



# Auf einen Blick

## Kennzahlen Konzern

	Q1/2004	Q1/2003	+/- in % <sup>1)</sup>
<b>Gewinn- und Verlustrechnung</b>			
Umsatz in T€	19.135	29.092	- 34
EBITDA in T€	- 464	3.723	n/a
EBIT in T€	- 2.067	2.131	n/a
Periodenergebnis in T€	- 1.827	1.051	n/a
Ergebnis pro Aktie (unverwässert) in €	- 0,25	0,13	n/a
<b>Bilanz</b>			
Bilanzsumme zum 31.3. in T€	127.171	125.151	2
Investitionen in T€	1.662	2.696	- 38
<b>Cashflow</b>			
CFPS (operativer Cashflow pro Aktie) in €	- 0,48	0,39	n/a
<b>Aktie</b>			
Höchstkurs (Xetra) in €	23,79 (18.2.)	30,00 (21.3.)	n/a
Tiefstkurs (Xetra) in €	19,18 (26.3.)	24,02 (11.3.)	n/a
Kurs zum Quartalsende (Xetra) in €	19,70	27,31	- 28
Durchschnittlicher Kurs (Xetra) in €	21,60	26,27	- 18
Durchschnittliches Handelsvolumen in Stück	45.773	16.138	184
Marktkapitalisierung (Basis: Quartalsende, Xetra) in Mio. €	158	218	- 28
Anzahl Mitarbeiter zum 31.3. <sup>2)</sup>	525	512	3

<sup>1)</sup> gerundet

<sup>2)</sup> ohne Vorstand und Auszubildende

# Bericht zum ersten Quartal 2004

## Rückläufige Umsatzentwicklung belastet Ergebnis im ersten Quartal

Die Zapf Creation AG erzielt im ersten Quartal 2004 einen Umsatz von 19,1 Mio. € bzw. bereinigt um Währungskurs-effekte von 19,8 Mio. €. Der Umsatzrückgang von knapp 10 Mio. € im Vergleich zum Vorjahresquartal stammt hauptsächlich aus der operativen Geschäftseinheit Central Europe, die maßgeblich zu den Umsätzen von Januar bis März beiträgt. Im saisonbedingt schwachen ersten Quartal macht sich insbesondere in Deutschland bemerkbar, dass die Einführung wesentlicher Produktneuheiten im zweiten Halbjahr erfolgen wird. Darüber hinaus hat eine Systemumstellung im Logistikzentrum zu einer reduzierten Lieferfähigkeit in der Region Central Europe und damit zu Einbußen im Ostergeschäft geführt.

Überwiegend aufgrund gestiegener Logistikkosten sinkt die Rohmarge im ersten Quartal um rund 110 Basispunkte auf 54,8 %. Obwohl die Abschreibungen im ersten Quartal auf Vorjahresniveau liegen und die Personalkosten um rund 4 % auf 5,3 Mio. € sinken, stehen dem geringeren Umsatzvolumen von Januar bis März vergleichsweise hohe Fixkosten gegenüber, die das operative Ergebnis mit 2,1 Mio. € negativ ausfallen lassen.

## Eigenkapitalquote nach wie vor hoch

Nach zwei Quartalen mit negativer Umsatzentwicklung ergibt sich aufgrund rückläufiger Zahlungseingänge im ersten Quartal 2004 eine Verschlechterung des operativen Cashflow um rund 6,7 Mio. €. Der Mittelabfluss aus laufender Geschäftstätigkeit beläuft sich auf rund 3,6 Mio. €. Die Nettoverschuldung erhöht sich im Vergleich zum ersten Quartal des Vorjahres um 16,4 Mio. € auf 44,7 Mio. €, wovon jedoch 7,2 Mio. € auf den Erwerb eigener Aktien entfallen. Die Eigenkapitalquote liegt, bezogen auf die Bilanzsumme abzüglich der liquiden Mittel, bei rund 47 %.

## US-Geschäftsentwicklung wieder auf Kurs

In Central Europe liegen die Umsätze mit 8,5 Mio. € im ersten Quartal um 50 % unter Vorjahr. Deutschland hat in den vergangenen Jahren insbesondere von Neuheiten im ersten Quartal wie My Model (2003) und der BABY born® miniworld (2002) profitiert. In 2004 erfolgt die für Deutschland aufgrund des hohen Entwicklungsgrades der Marke BABY born® wesentliche Neuheit – die Markteinführung der Neuen BABY born® – im zweiten Quartal. Grund hierfür ist, dass mit der zusätzlichen achten Funktion „Baden“, passend zur Frühjahrs- und Sommersaison, das Thema „Wasserspaß“ adressiert wird. Die Neue BABY born® und das neue Zubehörsortiment rund um „Schwimmen“ und „Baden“ versprechen zusätzliche Umsatzimpulse.

## Umsatzverteilung nach Business Units

	Q1/2004	Q1/2003	+/-
	T€	T€	in %
<b>Europe</b>	<b>15.196</b>	<b>25.074</b>	<b>- 39</b>
Central Europe	8.488	17.135	- 50
Northern Europe	3.717	4.887	- 24
Southern Europe	2.402	2.333	3
Eastern Europe	589	719	- 18
<b>The Americas</b>	<b>3.457</b>	<b>3.484</b>	<b>- 1</b>
<b>Asia/Australia</b>	<b>482</b>	<b>534</b>	<b>- 10</b>
<b>Gesamtumsatz</b>	<b>19.135</b>	<b>29.092</b>	<b>- 34</b>

Der Umsatzbeitrag der operativen Geschäftseinheit Northern Europe ist um 24 % auf 3,7 Mio. € zurückgegangen. Dies liegt daran, dass im Vorjahresquartal erstmalig Umsätze eines neuen Großkunden in Skandinavien enthalten waren. Die Umsatzentwicklung in Skandinavien ist bereits in 2003 hinter den Erwartungen geblieben. Dies setzt sich auch im ersten Quartal 2004 fort. Großbritannien/Irland liegt in lokaler Währung um 2 % knapp unter Vorjahr. Dies ist hauptsächlich auf eine Verschiebung von Umsätzen in das zweite Quartal 2004 zurückzuführen.

Southern Europe erzielt mit 2,4 Mio. € einen Umsatzzuwachs von 3 %. Dazu hat maßgeblich die positive Geschäftsentwicklung in Frankreich/Belgien beigetragen.

# Bericht zum ersten Quartal 2004

Im wichtigen Wachstumsmarkt Amerika kann in lokaler Währung ein Umsatzplus von 16 % auf 4,3 Mio. US-Dollar erzielt werden. Umgerechnet ergibt sich ein Umsatz von 3,5 Mio. €, der nahezu auf Vorjahresniveau liegt.

## Markenspielkonzept Baby Annabell wächst dynamisch weiter

Von Januar bis März hat der Umsatz des erfolgreichen Markenspielkonzeptes BABY born® um 46 % auf 8,1 Mio. € abgenommen. Die bereits erwähnten Einbußen im Ostergeschaft führten insbesondere in Deutschland, wo BABY born® eine Markenbekanntheit von über 95 % genießt, zu einem deutlich niedrigeren BABY born®-Zubehorumsatz. Darüber hinaus schlugen sich geplant niedrigere Umsätze mit der BABY born® miniworld in diesem Rückgang nieder. Nachdem sich in 2003 Schwächen im Durchverkauf der BABY born® miniworld gezeigt haben, wurden in 2004 bereits Anpassungen der Vertriebs- und Marketingstrategie, wie beispielsweise neue Produkte und eine veränderte Verpackung, vorgenommen. Allerdings liegt der Fokus der Produktentwicklung und des Marketings darauf, das Minipuppengeschaft in 2005 neu zu positionieren.

### Umsatzerlöse der verschiedenen Produktlinien

	Q1/2004	Q1/2003	+/-
	T€	T€	in %
BABY born®-Konzept	8.122	15.159	- 46
Baby Annabell	5.856	3.385	73
CHOU CHOU	3.280	6.334	- 48
Sonstige Markenspielkonzepte	1.877	4.215	- 55
<b>Puppen gesamt</b>	<b>19.135</b>	<b>29.093</b>	<b>- 34</b>
Maritim/Sonstige	0	- 1	n/a
<b>Gesamtumsatz</b>	<b>19.135</b>	<b>29.092</b>	<b>- 34</b>

Das Baby Annabell-Konzept kann im ersten Quartal 2004 um 73 % auf 5,9 Mio. € Umsatz zulegen. Die erfolgreiche Einführung der neuen Baby Annabell-Puppe in Europa im zweiten Halbjahr 2003 sorgt im ersten Quartal 2004 für eine weitere Ausdehnung des Zubehorgeschaftes. Diese sehr positive

Entwicklung von Baby Annabell macht sich innerhalb der CHOU CHOU-Linie durch einen größtenteils geplanten „Substitutionseffekt“ bemerkbar und lässt den Umsatz des CHOU CHOU-Konzeptes auf 3,3 Mio. € zurückgehen.

## Ausblick

Das abgelaufene Geschäftsjahr war sicherlich kein einfaches und das neue Geschäftsjahr wird aller Voraussicht nach nicht leichter. Insbesondere in Europa rechnen wir mit einem verstärkten Wettbewerbsdruck aus dem Modepuppensegment.

Zur Sicherung der Profitabilität der Zapf Creation-Gruppe in der Gesamtjahresbetrachtung wurde bereits in der Budgetierungsphase für 2004 ein Kostensenkungsprogramm implementiert, das im Falle einer Konsolidierung der Umsatzentwicklung auf Vorjahresniveau die operativen Aufwendungen deutlich unter Vorjahr liegen lässt.

Da die wesentlichen Listungsentscheidungen der Handelspartner für das zweite Halbjahr erst Ende April/Anfang Mai getroffen werden, ist die Visibilität bei Fertigstellung des Quartalberichtes noch zu gering, um eine zuverlässige Jahresprognose für das laufende Geschäftsjahr abgeben zu können.

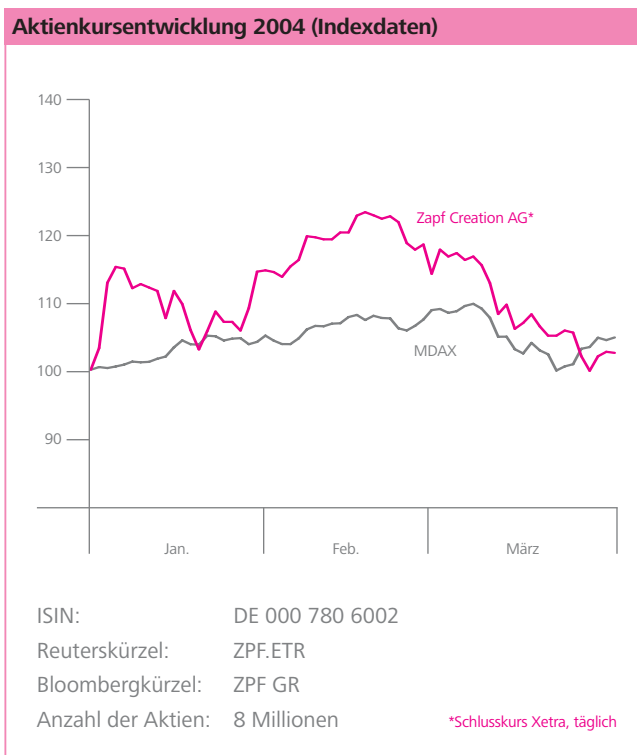
Der Vorstand geht aber bereits für das zweite Quartal von einer Stabilisierung der Geschäftsentwicklung auf Vorjahresniveau aus. Damit sollte es möglich sein, für die Zapf Creation-Gruppe zum Halbjahr ein positives operatives Ergebnis ausweisen zu können.

Mit Blick auf das zweite Halbjahr werden mit der Neuen BABY born® und Love me CHOU CHOU die entscheidenden Produktneuheiten im dritten Quartal weltweit eingeführt. Die einzige Ausnahme ist dabei Deutschland: hier erfolgt die Einführung der Neuen BABY born® aufgrund des hohen Marken-Bekanntheitsgrades bereits Ende Juni. Diese Neuheiten werden für neue Umsatzimpulse sorgen.

# Die Aktie

## Zapf Creation-Aktie

Die Zapf Creation-Aktie ist ins erste Quartal 2004 mit einem Kurs von 19,21 € (2. Januar 2004) gestartet und konnte bis zum 18. Februar 2004 im Kurs um rund 24 % auf 23,79 € zulegen. Nachdem im Rahmen der Bilanzpressekonferenz am 25. März ein drohender Verlust für das erste Quartal 2004 angekündigt wurde, erreichte der Aktienkurs einen Tag später seinen Tiefststand mit 19,18 €. Bis zum Quartalsende konnte sich der Aktienkurs nochmals auf 19,70 € erholen und lag somit um 2,5 % leicht im Plus.



Trotz der insgesamt rückläufigen Geschäftsentwicklung in 2003 werden Vorstand und Aufsichtsrat der Hauptversammlung am 11. Mai 2004 in Rödental für das abgelaufene Geschäftsjahr eine Dividende von 1 € je Stückaktie vorschlagen. Die entsprechende Dividendenausschüttung erfolgt – vor-

behaltlich der Zustimmung durch die Hauptversammlung – am 12. Mai 2004. Diese attraktive Dividendenrendite von über 5 % ist aktuell für zahlreiche Investoren ein entscheidendes Kriterium für ein Investment in die Zapf Creation-Aktie.

## Directors' Dealing

In der Zeit vom 1. Januar bis 31. März 2004 wurden durch die Organe der Gesellschaft keine Directors' Dealings nach § 15a WpHG vorgenommen.

## Eigene Anteile

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

Depot Nr. 1 dient ausschließlich der Unterlegung des Aktienoptionsprogramms.

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

Im Vergleich zum 31. Dezember 2003 haben sich keine Änderungen in den Depots ergeben.

	Anzahl Aktien	Buchwert T€	Anteil am Grundkapital in %
Depot Nr. 1	569.593	11.262	7,12
Depot Nr. 2	3.085	96	0,04
<b>Gesamt</b>	<b>572.678</b>	<b>11.358</b>	<b>7,16</b>

# Die Aktie

## Research Coverage/Aktienempfehlungen

<b>Analyst</b>	<b>Termin</b>	<b>Empfehlung</b>
ABN Amro	April 2004	Reduzieren
Bankhaus Lampe	April 2004	Verkaufen
Berenberg Bank	April 2004	Kaufen
CAI Cheuvreux	April 2004	Underperform
Commerzbank	April 2004	Equal weight
Deutsche Bank	April 2004	Kaufen
Dresdner Kleinwort Wasserstein	April 2004	Halten
DZ Bank	April 2004	Kaufen
Hamburger Sparkasse	April 2004	Halten
HSBC Trinkaus & Burkhardt	April 2004	Reduzieren
HypoVereinsbank	April 2004	Underperform
Cazenove	Januar 2004	Halten

## Finanzterminkalender

<b>Termin</b>	<b>Aktivität</b>	<b>Ort</b>
22. April 2004	Veröffentlichung Ergebnisse 1. Quartal 2004	
22. April 2004	Globaler Conference Call	
11. Mai 2004	5. Ordentliche Hauptversammlung	Rödental
12. Mai 2004	Dividendenausschüttung <sup>1)</sup>	
21. Juli 2004	Veröffentlichung Ergebnisse 2. Quartal/Halbjahr 2004	
26. Oktober 2004	Veröffentlichung Ergebnisse 3. Quartal/9 Monate 2004	

<sup>1)</sup> vorbehaltlich der Zustimmung durch die Hauptversammlung

# Quartalsabschluss

## Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

der Zapf Creation AG, Rödental, für die Zeit vom 1. Januar bis 31. März 2004 nach US-GAAP

	Q1/2004 T€	Q1/2003 T€	+/- in % <sup>1)</sup>
Umsatzerlöse netto	19.135	29.092	- 34
Wareneinsatzkosten zur Erzielung der Umsatzerlöse	- 8.657	- 12.829	- 33
<b>Rohhertrag</b>	<b>10.478</b>	<b>16.263</b>	<b>- 36</b>
Vertriebs- und Distributionskosten	- 3.954	- 5.365	- 26
Marketingkosten	- 2.814	- 2.712	4
Sonstige Verwaltungsaufwendungen und sonstige Erträge	- 5.777	- 6.055	- 5
<b>EBIT – operatives Ergebnis vor Zinsen und Steuern</b>	<b>- 2.067</b>	<b>2.131</b>	<b>n/a</b>
Zinserträge	49	39	26
Zinsaufwendungen	- 742	- 685	8
<b>EBT – Ergebnis vor Steuern</b>	<b>- 2.760</b>	<b>1.485</b>	<b>n/a</b>
Steuern vom Einkommen und Ertrag	933	- 434	n/a
<b>Periodenergebnis</b>	<b>- 1.827</b>	<b>1.051</b>	<b>n/a</b>
Rohmarge in %	54,8	55,9	- 2

	Q1/2004 T€	Q1/2003 T€	+/- in % <sup>1)</sup>
<b>Personalaufwand nach Bereichen<sup>2)</sup></b>			
Vertrieb und Distribution	2.306	2.121	9
Marketing	602	633	- 5
Sonstige Verwaltung	2.384	2.771	- 14
<b>Gesamt</b>	<b>5.292</b>	<b>5.525</b>	<b>- 4</b>

<sup>1)</sup> gerundet

<sup>2)</sup> im operativen Aufwand bereits enthalten

# Quartalsabschluss

## Konzernbilanz

der Zapf Creation AG, Rödental, zum 31. März 2004 nach US-GAAP

	31.3.2004	31.3.2003	31.12.2003
	T€	T€	T€
<b>Aktiva</b>			
Flüssige Mittel	13.761	14.674	15.342
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	31.002	37.632	47.899
Vorräte	33.047	32.885	29.118
Rechnungsabgrenzungsposten	6.936	1.939	5.700
Sonstige Vermögensgegenstände	6.956	4.213	3.470
Aktive latente Steuerforderung (kurzfristig)	4.181	2.737	1.625
<b>Umlaufvermögen</b>	<b>95.883</b>	<b>94.080</b>	<b>103.154</b>
Sachanlagen und Software	28.539	28.119	28.428
Immaterielle Vermögensgegenstände	2.415	2.746	2.494
Aktive latente Steuerforderung (langfristig)	284	206	347
Sonstige langfristige Forderungen	50	0	0
<b>Anlagevermögen</b>	<b>31.288</b>	<b>31.071</b>	<b>31.269</b>
	<b>127.171</b>	<b>125.151</b>	<b>134.423</b>
<b>Passiva</b>			
Kurzfristiger Anteil der langfristigen Bankdarlehen und Kontokorrentverbindlichkeiten	45.067	22.649	40.506
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	9.206	11.618	10.088
Rückstellungen und sonstige Verbindlichkeiten	4.106	4.397	11.346
Steuerverbindlichkeiten	824	2.718	1.463
Passive latente Steuerverbindlichkeit (kurzfristig)	500	1.319	497
<b>Kurzfristige Verbindlichkeiten</b>	<b>59.703</b>	<b>42.701</b>	<b>63.900</b>
Darlehensverbindlichkeiten	13.493	20.295	14.780
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	59	54	67
Passive latente Steuerverbindlichkeit (langfristig)	585	973	585
<b>Langfristige Verbindlichkeiten</b>	<b>14.137</b>	<b>21.322</b>	<b>15.432</b>
Gezeichnetes Kapital	8.000	8.000	8.000
Kapitalrücklage	8.052	8.406	8.052
Eigene Anteile	- 11.358	- 4.178	- 11.358
Kumuliertes übriges Comprehensive Income (Loss)	- 4.237	- 2.700	- 4.304
Periodenüberschuss und Gewinnvortrag	52.874	51.600	54.701
<b>Eigenkapital</b>	<b>53.331</b>	<b>61.128</b>	<b>55.091</b>
	<b>127.171</b>	<b>125.151</b>	<b>134.423</b>



# Quartalsabschluss

## Konzern-Kapitalflussrechnung

der Zapf Creation AG, Rödental

	Q1/2004 T€	Q1/2003 T€
<b>Mittelzufluss/-abfluss aus laufender Geschäftstätigkeit:</b>		
Jahresüberschuss	- 1.827	1.051
Überleitungsrechnung vom Jahresüberschuss zum Mittelzufluss/-abfluss aus laufender Geschäftstätigkeit:		
Abschreibungen auf Gegenstände des Anlagevermögens	1.603	1.644
Verlust (Gewinn) aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens	- 10	0
Personalaufwand aus Vergütung mit Aktien	0	34
Zunahme (Abnahme) der Aktiva und Passiva:		
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	16.731	19.904
Vorräte	- 3.934	- 3.218
Rechnungsabgrenzung und andere Aktiva	- 4.772	- 1.091
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen, Rückstellungen sowie andere Passiva	- 8.241	- 12.813
Steuerverbindlichkeit (vom Einkommen und Ertrag)	- 643	- 2.129
Latente Steuern	- 2.490	- 275
<b>Mittelzufluss/-abfluss aus laufender Geschäftstätigkeit</b>	<b>- 3.583</b>	<b>3.107</b>
<b>Mittelzufluss/-abfluss aus Investitionstätigkeit:</b>		
Einzahlungen aus Abgängen von Gegenständen des Anlagevermögens	121	83
Auszahlungen für Investitionen in das Anlagevermögen	- 1.662	- 2.696
<b>Mittelzufluss/-abfluss aus Investitionstätigkeit</b>	<b>- 1.541</b>	<b>- 2.613</b>
<b>Mittelzufluss/-abfluss aus Finanzierungstätigkeit:</b>		
Veränderung der kurz- und langfristigen Bankverbindlichkeiten	3.266	- 300
Erwerb/Weiterveräußerung eigener Anteile	0	3
<b>Mittelzufluss/-abfluss aus Finanzierungstätigkeit</b>	<b>3.266</b>	<b>- 297</b>
Effekte aus Wechselkursänderungen	277	- 373
<b>Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelbestandes</b>	<b>- 1.581</b>	<b>- 176</b>
Finanzmittelbestand am Anfang der Periode	15.342	14.850
Finanzmittelbestand am Ende der Periode	13.761	14.674

## Entwicklung des konsolidierten Konzerneigenkapitals

der Zapf Creation AG, Rödental

	Im Umlauf befindliche Aktien TStück	Gezeichnetes Kapital T€	Kapital- rücklage T€
<b>Saldo per 31. Dezember 2002:</b>	<b>7.874</b>	<b>8.000</b>	<b>8.406</b>
Jahresüberschuss			
übriges Comprehensive Income (Loss)			
<b>Comprehensive Income (Loss)</b>			
Dividendenzahlungen			
Erwerb eigener Anteile			
Veräußerung eigener Anteile			
<b>Saldo per 31. März 2003:</b>	<b>7.874</b>	<b>8.000</b>	<b>8.406</b>
Jahresüberschuss			
übriges Comprehensive Income (Loss)			
<b>Comprehensive Income (Loss)</b>			
Dividendenzahlungen			
Erwerb eigener Anteile	- 542		
Veräußerung eigener Anteile	95		- 354
<b>Saldo per 31. Dezember 2003:</b>	<b>7.427</b>	<b>8.000</b>	<b>8.052</b>
Jahresüberschuss			
übriges Comprehensive Income (Loss)			
<b>Comprehensive Income (Loss)</b>			
Dividendenzahlungen			
Erwerb eigener Anteile			
Veräußerung eigener Anteile			
<b>Saldo per 31. März 2004:</b>	<b>7.427</b>	<b>8.000</b>	<b>8.052</b>

## Anhangangaben

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.

Bezüglich des Konsolidierungskreises, der Konsolidierungsgrundsätze sowie der Währungsumrechnung sind im Zeitraum vom 1. Januar bis 31. März 2004 keine Änderungen

gegenüber dem Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2003 zu vermerken. Auch die Grundsätze der Rechnungslegung wurden beibehalten.

Die in der Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung, Kapitalflussrechnung und Eigenkapitalentwicklung für den Konzern aufgezeigten Werte entsprechen dem normalen Geschäftsverlauf der Zapf Creation AG und beinhalten keine außergewöhnlichen Posten. Wesentliche Ereignisse nach dem Abschlussstichtag lagen nicht vor.

Kumuliertes übriges Comprehensive Income (Loss)					
Eigene Anteile T€	Jahresüberschuss und Gewinnvortrag und Gewinnrücklage T€	Ausgleichsposten aus der Währungs- umrechnung T€	Derivative Finanz- instrumente T€		Summe Eigenkapital T€
- 4.181	50.549	- 1.987	0		60.787
	1.051				1.051
		- 713			- 713
	1.051	- 713	0		338
					0
					0
3					3
- 4.178	51.600	- 2.700	0		61.128
	11.025				11.025
		- 1.618	14		- 1.604
	11.025	- 1.618	14		9.421
	- 7.924				- 7.924
- 10.415					- 10.415
3.235					2.881
- 11.358	54.701	- 4.318	14		55.091
	- 1.827				- 1.827
		288	- 221		67
	- 1.827	288	- 221		55.158
					0
					0
					0
- 11.358	52.874	- 4.030	- 207		53.331



Zapf Creation AG ■ Mönchrödener Straße 13 ■ D-96472 Rödental  
Telefon: +49 (0) 95 63 / 7251-0 ■ Telefax: +49 (0) 95 63 / 7251-100 ■ E-Mail: [info@zapf-creation.de](mailto:info@zapf-creation.de) ■ Internet: [www.zapf-creation.de](http://www.zapf-creation.de)  
IR-Kontakt: Monika Collée ■ Telefon: +49 (0) 95 63 / 7251-195 ■ E-Mail: [monika.collee@zapf-creation.de](mailto:monika.collee@zapf-creation.de)