind 7.820 T€ bis zum Jahr 2024 vortragsfähig und 9.515 T€ unbegrenzt vortragsfähig. Die gewerbesteuerlichen Verlustvorträge sind unbegrenzt vortragsfähig.

Ausschlaggebend für die Beurteilung der Werthaltigkeit aktiver latenter Steuern ist die Einschätzung der Wahrscheinlichkeit der Umkehrung der Bewertungsunterschiede und der Nutzbarkeit der Verlustvorträge, die zu aktiven latenten Steuern geführt haben. Dies ist abhängig von der Entstehung künftiger steuerpflichtiger Gewinne während der Perioden, in denen sich steuerliche Bewertungsunterschiede umkehren und steuerliche Verlustvorträge geltend gemacht werden können.

Die aktivierten latenten Steuern auf steuerliche Verlustvorträge i.H.v. 3.890 T€ enthalten Wertberichtigungen i.H.v. 2.725 T€, die aufgrund der Einschätzung der zukünftigen Realisierbarkeit der bestehenden Ansprüche aus steuerlichen Verlustvorträgen vorgenommen wurden.

Anhangangabe 6: Kurz- und langfristige Bankverbindlichkeiten

Kurzfristige Finanzierung

Die Gesellschaft verfügt über unbesicherte Kreditlinien i.H.v. rund 146 Mio. €. Die per 31. Dezember 2004 ausgewiesenen kurzfristigen Bankverbindlichkeiten resultieren überwiegend aus der Inanspruchnahme besagter Kreditlinien; der durchschnittliche Zinssatz für die Inanspruchnahme beläuft sich auf 3,5 % in 2004. Die erwähnten Kreditlinien garantieren eine problemlose Finanzierung des Working Capitals.

KONZERNANHANG

Entwicklung der kurz- und langfristigen Bankverbindlichkeiten per 31. Dezember 2004	Kreditlinie €	Kreditzins %	Fälligkeitsdatum	Status per 1. 1. 2004 €	Zugänge 2004 €
Langfristige Bankverbindlichkeiten					
Darlehen No. 1		5,00	2006	159.778,74	
Darlehen No. 2		5,00	2006	958.672,24	
Darlehen No. 3		4,45	2008	639.114,82	
Darlehen No. 4		4,35	2011	5.000.000,00	
Darlehen No. 5		4,35	2011	4.687.500,00	
Darlehen No. 6		5,16	2006	6.750.000,00	
Darlehen No. 7		4,99	2004	940.615,04	
Darlehen No. 8		3,98	2007	1.736.292,71	
Darlehen No. 9		6,35	2004	768.014,68	
Disagio			2011	-311.700,10	
				21.328.288,13	0,00
Abzüglich kurzfristig fälliger Anteil der langfristigen Bankverbindlichkeiten (ohne Disagio)				6.548.112,35	
Darlehensverbindlichkeiten				14.780.175,78	
Kreditlinien					
Kontokorrent	28.427.102	6,50	unbefristet	11.113.691,90	
Kontokorrent	10.000.000	4,35	teilw. befristet	2.173.771,65	
Kontokorrent	19.663.540	6,10	teilw. befristet	3.415.620,60	
Kontokorrent	22.327.081	5,75	teilw. befristet	6.880.576,24	
Kontokorrent	5.000.000	5,75	bis 30. 4. 2005	4.087.703,75	
Kontokorrent	5.000.000	5,50	bis 31.12. 2004	1.736.627,87	
Kontokorrent	10.000.000	6,50	teilw. befristet	0,00	
Kontokorrent/Sonstige	45.333.979	6,25	teilw. befristet	4.549.702,35	
				33.957.694,36	
Kurzfristig fälliger Anteil der langfristigen Bankverbindlichkeiten				6.548.112,35	
Kurzfristiger Anteil der langfristigen Bankdarlehen und Kontokorrentverbindlichkeiten				40.505.806,71	

Tilgung 2004 €	Status per 31.12.2004 €	2005 €	2006 €	Tilgung 2007 €	2008 €	2009 €	2010+ €
63.911,48	95.867,26	63.911,48	31.955,78	0,00	0,00	0,00	0,00
383.468,92	575.203,32	575.203,32	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
127.822,98	511.291,84	127.822,97	127.822,97	127.822,97	127.822,93	0,00	0,00
625.000,00	4.375.000,00	625.000,00	625.000,00	625.000,00	625.000,00	625.000,00	1.250.000,00
312.500,00	4.375.000,00	625.000,00	625.000,00	625.000,00	625.000,00	625.000,00	1.250.000,00
2.250.000,00	4.500.000,00	2.250.000,00	2.250.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00
940.615,04	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
508.633,32	1.227.659,39	529.801,71	551.461,06	146.396,62	0,00	0,00	0,00
768.014,68	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
52.526,66	-259.173,44	-52.526,65	-43.323,40	-43.323,39	-40.000,00	-40.000,00	-40.000,00
6.032.493,08	15.400.848,37	4.744.212,83	4.167.916,41	1.480.896,20	1.337.822,93	1.210.000,00	2.460.000,00
	4.796.739,48						
	10.604.108,89						
	10.207.426,31						
	2.855.548,25						
	11.322.321,90						
	10.746.806,94						
	4.800.307,13						
	0,00						
	4.862.739,44						
	13.096.873,22						
	57.892.023,19						
	4.796.739,48						
	62.688.762,67						

Die direkte Zuordnung des Disagjobetrages auf die einzelnen Bankdarlehen stellt sich wie folgt dar:

Darlehen No. 2

Status per 31.12. 2004 brutto	575.203,32
Disagio*)	-9.203,25
Status per 31. 12. 2004 netto	566.000,07

*) Laufzeit: 10 Jahre/Restlaufzeit: 2 Jahre

Darlehen No. 3

Status per 31.12. 2004 brutto	511.291,84
Disagio*)	-9.970,19
Status per 31. 12. 2004 netto	501.321,65

*) Laufzeit: 10 Jahre/Restlaufzeit: 4 Jahre

Darlehen No. 4

Status per 31.12. 2004 brutto	4.375.000,00
Disagio*)	-120.000,00
Status per 31. 12. 2004 netto	4.255.000,00

*) Laufzeit: 10 Jahre/Restlaufzeit: 7 Jahre

Darlehen No. 5

Status per 31.12. 2004 brutto	4.375.000,00
Disagio*)	-120.000,00
Status per 31. 12. 2004 netto	4.255.000,00

*) Laufzeit: 10 Jahre/Restlaufzeit: 7 Jahre

Disagio Total	-259.173,44
----------------------	--------------------

Die langfristigen Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten zum Ende des Geschäftsjahres 2004 sind durch Grundschulden i.H.v. 4.601 T€ besichert (Inanspruchnahme 2004: 1.182 T€).

Zum 31. Dezember 2004 hat die Gesellschaft Kundenforderungen forfaitiert und sie deshalb mit den in der Bilanz ausgewiesenen Forderungen verrechnet. Die Forfaitierungen setzen sich wie folgt zusammen:

	2004 T€	2003 T€
Inländische Kunden	5.539	15.885
Ausländische Kunden	15.832	15.964
	21.371	31.849

**Anhangangabe 7:
Derivative Finanzinstrumente**

Devisentermingeschäfte

Zapf Creation schließt unterjährig Devisentermingeschäfte in ausländischen Währungen ab, die in der Regel eine Laufzeit von bis zu zwölf Monaten aufweisen können, um sich gegen negative Auswirkungen von Wechselkursschwankungen im Auslandsgeschäft abzusichern. Diese OTC-Geschäfte, die der Sicherung künftiger Warenkäufe und anderer Transaktionen dienen, schließt die Gesellschaft vorwiegend in US-, Hongkong-Dollar und Britischen Pfund ab.

Zum Bilanzstichtag bestehen jedoch keinerlei offene Devisentermingeschäfte in ausländischen Währungen; gleiches gilt für das Vorjahr.

Einsatz von derivativen Finanzinstrumenten

Das Unternehmen hat einen schwankenden Finanzierungsbedarf, der abhängig vom saisonalen Einkaufsverlauf und dem daraus resultierenden Bedarf an Working Capital ist. Zur Reduzierung der Zinsänderungsrisiken aus den kurzfristig aufgenommenen Saisonkreditlinien und zur Erreichung einer möglichst langfristigen Absicherung auf dem aktuell relativ niedrigen Zinsniveau hat die Zapf Creation AG im Berichtszeitraum drei auf Euro lautende Zinsswaps mit einem Nominalbetrag von insgesamt 15.000 T€ sowie einen auf US-Dollar lautenden Zinsswap mit einem Nominalbetrag von anfänglich 5.000 TUSD abgeschlossen. Der Nominalbetrag des USD-Zinsswaps steigt von anfänglich 5.000 TUSD auf 10.000 TUSD zum Ende der Zinsabsicherung in 2007, wobei nur der saisonale Finanzierungsbedarf für vier Monate im Kalenderjahr abgesichert ist. Dieser Zinsswap betrug im Dezember 2004 6.250 TUSD.

Zum 31. Dezember 2004 befinden sich derivative Instrumente zur Absicherung von Zinsrisiken mit einer maximalen Laufzeit von vier Jahren im Bestand. Durch die Zinsswaps werden über deren gesamte Laufzeit variable Zinszahlungen gegen feste Zinszahlungen getauscht. Währungsrisiken werden dadurch nicht begründet.

Die Zapf Creation AG geht davon aus, dass die Zinsen weiterhin steigen werden und die eingegangenen Zinsswaps sich weiterhin positiv entwickeln werden. Eine mittelfristige Zinsabsicherung auf dem eingegangenen Zinsniveau sollte somit möglich sein.

Marktwerte von derivativen Finanzinstrumenten

Die Zinsswaps sind nach SFAS 133 als Cashflow-Hedges zu klassifizieren. Bei der Sicherung von zukünftigen Zahlungsströmen erfolgt die Bewertung der Sicherungsinstrumente zum beizulegenden Zeitwert, d. h. Marktwert.

Der Marktwert eines Finanzinstruments ist der Preis, zu dem eine Partei die Rechte und/oder Pflichten aus diesem Finanzinstrument von einer anderen Partei übernehmen würde. Die Marktwerte der Finanzinstrumente wurden auf der Basis der am Bilanzstichtag zur Verfügung stehenden Marktinformationen und der nachstehend dargestellten Bewertungsmethoden berechnet.

Zur Ermittlung des Marktwertes eines Zinsswaps werden die erwarteten Zahlungsströme auf beiden Seiten des Swaps unter Verwendung der für die Restlaufzeit der Finanzinstrumente geltenden Marktzinssätze nach Maßgabe der aktuellen Zinsstrukturkurve diskontiert. Die Differenz der beiden ermittelten Beträge ergibt den Nettomarktwert des Zinsswaps.

Bilanzierung und Ausweis von derivativen Finanzinstrumenten und Hedge Accounting

Marktwertveränderungen von Zinsswaps, die in einen Cashflow-Hedge einbezogen werden, werden im Eigenkapital (kumuliertes übriges Comprehensive Income) ausgewiesen. Marktwertveränderungen von derivativen Zinsinstrumenten, die zur Absicherung von variabel verzinslichen Kreditverbindlichkeiten in einen Cashflow-Hedge einbezogen wurden, werden ebenfalls im Eigenkapital ausgewiesen. Diese Beträge werden als zeitliche Korrektur der Zinsen aus dem abgesicherten Grundgeschäft in das Finanzergebnis umgebucht.

Zum 31. Dezember 2004 sind keine Bestandteile der derivativen Finanzinstrumente, die von der Ermittlung der Hedge-Effektivität ausgeschlossen wurden, oder Hedge-Ineffektivitäten im Finanzergebnis enthalten.

Anhangangabe 8: Eigenkapital

Gezeichnetes Kapital

Das Grundkapital der Gesellschaft beträgt 8.000.000 € (in Worten: acht Millionen Euro). Es ist eingeteilt in 8.000.000 auf den Inhaber lautende Stückaktien.

Die Satzung der Zapf Creation AG regelt unter § 5 die folgenden Kapitalmaßnahmen:

Der Vorstand wird ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrates das Grundkapital bis zum 6. Mai 2008 (einschließlich) durch Ausgabe neuer Stückaktien gegen Bar- oder Sacheinlagen ein- oder mehrmalig, insgesamt jedoch höchstens um bis zu 4.000.000,00 € zu erhöhen (Genehmigtes Kapital I). Vorbehaltlich des nachfolgend Genannten ist den Aktionären bei Barkapitalerhöhungen ein Bezugsrecht einzuräumen. Der Vorstand darf mit Zustimmung des Aufsichtsrates das gesetzliche Bezugsrecht der Aktionäre ausschließen

a) zur Gewährung von Aktien gegen Einbringung von Sacheinlagen, insbesondere im Rahmen von Zusammenschlüssen mit Unternehmen oder im Rahmen des Erwerbs von Unternehmen oder Unternehmensbeteiligungen, wobei der Erwerb eines Unternehmens oder einer Unternehmensbeteiligung nur dann erfolgen darf, wenn der Gegenstand des Zielunternehmens im Wesentlichen im Rahmen des Unternehmensgegenstands der Gesellschaft gemäß § 2 Ziffer 1 und Ziffer 2 der Satzung oder der Erwerb des Unternehmens oder der Unternehmensbeteiligung im wohlverstandenen Interesse der Gesellschaft liegt, bzw. im Rahmen der Einbringung eines der Gesellschaft gewährten Darlehens (soweit die rechtlichen Voraussetzungen hierfür gegeben sind),

- b) wenn die Kapitalerhöhung gegen Bareinlagen erfolgt und der auf die neuen Aktien, für die das Bezugsrecht ausgeschlossen wird, und auf eigene Aktien, die zeitgleich unter Bezugsrechtsausschluss nach § 186 Abs. 3 Satz 4 AktG veräußert werden, insgesamt entfallende Betrag 10 % des im Zeitpunkt des Erhöhungsbeschlusses vorhandenen Grundkapitals, mithin 800.000,00 € nicht übersteigt und der Ausgabebetrag den Börsenpreis der bereits börsennotierten Aktien gleicher Gattung und Ausstattung zum Zeitpunkt der endgültigen Festlegung des Ausgabebetrag durch den Vorstand nicht wesentlich im Sinne von §§ 203 Abs. 1 und 2, 186 Abs. 3 Satz 4 AktG unterschreitet,
- c) bis zu einem Betrag von insgesamt 250.000,00 € (in Worten: zweihundertfünfzigtausend Euro) zum Zwecke der Ausgabe an Arbeitnehmer der Gesellschaft und Arbeitnehmer verbundener Unternehmen (Mitarbeiteraktien).

Sofern der Vorstand von den vorgenannten Ermächtigungen zum Bezugsrechtsausschluss keinen Gebrauch macht, kann das Bezugsrecht der Aktionäre nur für Spitzenbeträge ausgeschlossen werden.

Der Vorstand wird ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrates den Inhalt der jeweiligen Aktienrechte, die sonstigen Bedingungen der Aktienaussgabe sowie die weiteren Einzelheiten der Durchführung von Kapitalerhöhungen aus dem Genehmigten Kapital I festzulegen.

Der Aufsichtsrat wird ermächtigt, die Fassung der Satzung entsprechend dem Umfang der Kapitalerhöhung aus dem Genehmigten Kapital I zu ändern.

Das Grundkapital ist um bis zu 80.000,00 € durch Ausgabe von bis zu 80.000 auf den Inhaber lautende Stückaktien bedingt erhöht (Bedingtes Kapital I). Die bedingte Kapitalerhöhung wird nur insoweit durchgeführt, wie die Inhaber von Optionsrechten, die aufgrund des Ermächtigungsbeschlusses der Hauptversammlung vom 26. April 2000 zum Aktienoptionsplan der Gesellschaft ausgegeben wurden, von ihren Bezugsrechten Gebrauch machen und die Gesellschaft

zur Erfüllung der Optionsrechte keine eigenen Aktien gewährt. Die aus der Ausübung dieser Bezugsrechte hervorgehenden neuen Aktien der Gesellschaft nehmen vom Beginn des Geschäftsjahres an, in dem die Ausgabe erfolgt, am Gewinn der Gesellschaft teil.

Das Grundkapital ist um bis zu 300.000,00 € durch Ausgabe von bis zu 300.000 auf den Inhaber lautende Stückaktien bedingt erhöht (Bedingtes Kapital II). Die bedingte Kapitalerhöhung wird nur insoweit durchgeführt, wie Inhaber von Optionsrechten, die aufgrund des Ermächtigungsbeschlusses der Hauptversammlung vom 31. Juli 2001 zum Aktienoptionsplan der Gesellschaft ausgegeben werden, von ihren Bezugsrechten Gebrauch machen und die Gesellschaft zur Erfüllung der Optionsrechte keine eigenen Aktien gewährt. Die aus der Ausübung dieser Bezugsrechte hervorgehenden neuen Aktien der Gesellschaft nehmen vom Beginn des Geschäftsjahres an, in dem die Ausgabe erfolgt, am Gewinn der Gesellschaft teil.

Das Grundkapital der Gesellschaft wird um weitere bis zu 400.000,00 € durch Ausgabe von bis zu 400.000 auf den Inhaber lautende Stückaktien bedingt erhöht (Bedingtes Kapital III). Die bedingte Kapitalerhöhung dient der Unterlegung von Optionsrechten, die auf der Grundlage im Beschluss der Hauptversammlung vom 7. Mai 2003 enthaltenen Ermächtigung ausgegeben werden. Die bedingte Kapitalerhöhung wird nur insoweit durchgeführt, wie die Inhaber von Optionsrechten von ihrem Bezugsrecht auf Aktien Gebrauch machen und die Gesellschaft zur Erfüllung der Optionsrechte keine eigenen Aktien gewährt. Die neuen Aktien nehmen von Beginn des Geschäftsjahres an, in dem die Ausgabe erfolgt, am Gewinn der Gesellschaft teil.

Der Aufsichtsrat ist ermächtigt, die Fassung der Satzung jeweils entsprechend dem Umfang der Kapitalerhöhungen aus dem Bedingten Kapital I (§ 5 Ziffer 3), aus dem Bedingten Kapital II (§ 5 Ziffer 4) und aus dem Bedingten Kapital III (§ 5 Ziffer 5) zu ändern.

Bei der Ausgabe neuer Aktien kann der Beginn der Gewinnbeteiligung abweichend von § 60 Abs. 2 AktG festgesetzt werden.

Eigene Anteile

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

Depot No. 1 dient der Unterlegung des Aktienoptionsprogramms; der Buchwert beträgt zum 31. Dezember 2004 11.262 T€. Depot No. 1 umfasst per 31. Dezember 2004 569.593 eigene Anteile; dies entspricht einem Anteil von 7,12 % am Grundkapital. Im Berichtsjahr erfuhr das Depot keinerlei Veränderungen.

Depot No. 2 enthält Anteile, die Mitarbeitern in der Vergangenheit häufig vergünstigt aufgrund des positiven Geschäftsverlaufes bzw. im Rahmen erfolgreich abgeschlossener Projekte angeboten wurden. Der Buchwert beträgt 96 T€. Die Stückzahl im Depot (3.085 Stück) repräsentiert 0,04 % des Grundkapitals zum 31. Dezember 2004. Es fanden weder Zu- noch Abgänge im Berichtsjahr statt.

KONZERNANHANG

	Depot No. 1			Depot No. 2			Total		
	Anzahl Aktien	Buchwert	Anteil am Grundkapital	Anzahl Aktien	Buchwert	Anteil am Grundkapital	Anzahl Aktien	Buchwert	Anteil am Grundkapital
	Stück	T€	%	Stück	T€	%	Stück	T€	%
Zugang 1999	40.000	794	0,50	20.000	593	0,25	60.000	1.387	0,75
Zugang 2000	25.000	1.217	0,31				25.000	1.217	0,31
Abgang 2000				-11.990	-356	-0,15	-11.990	-356	-0,15
Zugang 2001	32.500	1.003	0,41	55.000	1.705	0,69	87.500	2.708	1,10
Abgang 2001	-10.069	-198	-0,13	-2.050	-61	-0,03	-12.119	-259	-0,16
Abgang 2002	-14.452	-284	-0,18	-7.775	-232	-0,09	-22.227	-516	-0,27
1.1.2003	72.979	2.532	0,91	53.185	1.649	0,67	126.164	4.181	1,58
Zugänge 2003									
Dezember	542.000	10.415	6,78				542.000	10.415	6,78
Abgänge 2003									
Januar				-50	-2	0,00	-50	-2	0,00
Februar				-50	-2	0,00	-50	-2	0,00
April				-50.000	-1.549	-0,63	-50.000	-1.549	-0,63
Mai	-40.666	-1.536	-0,51				-40.666	-1.536	-0,51
November	-4.720	-149	-0,06				-4.720	-149	-0,06
31.12.2003	569.593	11.262	7,12	3.085	96	0,04	572.678	11.358	7,16
Zugänge 2004	0	0	0,00	0	0	0,00	0	0	0,00
Abgänge 2004	0	0	0,00	0	0	0,00	0	0	0,00
31.12.2004	569.593	11.262	7,12	3.085	96	0,04	572.678	11.358	7,16

Angabe gemäß § 160 Nr. 8 AktG

Die Schroder Investment Management Ltd, 31 Gresham Street, London EC2V 7QA, teilte der Gesellschaft nach § 21 (1) WpHG mit, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Zapf Creation AG am 20. April 2004 die Schwelle von 10 % überschritten hat und nunmehr 10,06 % beträgt. Die 804.800 Stimmrechte werden Schrodgers plc und der Schroder Holding plc gemäß § 22 Absatz 1 Satz 1 Nr. 6 und Satz 2 und 3 WpHG zugeordnet.

Die Fidelity Management & Research Company, 82 Devonshire Street, Boston, Massachusetts, 02109, USA, teilte der Gesellschaft nach § 21 (1) WpHG mit, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Zapf Creation AG am 19. Februar 2004 die Schwelle von 5 % überschritten hat und nunmehr 5,02 % beträgt. Dies entspricht 401.600 Stimmrechten an der Gesellschaft.

Die Henderson Global Investors Limited, London, teilte der Gesellschaft nach § 21 (1) WpHG mit, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Zapf Creation AG am 24. September 2004 die Schwelle von 5 % unterschritten hat und nunmehr 4,55 % beträgt. Dies entspricht 364.000 Stimmrechten.

Die Tocqueville France SA, Paris, teilte der Gesellschaft nach § 21 (1) WpHG mit, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Zapf Creation AG am 26. Oktober 2004 die Schwelle von 5 % überschritten hat und nunmehr 5,19 % beträgt (415.200 Stimmrechte). Die Stimmrechte werden der Tocqueville Finance SA nach § 22 Absatz 1 Satz 1 Nr. 6 und Satz 2 und 3 WpHG zugeordnet.

Aktienorientierte Vergütung

Der Konzern verfügt zum 31. Dezember 2004 über drei Aktienoptionspläne und zwei aktienkursorientierte Bonusprogramme. Unter Berücksichtigung von SFAS 123, Accounting for Stock-Based Compensation, hat sich das Unternehmen dazu entschieden, Accounting Principle Board (APB) Opinion No. 25, Accounting for Stock Issued to Employees und die dazugehörigen Interpretationen bei der Bilanzierung seiner Pläne für aktienorientierte Vergütungen anzuwenden.

Verzicht Aktienoptionsprogramm

Am 15. Dezember 2004 verzichteten alle optionsberechtigten Mitarbeiter sowie der gesamte Vorstand der Zapf Creation AG unwiderruflich auf die ihnen im Rahmen der Optionsprogramme zugeteilten Aktienoptionen durch eine entsprechende Verzichtserklärung.

Dabei handelt es sich um die folgenden Programme: Aktienoptionsplan 1999/2000, Aktienoptionsplan 2001/2003, Aktienoptionsplan 2003/2005. Infolge dieser Entscheidung stehen somit zum 31. Dezember 2004 keine Bezugsrechte aus den genannten Aktienoptionsprogrammen aus. Ein Ausgleich für den Verzicht wurde vertraglich ausgeschlossen.

Aktienoptionsplan 1999/2000

Im April 1999 empfahlen der Aufsichtsrat und der Vorstand der Gesellschaft die Einführung eines Aktienoptionsprogramms, das durch die außerordentliche Hauptversammlung der Gesellschaft im April 1999 beschlossen wurde. Die ursprünglich dabei zugrunde gelegten Optionsbedingungen wurden durch Aktionärsbeschluss im April 2000 rückwirkend für alle bis dahin ausgegebenen 40.000 Aktienoptionen aus 1999 geändert. Die Optionsbedingungen für diese 40.000 Aktienoptionen wurden den Optionsbedingungen der in 2000 gewährten 86.000 Aktienoptionen rückwirkend angepasst. Ursprünglich belief sich das Gesamtvolumen des Aktienoptionsprogramms 1999/2000 auf 40.000 Aktienoptionen aus 1999 und zusätzlichen 380.000 Optionen aus 2000.

Im Rahmen des Optionsplans 1999/2000 und den zugrunde liegenden Hauptversammlungsbeschlüssen haben die Aktionäre den Vorstand bzw. Aufsichtsrat ermächtigt, nicht übertragbare Bezugsrechte an die Vorstandsmitglieder und Arbeitnehmer der Gesellschaft und der mit der Gesellschaft im Sinne der § 15 ff. AktG verbundenen Unternehmen zu gewähren. Die Optionsrechte wurden innerhalb von vier Wochen nach Feststellung des Jahresabschlusses gewährt. Beim Aktienoptionsplan 1999/2000 entspricht der Ausübungspreis der Bezugsrechte dem durchschnittlichen Eröffnungs- und Schlusskurs der Aktie im Xetra-Handel am letzten Börsentag vor der Sitzung des Aufsichtsrates der Gesellschaft, in der der Aufsichtsrat über die Gewährung der Optionsrechte an den Vorstand entscheidet, zuzüglich eines Aufpreises von 20%. Zur Sicherstellung der Anreizfunktion wurde zusätzlich die Vergütung des 20%igen Aufschlages im Falle der Ausübung (Erreichung des Erfolgszieles eines 20%igen Anstieges des Aktienkurses) der Aktienoptionen vereinbart. Die Bezugsrechte dürfen erstmalig nach Ablauf einer Haltefrist von zwei Jahren zu einem Drittel, nach drei Jahren zu zwei Dritteln und nach vier Jahren das verbleibende Drittel ausgeübt werden. Die Ausübung kann bis zum Ablauf des ersten Ausübungszeitraums, der auf den fünften Jahrestag bezogen auf den Gewährungszeitpunkt folgt, ausgeübt werden. Die Ausübung ist ausschließlich innerhalb bestimmter Zeiträume möglich. Diese umfassen jeweils die zwei Wochen nach dem zweiten Tag der ordentlichen Hauptversammlung der Gesellschaft, nach der Veröffentlichung des Halbjahresberichtes oder nach der Veröffentlichung des Quartalsberichtes zum 30. September eines Jahres.

Aufgrund dieser Bedingungen sowie der rückwirkenden Anpassung der ursprünglichen Optionsbedingungen aus 1999 an die Optionsbedingungen 2000 wird der Aktienoptionsplan als variabler Plan nach APB Opinion No. 25 behandelt und ist somit personalaufwandswirksam.

Seitens des Unternehmens können dem Bezugsberechtigten im Zeitpunkt der Ausübung wahlweise neue Aktien aus dem dafür geschaffenen Bedingten Kapital I oder eigene Anteile angeboten werden. Die Entscheidung, welche Alternative den Bezugsberechtigten angeboten wird, trifft der Vorstand im Einvernehmen mit dem Aufsichtsrat. Bis zum 31. Dezember 2004 wurden im Rahmen des Aktienoptionsplans lediglich eigene Anteile an die Optionsinhaber ausgegeben.

Aktienoptionsplan 2001/2003

Mit Hauptversammlungsbeschluss vom 31. Juli 2001 wurde der Aktienoptionsplan 2001/2003 verabschiedet. Im Rahmen dieses zweiten Planes wurden 299.999 Bezugsrechte ausgegeben. Im Vergleich zum Optionsplan 1999/2000 wurde der Kreis der Bezugsberechtigten auf die Mitglieder des Vorstandes, Mitglieder der Geschäftsführung der verbundenen Unternehmen sowie auf Führungskräfte und sonstige ausgewählte Leistungsträger des Unternehmens und der verbundenen Unternehmen begrenzt. Nach Ablauf einer zweijährigen Wartefrist können die Bezugsrechte innerhalb eindeutig definierter Ausübungszeiträume jeweils zu einem weiteren Drittel innerhalb von drei Jahren ausgeübt werden. Der Ausübungspreis setzt sich zusammen aus dem Referenzpreis und einem Aufschlag auf diesen i.H.v. 20 % als Erfolgsziel. Der Referenzpreis entspricht dem durchschnittlichen Schlussauktionskurs der Zapf Creation-Aktie im Xetra-Handel an den letzten zehn Handelstagen vor dem Tag der Gewährung des Optionsrechts, mindestens aber dem Schlussauktionspreis am Tag der Gewährung des Optionsrechts. Die weiterführenden Bedingungen, beispielsweise zu Ausübungszeiträumen, Laufzeit und Unübertragbarkeit sind in Anlehnung an den Aktienoptionsplan 1999/2000 ausgestaltet worden. Die Konzeption des Plans gibt der Zapf Creation AG die Möglichkeit, nach ihrem Ermessen den Ansprüchen der Optionsinhaber im Zeitpunkt der Ausübung durch Aktien aus dem dafür geschaffenen Bedingten Kapital II oder wahlweise aus den nach § 71 Abs. 1 Nr. 8 AktG erworbenen eigenen Anteilen nachzukommen. Die Entscheidung, welche Alternative den Bezugsberechtigten angeboten wird, trifft der Vorstand im Einvernehmen mit dem Aufsichtsrat. Darüber hinaus besteht für den Optionsinhaber die Möglichkeit der Aus-

übung durch Exersale, bei der der Optionsberechtigte die Gesellschaft mit der sofortigen Veräußerung seiner bezugsberechtigten Aktien beauftragt. In diesem Fall bekommt er den Differenzbetrag zwischen Ausübungspreis und Börsenkurs ausgezahlt. Da die Ausgestaltung des Aktienoptionsplans den Vorgaben eines „Fixed Plan“ nach APB Opinion No. 25 entspricht und der Bezugspreis im Zeitpunkt der Gewährung über dem zugrunde zu legenden Börsenkurs liegt, ist der Aktienoptionsplan 2003/2005 nach APB Opinion No. 25 personalaufwandsfrei. Bis zum 31. Dezember 2004 wurden im Rahmen des Aktienoptionsplans lediglich eigene Anteile an die Optionsinhaber ausgegeben.

Aktienoptionsplan 2003/2005

Am 7. Mai 2003 haben die Aktionäre den dritten Zapf Creation-Aktienoptionsplan 2003/2005 verabschiedet, der zur Gewährung von bis zu 400.000 auf den Namen lautenden Optionsrechten an die Mitglieder des Vorstandes sowie an leitende Angestellte der Zapf Creation und an Führungskräfte der verbundenen Unternehmen ermächtigt. Weiterhin sieht dieser Plan vor, dass die Optionsrechte in bis zu drei jährlichen Tranchen, deren Volumen jeweils 40 % des Gesamtvolumens nicht übersteigen dürfen, ausgegeben werden. Die Optionsrechte können jährlich innerhalb von vier Wochen nach Feststellung des Jahresabschlusses gewährt werden. Die erste Tranche wird abweichend hiervon innerhalb von sechs Wochen nach Eintragung des zur Unterlegung dieses Aktienoptionsplans geschaffenen Bedingten Kapitals III in das Handelsregister gewährt; dies erfolgte zum 28. Juli 2003. Die im Rahmen dieses Plans gewährten Optionsrechte können zu einem im Zeitpunkt der Gewährung definierten Referenzpreis zuzüglich eines Aufschlages von 20 % ausgeübt werden. Die grundsätzliche Definition des Referenzpreises wurde aus dem Aktienoptionsplan 2001/2003 übernommen. Die Optionen werden nach dem Ablauf der Haltefrist von zwei Jahren je zu einem Drittel nach zwei, drei bzw. vier Jahren ausübbar. Nicht ausgeübte Optionen verfallen fünf Jahre nach ihrer Gewährung. Die weitere Ausgestaltung der Optionsbedingungen ist direkt an das Aktienoptionsmodell 2001/2003 angelehnt.

Auch die Ausgestaltung des Plans 2003/2005 gibt der Zapf Creation AG die Möglichkeit, nach ihrem Ermessen den Ansprüchen der Optionsinhaber im Zeitpunkt der Ausübung durch Aktien aus dem dafür geschaffenen Bedingten Kapital III oder wahlweise aus den nach § 71 Abs. 1 Nr. 8 AktG erworbenen eigenen Anteilen nachzukommen. Die Entscheidung, welche Alternative den Bezugsberechtigten angeboten wird, trifft der Vorstand im Einvernehmen mit dem Aufsichtsrat. Darüber hinaus besteht für den Optionsinhaber die Möglichkeit der Ausübung durch Exersale, bei der der Optionsberechtigte die Gesellschaft mit der sofortigen Veräußerung seiner bezugsberechtigten Aktien beauftragt. In diesem Fall bekommt er den Differenzbetrag zwischen Ausübungspreis und Börsenkurs ausgezahlt. Da die Ausgestaltung des Aktienoptionsplans den Vorgaben eines „Fixed Plan“ nach APB Opinion No. 25 entspricht und der Bezugspreis im Zeitpunkt der Gewährung über dem zugrunde zu legenden

Börsenkurs liegt, ist auch der Aktienoptionsplan 2003/2005 nach APB Opinion No. 25 erfolgsneutral.

Im Folgenden werden detaillierte Informationen über die Entwicklung der Gewährung und Ausübung von Bezugsrechten und die gewichteten, durchschnittlichen Ausübungspreise gegeben. Das Gesamtvolumen der bisher aufgelegten Aktienoptionspläne beläuft sich zum 31. Dezember 2004 auf 826.000 Bezugsrechte, von denen 578.225 Optionen (VJ: 463.725) gewährt und 42.604 Optionen (VJ: 42.604) ausgeübt wurden. Eine Option aus dem Aktienoptionsplan 2001/2003 kann infolge Fristablauf der Gewährungszeiträume endgültig nicht mehr zugeteilt werden.

Im Geschäftsjahr 2004 wurden im April 114.500 Bezugsrechte aus dem Aktienoptionsplan 2003/2005 zu einem Bezugspreis von 24,00 € ausgegeben.

	2004		2003	
	Anzahl der Bezugsrechte Stück	Gewichteter durchschnittlicher Ausübungspreis €	Anzahl der Bezugsrechte Stück	Gewichteter durchschnittlicher Ausübungspreis €
Ausstehende Optionen per 1. Januar	421.121	38,09	314.139	39,70
Gewährte Optionen	114.500	24,00	125.265	31,98
Ausgeübte Optionen	0	0,00	-18.283	23,77
Verfallene Optionen	-68.626	34,11	—	—
Aufgehobene Optionen	-466.995	35,22	—	—
Ausstehende Optionen per 31. Dezember	0	0,00	421.121	38,09
Ausübbar per 31. Dezember	0	0,00	86.448	58,31
Verfügbar für eine Gewährung per 31. Dezember	247.774	—	362.274	—
Nicht mehr verfügbar für eine Gewährung per 31. Dezember	0	0,00	1	—

Es gibt zum 31. Dezember 2004 keine ausstehenden Optionen, da alle noch ausstehenden Optionen zum 15. Dezember 2004 aufgehoben wurden.

Gemäß Statement of Financial Accounting Standards No. 123 („SFAS 123“) wendet die Gesellschaft weiterhin die „Accounting Principles Board Opinion No. 25“ („APB 25“)

in der Rechnungslegung für die Aktienoptionsprogramme an. Die Rückstellungen für die Aktienoptionspläne betragen somit 0 T€ in 2004 und 0 T€ in 2003.

Würde man den Personalaufwand aus dem Stockoptionsprogramm gemäß SFAS 123 verbuchen, so hätte dies folgende Auswirkungen auf den Jahresüberschuss der Gesellschaft und das Ergebnis pro Aktie:

		2004	2003
Ausgewiesener Jahresüberschuss	T€	955	12.076
Pro-forma-Personalaufwand aus dem Aktienoptionsprogramm, nach Steuern	T€	0	-13
Pro-forma-Jahresüberschuss	T€	955	12.063
Ergebnis pro Aktie			
Unverwässert	€	0,13	1,53
Unverwässert – pro forma	€	0,13	1,53
Verwässert	€	0,13	1,52
Verwässert – pro forma	€	0,13	1,51

Der Zeitwert der von der Zapf Creation AG seit 1999 ausgegebenen Aktienoptionen wurde zum Gewährungszeitpunkt auf der Basis eines individuell modifizierten Black-Scholes-Optionspreismodells kalkuliert. Bei der Ermittlung des Zeitwerts wurden folgende Prämissen zugrunde gelegt:

		2004	2003
Erwartete Laufzeit	(in Jahren)	—	4,0
Risikofreier Zinssatz	%	—	4,9
Erwartete Volatilität	%	—	36,0
Erwartete Dividendenrendite	%	—	1,5

Bonusprogramm 2001/2003

Seit dem Geschäftsjahr 2001 wurde ein eigenständiges Bonusprogramm für die Mitglieder des Vorstandes und leitende Angestellte der Zapf Creation AG und Führungskräfte der verbundenen Unternehmen implementiert. Dieses Bonusprogramm ist in seiner Ausgestaltung an das installierte Aktienoptionsprogramm 2001/2003 angelehnt, sieht aber eine direkte Entlohnung der Bezugsberechtigten anhand einer Barzahlung vor.

Die Bonuseinheiten des Programms können jährlich nur innerhalb von vier Wochen nach Feststellung des Jahresabschlusses gewährt werden. Die Bonuseinheiten werden nur ausgezahlt, sofern der Durchschnitt des Eröffnungs- und Schlussauktionspreises der Zapf Creation-Aktie im Xetra-Handel am letzten Börsentag vor einem Auszahlungszeitpunkt um mindestens 20 % über dem Referenzpreis liegt. Der Referenzpreis entspricht dem durchschnittlichen Schlussauktionskurs der Zapf Creation-Aktie im Xetra-Handel der letzten zehn Handelstage vor dem Tag der Gewährung der Bonuseinheiten.

Die Bonuseinheiten werden jeweils am zweiten Tag nach der ordentlichen Hauptversammlung der Gesellschaft, am Tag der Veröffentlichung des Halbjahresberichtes oder der Veröffentlichung des Quartalsberichtes zum 30. September zur Auszahlung fällig.

Der Zeitraum, der bis zur Auszahlung verstreichen muss, gilt für jede Tranche gesondert. Nach zwei Jahren werden 33 % auszahlungsfähig, nach drei Jahren weitere 33 %, so dass am vierten Jahrestag der Gewährung grundsätzlich alle Bonuseinheiten zur Auszahlung bereitstehen werden. Sind somit Wartezeit und Erfolgsziel an einem Auszahlungszeitpunkt erstmals erfüllt, erhält der Bonusberechtigte für jede Bonuseinheit eine einmalige Barzahlung von 20 % des Referenzpreises.

Auf der Basis dieses Bonusprogramms wurden in 2003 insgesamt 87.539 Bonuseinheiten mit einem Erfolgsziel von 28,01 € ausgegeben, so dass das Gesamtvolumen zum 31. Dezember 2004 ausgeschöpft war. Das Gesamtvolumen aus dem Plan 2001/2003 wurde bis auf eine Bonuseinheit zum 31. Dezember 2004 ausgegeben.

Die aufgrund der Aktienkursentwicklung vorzunehmende personalaufwandswirksame Rückstellung beträgt 0 T€ in 2004 und 0 T€ in 2003. Der aus diesem Bonusprogramm resultierende Personalaufwand belief sich im Geschäftsjahr 2004 auf 0 T€ (VJ: 128 T€). Der verbleibende maximale zusätzliche Personalaufwand der bis zum 31. Dezember 2004 gewährten Bonuseinheiten aus dem Bonusplan 2001/2003 kann sich kumuliert über die Laufzeit des Bonusprogramms auf insgesamt 1.233 T€ (VJ: 1.241 T€) belaufen.

Bonusprogramm 2003/2005

Im Geschäftsjahr 2003 wurde in Anlehnung an den Aktienoptionsplan 2003/2005 ein korrespondierender Bonusplan wie schon in 2001 zum Aktienoptionsplan 2001/2003 aufge-

legt. Die Ausgestaltung der Bedingungen wurde aus dem Bonusplan 2001/2003 übernommen, lediglich die Höhe des bei Erreichen des 20%igen Erfolgszieles fälligen Barausgleiches beträgt 30%.

Auf der Basis des Bonusprogramms 2003/2005 wurden in 2003 erstmalig 37.726 Einheiten mit einem Ausübungspreis von 36,75 € an die Bezugsberechtigten ausgegeben. Im Geschäftsjahr 2004 wurde die zweite Tranche von 114.500 mit einem Erfolgsziel von 24,00 € ausgegeben.

Durch die Aktienkursentwicklung zum 31. Dezember 2004 ist keine personalaufwandswirksame Rückstellung vorzunehmen. Der maximale zusätzliche Personalaufwand der bis zum 31. Dezember 2004 gewährten Bonuseinheiten aus dem Bonusplan 2003/2005 kann sich kumuliert über die Laufzeit des Bonusprogramms auf insgesamt 937 T€ (VJ: 320 T€) belaufen.

Die folgende Übersicht enthält Angaben zu den ausgegebenen Bonuseinheiten und dem durchschnittlichen Personalaufwand:

	2004			2003		
	Anzahl der Bonus-einheiten	Gewichteter durchschnittlicher Ausübungspreis	Gewichteter Personalaufwand	Anzahl der Bonus-einheiten	Gewichteter durchschnittlicher Ausübungspreis	Gewichteter Personalaufwand
	Stück	€	€	Stück	€	€
Ausstehende Bonuseinheiten per 1. Januar	306.005	28,87	5,10	212.460	26,35	4,39
Gewährte Bonuseinheiten	114.500	24,00	5,54	125.265	31,98	6,04
Ausgeübte Bonuseinheiten	0	0,00	0,00	-31.720	24,31	4,05
Verfallene Bonuseinheiten	-31.300	28,59	4,92	—	—	—
Ausstehende Bonuseinheiten per 31. Dezember	389.205	27,46	5,25	306.005	28,87	5,10
Verfügbar für eine Gewährung per 31. Dezember	247.774	—	—	362.274	—	—
Nicht mehr verfügbar für eine Gewährung per 31. Dezember	0	0,00	0,00	1	—	—

**Anhangangabe 9:
Sonstige finanzielle Verpflichtungen und
Eventualverbindlichkeiten**

Abhängigkeit von Zulieferern

Die Hauptlieferanten der Handelswaren der Zapf Creation AG befinden sich in der Volksrepublik China. Die schon Mitte der 80er Jahre aufgenommenen Beziehungen zu asiatischen Lieferanten wurden und werden nach wie vor durch die Zapf Creation (H.K.), Ltd., weiter gestärkt. Obwohl die Gesellschaft auf externe asiatische Lieferanten vertraut, hat sie dennoch die Möglichkeit, relativ flexibel auf alternative Lieferquellen zurückzugreifen, da langfristige, gegenseitig bindende Abnahmeverpflichtungen mit den Zulieferern nicht bestehen. Es bleibt anzumerken, dass länger andauernde Unterbrechungen oder Störungen dieser Beziehungen die Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft entsprechend beeinflussen könnten.

Leasing- und Mietverpflichtungen

Zur Nutzung von Büro- und Lagerflächen sowie diverser Maschinen und Anlagen im Rahmen des operativen Geschäftsbetriebes schließt die Gesellschaft regelmäßig eine Vielzahl von Leasing- und Mietverträgen ab.

Die hierzu verbuchten Aufwendungen betragen 2.495 T€ im Geschäftsjahr 2004 (VJ: 3.139 T€).

Die folgende Tabelle gibt Auskunft über den Mindestbetrag der künftigen Verbindlichkeiten aus Leasing- und Mietverträgen des Zapf Creation-Konzerns in T€:

Operate Leasing	T€
2005	2.134
2006	991
2007	386
2008	115
2009	97
nach 2009	196
	3.919

Die Verpflichtungen aus langfristigen Leasing- und Mietverträgen enden im längsten Falle im Jahre 2015. Die Geschäftsführung geht davon aus, dass bei normaler Geschäftsentwicklung die Gesellschaft auslaufende Leasingverträge erneuert bzw. entsprechend ersetzt.

Sonstige finanzielle Verpflichtungen

Die Gesellschaft weist per 31. Dezember 2004 nicht in Anspruch genommene Akkreditive i.H.v. 144 T€ (VJ: 8 T€) auf.

Zapf Creation schließt regelmäßig Lizenzvereinbarungen mit externen Erfindern ab, um deren technische Entwicklungen für eigene Produkte zu verwerten. Einige wenige dieser Vereinbarungen beinhalten Zusagen über die Zahlung einer garantierten jährlichen Mindestlizenz für den Fall, dass die aus den Produktverkäufen erzielten Lizenzeinnahmen unterhalb eines festen Garantiebetrages bleiben sollten. Diese Regelungen gelten für einen unbestimmten Zeitraum, können jedoch unter konkreten Bedingungen gekündigt werden. Die Lizenzverträge gelten dann im Übrigen fort.

Die aufgrund dieser Vereinbarung zu erwartenden Einnahmen aus Produktverkäufen übersteigen die vereinbarten Mindestbeträge, so dass sich daraus keine Eventualverbindlichkeiten ergeben.

Die Aufwendungen für Produktlizenzen betragen 2.606 T€ in 2004 bzw. 3.266 T€ in 2003. Diese Kosten des Vertriebsbereiches werden auch in Zukunft weiterhin auf diesem niedrigeren Niveau verbleiben, da die Gesellschaft die BABY born®-Lizenz im Berichtsjahr erwarb.

Rechtsstreitigkeiten

Die Gesellschaft führt im Rahmen ihrer Geschäftstätigkeit eine Reihe von Prozessen. Der Vorstand ist jedoch der Überzeugung, dass der Ausgang dieser Rechtsstreitigkeiten keinerlei negative Auswirkungen auf den Geschäftsverlauf, die Finanz- oder Ertragslage des Unternehmens haben wird. Zapf Creation bildet entsprechende Rückstellungen für über den Jahreswechsel hinausgehende schwebende Streitigkeiten.

Beziehungen zu nahe stehenden Personen

Mitgliedern des Vorstandes wurde eine variable Darlehenslinie i.H.v. maximal 500 T€ eingeräumt, die zum 31. Dezember 2004 i.H.v. 500 T€ valuiert (VJ: 270 T€). Der hierfür vereinbarte Zinssatz beläuft sich auf 4,25 %. Die Kündigungsfrist dieses Darlehens beträgt ein Jahr. Unterjährig wurden auf diese Darlehenslinie insgesamt 125 T€ getilgt (VJ: 480 T€) und 355 T€ (VJ: 250 T€) neu ausgereicht. Die an das Vorstandsmitglied unterjährig gewährten Gehaltsvorschüsse wurden mit dem übrigen Darlehen entsprechend mit 4,25 % verzinst.

Leitenden Angestellten der Gesellschaft wurde ein Festdarlehen i.H.v. 325 T€ eingeräumt, das zum 31. Dezember 2004 i.H.v. 325 T€ (VJ: 325 T€) valuiert. Im Berichts- und Vorjahr erfolgten keine Tilgungen. Die vertraglich hierfür definierte Zinsvereinbarung mit einem festen Zinssatz i.H.v. 4,5 % ist bis zur Endfälligkeit des Darlehens zum 31. März 2005 festgeschrieben. Zur Sicherung des Darlehens wurde eine Grundschuld i.H.v. 200 T€ bestellt und zusätzlich eine Verfügungssperre für ein Wertpapierdepot vereinbart.

Anhangangabe 10: Segmentberichterstattung

Die Struktur des Zapf Creation-Konzerns sieht vor, dass die jeweiligen Tochtergesellschaften (auch „Business Units“ genannt) für ihren Markt verantwortlich zeichnen. Die Gesellschaft vertreibt ausschließlich Markenspielkonzepte und verfügt bis dato über keine weiteren reportingpflichtigen Produktsegmente. Daher befindet sich im Fokus dieser Segmentberichterstattung die jeweilige Niederlassung mit ihren dazugehörigen Märkten. Die Ergebnisse dieser Konzernsegmente misst man in Form des operativen Ergebnisses vor Konsolidierung.

Die Zapf Creation AG wies beim Vergleich mit den Tochtergesellschaften letztmalig per 31. Dezember 2003 noch eine Besonderheit auf, da sie zum einen eine Reihe von Zentralfunktionen übernahm und zum anderen noch an Kunden (über die sog. Business Units Central bzw. Eastern Europe) fakturierte. Die AG erfasste in 2003 somit den Großteil der operativen Aufwendungen und Vermögensgegenstände in ihrem Jahresabschluss. Durch die Ausgliederungen aus der Zapf Creation AG in die Zapf Creation (Central Europe) GmbH & Co. KG sowie in die Zapf Creation Logistics GmbH & Co. KG weisen diese nun eine verbesserte Vergleichbarkeit mit anderen Geschäftseinheiten auf. Die Zapf Creation AG nimmt ab 2004 letztlich nur noch Zentral- bzw. Servicefunktionen ihren Töchtern gegenüber wahr.

Konzerninterne Umsätze und Aufwendungen nimmt die Gesellschaft zu Konditionen vor, die die Geschäftsleitung bei Transaktionen zwischen rechtlich unabhängigen Unternehmen für angemessen hält.

Die Zapf Creation AG und alle Tochtergesellschaften bilanzieren einheitlich nach den Bilanzierungsgrundsätzen des Konzerns. Siehe hierzu auch Anhangangabe 2.

Im Folgenden sind die Informationen per Segment und deren Überleitung zu den ausgewiesenen Beträgen im Konzernabschluss dargestellt:

KONZERNANHANG

	Nettoumsatz mit externen Kunden T€	Umsatzerlöse/ Erträge*) mit verbundenen Unternehmen T€	Abschrei- bungen**) T€	Zins- ergebnis T€
2004				
Zapf Creation AG	0	18.852	3.227	8.659
Zapf Creation (España), S.L.	12.505	112	74	-78
Zapf Creation (France), S.a.r.l.	9.093	273	49	-147
Zapf Creation (U.K.), Ltd.	47.981	450	206	-69
Zapf Creation (H.K.), Ltd.	4.524	57.492	707	116
Zapf Creation (U.S.), Inc.	27.645	330	173	-915
Zapf Creation (Australia), Pty. Ltd.	6.264	33	341	-33
Zapf Creation (Italia), S.R.L.	1.707	404	31	-6
Zapf Creation (CZ), s.r.o.	2.950	6	51	-11
Zapf Creation (Polska), Sp. z o.o.	2.286	0	39	-81
Zapf Creation (Central Europe) GmbH & Co. KG	58.813	5.254	949	-294
Zapf Creation Logistics GmbH & Co. KG	0	5.303	1.324	-620
Zapf Creation (Central Europe) Verwaltungs GmbH	0	1	0	0
Zapf Creation Logistics Beteiligungs GmbH	0	1	0	0
Konsolidierung	0	-88.511	0	-10.099
Total nach Konsolidierung	173.768	0	7.171	-3.578
2003				
Zapf Creation AG	84.656	23.637	5.623	11.365
Zapf Creation (España), S.L.	12.889	33	100	-81
Zapf Creation (France), S.a.r.l.	9.161	349	49	-82
Zapf Creation (U.K.), Ltd.	43.175	455	144	-210
Zapf Creation (H.K.), Ltd.	7.260	58.316	472	273
Zapf Creation (U.S.), Inc.	32.775	958	172	-838
Zapf Creation (Australia), Pty. Ltd.	6.283	0	114	-87
Zapf Creation (Italia), S.R.L.	1.073	403	16	-10
Zapf Creation (CZ), s.r.o.	2.740	4	50	-24
Zapf Creation (Polska), Sp. z o.o.	1.411	0	24	-40
Zapf Creation (Central Europe) GmbH & Co. KG	0	0	0	0
Zapf Creation Logistics GmbH & Co. KG	0	0	0	0
Zapf Creation (Central Europe) Verwaltungs GmbH	0	1	0	0
Zapf Creation Logistics Beteiligungs GmbH	0	1	0	0
Konsolidierung	0	-84.157	0	-14.041
Total nach Konsolidierung	201.423	0	6.764	-3.775

*) Erträge enthalten Mark-up, Royalties, weiterberechnete Produktlizenzen

**) Angabe laut Anlagespiegel inklusive Abschreibungen Produktion

Steuer- aufwand (Ertrag: -) T€	Operatives Ergebnis*** T€	Investitionen T€	Anlagevermögen (ohne latente Steuern/langfristige Forderungen) T€	Bilanz- summe T€
-1.609	-16.803	4.946	52.169	113.042
1.016	4.255	17	155	9.309
-32	967	29	142	6.116
3.128	15.745	196	480	24.342
419	-1.846	1.044	1.209	15.071
-319	-2.333	273	630	21.545
55	120	14	47	3.352
-177	3	36	53	2.039
87	596	13	84	3.052
30	337	13	83	3.276
385	9.185	839	3.309	45.242
68	-2.490	1.315	16.129	17.957
0	-1	0	0	23
0	-1	0	0	23
0	-150	0	-42.323	-116.640
3.051	7.584	8.735	32.167	147.749
2.094	3.524	6.471	29.454	97.740
1.024	4.472	63	213	7.903
-33	919	103	168	4.250
2.125	12.700	352	500	21.888
409	125	723	907	15.403
-1.833	486	188	571	29.415
103	1.112	70	451	4.702
-20	-229	5	49	1.491
74	584	58	118	2.581
4	-53	121	99	2.043
0	-2	0	0	49
0	-2	0	0	49
0	-1	0	0	25
0	-2	0	0	25
0	-215	0	-1.608	-53.141
3.947	23.418	8.154	30.922	134.423

***) Angabe exklusive des Sondereffektes aus der Produktionsschließung (3.620 T€) in 2003

KONZERNANHANG

Faktura nach Business Units	Zapf Creation (Central Europe) GmbH & Co. KG ⁸⁾	Zapf Creation (España), S.L.	Zapf Creation (H.K.), Ltd.	Zapf Creation (U.S.), Inc.	Zapf Creation (U.K.), Ltd.
	T€	T€	T€	T€	T€
2004					
Europa	58.797	12.505	3.218	0	47.981
Zentraleuropa	53.930	0	2.406	0	0
Nordeuropa	19	0	812	0	47.981
Südeuropa	262	12.505	0	0	0
Osteuropa	4.586	0	0	0	0
Amerika	0	0	0	27.645	0
Asien/Australien	16	0	1.306	0	0
Umsatzerlöse netto	58.813	12.505	4.524	27.645	47.981
2003					
Europa	84.548	12.889	5.420	0	43.175
Zentraleuropa	80.337	0	2.831	0	0
Nordeuropa	- 28	0	2.589	0	43.175
Südeuropa	495	12.889	0	0	0
Osteuropa	3.744	0	0	0	0
Amerika	0	0	0	32.775	0
Asien/Australien	108	0	1.840	0	0
Umsatzerlöse netto	84.656	12.889	7.260	32.775	43.175

8) Aufgrund der Ausgliederung (siehe hierzu auch Anhangangabe 1) wurden in 2003 die Umsätze noch der Zapf Creation AG zugerechnet, wohingegen ab 2004 die Vertriebsgesellschaft Zapf Creation (Central Europe) GmbH & Co. KG für die Märkte verantwortlich zeichnete.

Zapf Creation (France), S.a.r.l.	Zapf Creation (Australia), Pty. Ltd.	Zapf Creation (Italia), S.R.L.	Zapf Creation (CZ), s.r.o.	Zapf Creation (Polska), Sp. z o.o.	Umsatzerlöse netto
T€	T€	T€	T€	T€	T€
9.093	0	1.707	2.950	2.286	138.537
23	0	0	0	0	56.359
0	0	0	0	0	48.812
9.070	0	1.707	0	0	23.544
0	0	0	2.950	2.286	9.822
0	0	0	0	0	27.645
0	6.264	0	0	0	7.586
9.093	6.264	1.707	2.950	2.286	173.768
9.161	1	1.073	2.740	1.411	160.418
19	0	0	0	0	83.187
0	0	0	0	0	45.736
9.142	1	1.073	0	0	23.600
0	0	0	2.740	1.411	7.895
0	0	0	0	0	32.775
0	6.282	0	0	0	8.230
9.161	6.283	1.073	2.740	1.411	201.423

Die folgende Tabelle zeigt die Entwicklung der Umsatzerlöse in den verschiedenen Produktlinien:⁹⁾

	2004 T€	2003 T€
Spiel- und Funktionspuppen	164.083	178.388
BABY born®	68.502	81.694
Baby Annabell	49.179	47.690
CHOU CHOU	41.334	39.930
Sonstige Spiel- und Funktionspuppen	5.068	9.074
Minipuppen	3.899	14.065
Sonstiges	5.786	8.970
Umsatzerlöse netto	173.768	201.423

Die Nettoumsatzerlöse teilen sich auf die Business Units wie folgt auf:

	2004 T€	2003 T€
Europa	138.537	160.418
Zentraleuropa	56.359	83.187
Nordeuropa	48.812	45.736
Südeuropa	23.544	23.600
Osteuropa	9.822	7.895
Amerika	27.645	32.775
Asien / Australien	7.586	8.230
Umsatzerlöse netto	173.768	201.423

Abhängigkeit von Produktlinien und Großkunden

Die Gesellschaft weist mit dem Markenspielkonzept BABY born® 39 % als Anteil vom Gesamtumsatz aus (VJ: 41 %) ¹⁰⁾.

⁹⁾ Abweichend zum Vorjahr (2003) erfolgt hier eine zusätzliche Aufteilung in Minipuppen.
¹⁰⁾ Angaben ohne Minipuppen.

Mit ihren beiden größten Kunden fakturierte die Gesellschaft 20 % ihrer Erlöse in 2004 (VJ: 21 %). Der Umsatzanteil aus dem Geschäft mit den Top-Ten-Kunden lag – wiederum gemessen am Konzernumsatz – bei 42 % im Berichtsjahr (VJ: 46 %). Der Anteil der Forderungen dieser Großkunden an den Konzernforderungen beträgt 41 % (VJ: 45 %) vor Forfaitierung bzw. reduziert sich aufgrund getätigter Forfaitierungsgeschäfte zum Jahresende auf netto 22 % (VJ: 11 %).

Anhangangabe 11: Zusätzliche Finanzangaben

Zusätzliche Angaben zum Cashflow	2004 T€	2003 T€
Geleistete Zahlungen während des Jahres für: Zinsen	3.679	3.919
Steuern vom Einkommen und Ertrag	5.740	7.101

Einige der in der Kapitalflussrechnung dargestellten Bilanzbewegungen sind u.U. nicht mit den Zahlen der Konzernbilanz bzw. Vorjahresbilanz abstimmbare. Dies beruht auf der Auswirkung von unterschiedlichen Wechselkursen auf den Kassenbestand in der Kapitalflussrechnung.

Rückstellungen und sonstige Verbindlichkeiten	2004 T€	2003 T€
Marketing, Werbekostenzuschüsse und Öffentlichkeitsarbeit	3.015	3.692
Sonstige Rückstellungen und Verbindlichkeiten	2.085	3.471
Managementboni	0	157
Steuerschuld (Umsatzsteuer, sonstige)	1.570	1.874
Sonstige Verbindlichkeiten gegenüber Mitarbeitern	507	549
Provisionen	523	552
Lizenzgebühren	923	1.051
	8.623	11.346

Zusätzliche Angaben gemäß § 292a HGB

Der Jahresabschluss des Zapf Creation-Konzerns wird in Übereinstimmung mit § 292a HGB gemäß den in den USA allgemein anerkannten Rechnungslegungsvorschriften („US-GAAP“) erstellt.

Um die Befreiungsvorschriften des § 292a HGB in Anspruch nehmen zu können, sind die nun folgenden zusätzlichen Angaben zwingend erforderlich.

Ferner weist die Gesellschaft darauf hin, dass die nach § 161 Aktiengesetz vorgeschriebene Erklärung zum Corporate Governance Kodex abgegeben und den Aktionären zugänglich gemacht worden ist.

Angabe gemäß § 264b HGB

Die Zapf Creation (Central Europe) GmbH & Co. KG und die Zapf Creation Logistics GmbH & Co. KG, deren beider Sitz sich jeweils in Rödental, Deutschland, befindet, nehmen die Befreiungsvorschriften des § 264b HGB in Anspruch und unterwerfen sich einer freiwilligen Jahresabschlussprüfung.

1) Entwicklung des Konzern-Anlagevermögens der Zapf Creation AG, Rödental

Die Übersicht befindet sich auf den Seiten 50 und 51.

2) Faktura nach Business Units

Die Übersicht befindet sich auf den Seiten 80 und 81.

3) Verbindlichkeiten mit einer Restlaufzeit von mehr als fünf Jahren

Die Gesellschaft weist im Geschäftsjahr 2004 Verbindlichkeiten mit einer Restlaufzeit von mehr als fünf Jahren i.H.v. 2.500 T€ (VJ: 3.438 T€) auf. Bringt man hiervon das Disagio noch zum Abzug, belaufen sich die Verbindlichkeiten mit einer Restlaufzeit von mehr als fünf Jahren im Berichtsjahr auf 2.460 T€ (VJ: 3.388 T€).

4) Angabe von Material- und Personalaufwand gemäß HGB

Die im Geschäftsjahr 2004 bzw. 2003 entstandenen Materialaufwendungen gemäß HGB belaufen sich auf 71.155 T€ (VJ: 75.665 T€). Diese setzen sich aus Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe i.H.v. 1.171 T€ (VJ: 3.582 T€) und Aufwendungen für bezogene Waren i.H.v. 69.984 T€ (VJ: 72.083 T€) zusammen.

Der Personalaufwand des Konzerns betrug im Geschäftsjahr 2004 24.222 T€ (VJ: 25.743 T€). Dieser umfasst neben Löhnen und Gehältern i.H.v. 20.858 T€ (VJ: 22.697 T€) auch soziale Abgaben i.H.v. 3.364 T€ (VJ: 3.047 T€).

5) Anzahl der Mitarbeiter im Jahresdurchschnitt¹¹⁾

	2004	2003
Angestellte	418	390
Gewerbliche Arbeitnehmer	85	140
Heimarbeiter	0	2
	503	532

11) Angaben ohne Vorstand und Auszubildende

Ab Oktober 2004 werden bei den Angestellten auch die chinesischen Qualitätsinspektoren mit einbezogen. Diese sind der Zapf Creation (H.K.), Ltd., zuzurechnen. Es bleibt zu beachten, dass diese Personengruppe jedoch in den Vorjahresvergleichszahlen nicht enthalten ist. Diese Qualitätsinspektoren führen beim Hersteller vor Ort während der Produktionsphase permanente Qualitätskontrollen durch.

6) Aufsichtsrat

Der Aufsichtsrat der Zapf Creation AG setzt sich zum Bilanzstichtag wie folgt zusammen:

Name	Mitglied seit	Funktion	Hauptberuf	weitere Aufsichtsratsmandate
Dr. Dietmar Scheiter	18. 3. 1999	Vorsitzender	Vorstandsvorsitzender TA Triumph-Adler AG	Nur konzerninterne Mandate
Dr. Horst F. Bröcker	18. 3. 1999	Stellv. Vorsitzender	Geschäftsführer Egon Zehnder International München und Partner Egon Zehnder International	Keine weiteren Mandate
Dr. Petra Wibbe	18. 3. 1999	Ordentliches Mitglied	Rechtsanwältin	Keine weiteren Mandate
Arnd Wolpers	18. 3. 1999	Ordentliches Mitglied	Geschäftsführer Capital Management Wolpers GmbH	Articon-Integralis AG, Ismaning Vorsitzender
Dr. Peter Klein	15. 4. 1999	Ordentliches Mitglied	Geschäftsführer Anders + Kern Präsentationssysteme GmbH & Co. KG	GetAhead AG, Hamburg Vorsitzender
Hans-Gerd Fächtenkort	31. 7. 2001	Ordentliches Mitglied	Geschäftsführender Gesellschafter und Partner Dr. Rochus Mummert & Partner	Keine weiteren Mandate

Stand: 31.12. 2004

Herr Dr. Peter Klein ist seit dem 22. Februar 2005 als stellvertretendes Mitglied des Vorstandes bestellt worden. Herr Dr. Klein, der seit 1999 Mitglied des Aufsichtsrates der Zapf Creation AG ist, wird sein Aufsichtsratsmandat in der Übergangsphase ruhen lassen. Herr Dr. Horst F. Bröcker hat mit Wirkung zum 4. Februar 2005 sein Mandat als Aufsichtsratsmitglied niedergelegt.

Vergütung

Die Vergütung des Aufsichtsrates wird auf Vorschlag von Vorstand und Aufsichtsrat durch die Hauptversammlung festgelegt und in § 16 Abs. 1 bzw. § 20 Ziff. 1 der Satzung der Zapf Creation AG geregelt. Die Barvergütung enthält eine fixe und eine dividendenabhängige Komponente. Mit Beschlussfassung vom 7. Mai 2003 wurde für den Aufsichtsratsvorsitzenden eine fixe Vergütung i.H.v. 28 T€ (netto), für den stellvertretenden Aufsichtsratsvorsitzenden eine fixe Vergütung i.H.v. 21 T€ (netto) und für jedes weitere Aufsichtsratsmitglied eine fixe Vergütung von 14 T€ (netto) vereinbart.

Zusätzlich wurde auf Basis der variablen, dividendenabhängigen Vergütung gemäß § 20 Ziff. 2 der Satzung eine Barvergütung für das Geschäftsjahr 2004 i.H.v. 5 T€ (VJ: 5 T€) für jedes ordentliche Aufsichtsratsmitglied zurückgestellt. Diese

variable Tantieme berechnet sich i.H.v. 100,00 € je 0,01 € Dividende, die über 0,50 € je Stückaktie hinaus für das abgelaufene Geschäftsjahr an die Aktionäre ausgeschüttet wird.

Der Gesamtbetrag der Rückstellung zur Aufsichtsratsvergütung für das Geschäftsjahr 2004 beläuft sich zum Bilanzstichtag 31. Dezember 2004 auf 135 T€ (VJ: 135 T€).

In den beiden vergangenen Geschäftsjahren bestanden keine Darlehen gegenüber Mitgliedern des Aufsichtsrates.

Directors' Dealing

Die Mitglieder des Aufsichtsrates sowie deren Ehegatten bzw. Verwandte ersten Grades haben im Geschäftsjahr keine Transaktionen von Aktien, sonstigen Derivaten oder aktien-gleichen Rechten der Zapf Creation AG getätigt, die nach § 15a WpHG veröffentlichungspflichtig sind.

7) Vorstand

Die folgende Tabelle zeigt die Vorstandsmitglieder der Zapf Creation AG und ihre Aufgabengebiete. Die Geschäftsführung obliegt den Vorständen gemeinschaftlich, sowohl für die Zapf Creation AG als auch für die selbstständigen und unselbstständigen Niederlassungen.

Name	Funktion	Bestellungszeitraum	Aufgabengebiet
Thomas Eichhorn	Vorstandsvorsitzender	31.12. 2007	Strategie & Unternehmensentwicklung, Vertrieb, Marketing, Investor und Public Relations, Personal, Revision, Qualitätssicherung, Einkauf
Christian Ewert	Mitglied des Vorstandes	30. 4. 2004	Produktion, Qualitätssicherung, Einkauf, Logistik, EDV
Angelika Marr	Mitglied des Vorstandes	31.12. 2007	Design, Produktentwicklung
Rudolf Winning	Mitglied des Vorstandes	15. 3. 2005	Finanzen, Recht, Risikomanagement, Organisation, Investor Relations, Logistik, EDV

Vergütung

Die Gesamtbezüge des Vorstandes berechnen sich aus der Summe aller zufließenden Vergütungen in bar und dem geldwerten Vorteil aus Sachbezügen. Sie setzen sich bei der Zapf Creation AG sowohl aus fixen als auch variablen bzw. leistungsorientierten Vergütungskomponenten zusammen. Sie belaufen sich im Berichtsjahr auf 760 T€ (VJ: 953 T€). Der variable Anteil im Geschäftsjahr 2004, der vornehmlich aus Bonuszahlungen besteht, betrug hierbei rund 19 % (VJ: 30 %). Die Abweichung bei den variablen Vergütungen zum Vorjahr resultiert daraus, dass es im Geschäftsjahr 2004 zu keiner Ausübung von Aktienoptionen oder Bonuseinheiten gekommen ist.

Zusätzlich wurde den Mitgliedern des Vorstandes im Geschäftsjahr 2004 50.000 Aktienoptionen (VJ: 21.000 Stück) aus dem Aktienoptionsplan 2003/2005 zugeteilt, die aber mit Verzichtserklärung zum 15. Dezember 2004 wieder aufgehoben wurden.

Daneben gewährte die Gesellschaft den Vorständen 50.000 Bonuseinheiten (VJ: 21.000 Stück) aus dem Bonusplan 2003/2005. Weitere Einzelheiten zu den einzelnen Program-

men sind unter „Aktienorientierte Vergütung“ in der Anhangangabe 8 eingehend erläutert.

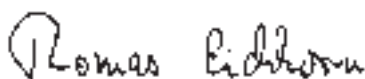
Im Geschäftsjahr 2004 erhielt ein ehemaliges Organmitglied eine variable Vergütung i.H.v. 120 T€ ausgezahlt.

Mitgliedern des Vorstandes wurde eine variable Darlehenslinie i.H.v. maximal 500 T€ eingeräumt, die zum 31. Dezember 2004 i.H.v. 500 T€ valutiert (VJ: 270 T€). Der hierfür vereinbarte Zinssatz beläuft sich auf 4,25 %. Die Kündigungsfrist dieses Darlehens beträgt ein Jahr. Unterjährig wurden auf diese Darlehenslinie insgesamt 125 T€ getilgt (VJ: 480 T€) und 355 T€ (VJ: 250 T€) neu ausgereicht. Die an das Vorstandsmitglied unterjährig gewährten Gehaltsvorschüsse wurden mit dem übrigen Darlehen entsprechend mit 4,25 % verzinst.

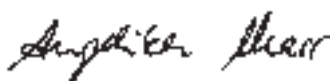
Directors' Dealing

Transaktionen von Mitgliedern des Vorstandes sowie deren Ehegatten bzw. Verwandten ersten Grades, die gemäß § 15a WpHG seit dem 1. Juli 2002 zu veröffentlichen sind, wurden im Berichtsjahr nicht vorgenommen.

Rödental, den 28. Februar 2005



Thomas Eichhorn
Vorstandsvorsitzender



Angelika Marr
Mitglied des Vorstandes



Dr. Peter Klein
Stellvertretendes Mitglied des Vorstandes

BESTÄTIGUNGSVERMERK DES ABSCHLUSSPRÜFERS

Wir haben den von der Zapf Creation AG aufgestellten Konzernabschluss, bestehend aus Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung, Eigenkapitalveränderungsrechnung, Kapitalflussrechnung und Anhang, für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2004 bis 31. Dezember 2004 geprüft. Aufstellung und Inhalt des Konzernabschlusses liegen in der Verantwortung des Vorstands der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung zu beurteilen, ob der Konzernabschluss den United States Generally Accepted Accounting Principles (US-GAAP) entspricht.

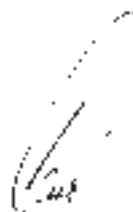
Wir haben unsere Konzernabschlussprüfung nach den deutschen Prüfungsvorschriften und unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung vorgenommen. Danach ist die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass mit hinreichender Sicherheit beurteilt werden kann, ob der Konzernabschluss frei von wesentlichen Fehlaussagen ist. Im Rahmen der Prüfung werden die Nachweise für die Wertansätze und Angaben im Konzernabschluss auf der Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung beinhaltet die Beurteilung der angewandten Bilanzierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen der gesetzlichen Vertreter sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Konzernabschlusses. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Nach unserer Überzeugung vermittelt der Konzernabschluss in Übereinstimmung mit den United States Generally Accepted Accounting Principles (US-GAAP) ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns sowie der Zahlungsströme des Geschäftsjahres.

Unsere Prüfung, die sich auch auf den vom Vorstand für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2004 bis 31. Dezember 2004 aufgestellten Konzernlagebericht erstreckt hat, hat zu keinen Einwendungen geführt. Nach unserer Überzeugung gibt der Konzernlagebericht zusammen mit den übrigen Angaben des Konzernabschlusses insgesamt eine zutreffende Vorstellung von der Lage des Konzerns und stellt die Risiken der künftigen Entwicklung zutreffend dar. Außerdem bestätigen wir, dass der Konzernabschluss und der Konzernlagebericht für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2004 bis 31. Dezember 2004 die Voraussetzungen für eine Befreiung der Gesellschaft von der Aufstellung eines Konzernabschlusses und Konzernlageberichts nach deutschem Recht erfüllen.

Nürnberg, den 28. Februar 2005

Rödl & Partner GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft
Steuerberatungsgesellschaft



Kastl
Wirtschaftsprüfer



Schäfer
Wirtschaftsprüfer

Sehr geehrte Damen und Herren,

im Aufsichtsrat der Zapf Creation AG gab es im Berichtsjahr 2004 keine personellen Veränderungen. Das Aufsichtsratsmitglied Dr. Horst Bröcker hat sein Amt im aktuellen Geschäftsjahr mit Wirkung zum 4. Februar 2005 niedergelegt. Der Aufsichtsrat dankt Herrn Dr. Bröcker für sein großes persönliches Engagement.

Der Vorstand der Zapf Creation AG wurde im Berichtsjahr von vier auf drei Vorstandsmitglieder verkleinert. Christian Ewert, der mit Wirkung zum 24. Juli 2002 als Chief Operating Officer in den Vorstand berufen wurde, legte sein Amt auf eigenen Wunsch vorzeitig zum 30. April 2004 nieder. Die Geschäfte der Zapf Creation AG werden seitdem von Thomas Eichhorn, Vorstandsvorsitzender, Rudolf Winning, Finanzvorstand, und Angelika Marr, Vorstand Produktentwicklung und Design, verantwortet. Die Vorstandsmitglieder Thomas Eichhorn und Angelika Marr wurden durch den Beschluss des Aufsichtsrates vom 2. Dezember 2004 für die Zeit bis 31. Dezember 2007 erneut bestellt. Rudolf Winning hat sein Amt im beiderseitigen Einvernehmen zum 15. März 2005 niedergelegt.

Der Aufsichtsrat hat die ihm nach Gesetz und Satzung obliegenden Aufgaben in insgesamt sechs Sitzungen pflichtgemäß wahrgenommen. Er hat sich vom Vorstand der Zapf Creation AG in diesen Sitzungen über die aktuelle Geschäftslage und die Entwicklung der Gesellschaft schriftlich und mündlich unterrichten lassen. Zentrale Themen waren dabei die Geschäftsentwicklung in den USA und in Zentraleuropa mit dem für Zapf Creation wichtigsten Absatzmarkt Deutschland. Weitere Themenschwerpunkte waren die Bewertungen und Einschätzungen des Risikomanagements und des Produktportfolios für 2005/2006. Darüber hinaus trafen sich der Vorsitzende des Aufsichtsrates und der Vorstandsvorsitzende regelmäßig, um aktuelle Themen ausführlich zu erörtern.

Für die Prüfung des Jahresabschlusses für das Geschäftsjahr 2004 wurde ein Bilanzprüfungsausschuss unter dem Vorsitz von Dr. Peter Klein, Aufsichtsratsmitglied der Zapf Creation AG, implementiert. Der Auditierungsausschuss hat sich in insgesamt zwei Sitzungen gemeinsam mit dem Finanzvorstand

und der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft mit dem Jahresabschluss und dem Lagebericht des Zapf Creation-Konzerns detailliert befasst und an den Aufsichtsrat berichtet.

Der vorliegende Jahresabschluss für das Geschäftsjahr 2004 und der Lagebericht sind unter Einbeziehung der Buchhaltung von dem durch die Hauptversammlung gewählten und durch den Aufsichtsrat beauftragten Abschlussprüfer, der Rödl & Partner GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Nürnberg, geprüft und mit dem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehen worden.

Der Abschlussprüfer hat dem Aufsichtsrat seinen Prüfungsbericht zugeleitet. Der Aufsichtsrat schließt sich dem Ergebnis des Abschlussprüfers an. Der vom Vorstand aufgestellte Jahresabschluss und der Lagebericht wurden vom Aufsichtsrat in seiner Sitzung am 16. März 2005 in Anwesenheit des Abschlussprüfers und des Vorstands ausführlich erörtert, geprüft und gebilligt. Der Jahresabschluss ist damit festgestellt. Den Vorschlag des Vorstands für die Verwendung des Bilanzgewinns hat der Aufsichtsrat geprüft und gebilligt.

Den mit dem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk der Rödl & Partner GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Nürnberg, versehenen Konzernabschluss zum 31. Dezember 2004 und den Konzernlagebericht hat der Aufsichtsrat in seiner Sitzung am 16. März 2005 ebenfalls ausführlich geprüft und billigend zur Kenntnis genommen.

Der Aufsichtsrat dankt dem Vorstand und den Mitarbeitern für ihr hohes Engagement und die in einem schwierigen Marktumfeld erbrachten Leistungen.

München, den 16. März 2005

Für den Aufsichtsrat



Dr. Dietmar Scheiter
Vorsitzender

IMPRESSUM

Herausgeber:

Zapf Creation AG
Mönchrödener Straße 13
D - 96472 Rödental
Telefon: + 49 (0) 9563/72 51 - 0
Telefax: + 49 (0) 9563/72 51 -116
E-Mail: info@zapf-creation.de

Kontakt Investor Relations:

Monika Collée
Telefon: + 49 (0) 9563/72 51 -195
E-Mail: monika.collee@zapf-creation.de

Texte:

Zapf Creation AG, Rödental

Konzeption und Gestaltung:

CAT CONSULTANTS GmbH & Co., Hamburg

Fotografie:

Andreas Pohlmann, München
Peter Kaus, Hamburg

Die Fotos im Kapitel „Soziale Verantwortung“ wurden bei den Lieferanten der Zapf Creation AG in China während einer routinemäßigen Kontrolle durch Angelika Marr, Vorstand Produktentwicklung und Design, aufgenommen.

Hinweis:

Dieser Geschäftsbericht liegt auch in englischer Sprache vor.
This Annual Report is also available in English.

Veröffentlichung: 23. März 2005

Der Einzelabschluss der Zapf Creation AG nach HGB kann auf Verlangen zugesandt werden.



Zapf Creation AG

Mönchrödener Straße 13

D-96472 Rödental

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

Telefax: +49 (0) 9563/72 51 -116

E-Mail: info@zapf-creation.de

Internet: www.zapf-creation.de