

# Quartalsbericht 3/2003



## Auf einen Blick

Kennzahlen Konzern	Q3/2003	Q3/2002	Q1-Q3/2003	Q1-Q3/2002	+/- Q1-Q3 in % <sup>2)</sup>
Umsatz in T€	79.058	78.891	139.072	139.053	0
EBITDA in T€	17.310	16.420	25.337	22.432	13
EBIT in T€	15.661	15.060	20.454	18.561	10
EPS (unverwässert) in €	1,30	1,25	1,66	1,49	11
CFPS (operativer Cashflow pro Aktie) in €	n.a.	n.a.	- 1,16	- 4,29	n.a.
Anzahl Mitarbeiter zum 30.9. <sup>1)</sup>	545	528	545	528	3
Höchstkurs (Xetra) in €	36,46 (8.9.)	27,00 (1.7.)	36,46 (8.9.)	29,50 (21.6.)	n.a.
Tiefstkurs (Xetra) in €	29,70 (31.7.)	19,58 (30.9.)	24,02 (11.3)	19,58 (30.9.)	n.a.
Kurs zum Quartalsende (Xetra) in €	32,99	19,58	32,99	19,58	68
Durchschnittskurs (Xetra) in €	32,62	22,73	30,37	24,26	25
Tägliches durchschnittliches Handelsvolumen (Xetra) in Stück	23.583	10.106	22.558	11.013	105
Marktkapitalisierung (Basis Quartalschluss) in Mio. €	263,92	156,64	263,92	156,64	68

<sup>1)</sup> ohne Vorstand und Auszubildende

<sup>2)</sup> gerundet

## Finanzterminkalender

Aktivität	Termin	Ort
Roadshow	30./31. Oktober 2003	London
Roadshow	3. bis 7. November 2003	USA
Consumer Conference HSBC	19. November 2003	Düsseldorf
Pressekonferenz vorläufige Zahlen Geschäftsjahr 2003	3. Februar 2004	Nürnberg
Global Conference Call	3. Februar 2004	
Bilanzpressekonferenz	25. März 2004	München
Analystenkonferenz	25. März 2004	Frankfurt
Global Conference Call	25. März 2004	
Ordentliche Hauptversammlung	11. Mai 2004	Rödental
Ergebnisse Q1/2004	11. Mai 2004	
Global Conference Call	11. Mai 2004	

# 9-Monatsbericht 2003

- Umsatz auf Vorjahresniveau, währungsbereinigt plus 7 %
- Zweistelliges Ergebnis-Wachstum
- EBIT-Marge legt zu

Der kumulierte Umsatz der Zapf Creation AG von Januar bis September 2003 beträgt 139,1 Mio. € und liegt damit auf Vorjahresniveau. Bereinigt um Währungskurseffekte wird ein Wachstum von 7 % erzielt. Das operative Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) legt um 10 % auf 20,5 Mio. € zu. Im Vergleich zur Vorjahresperiode steigt die EBIT-Marge um zwei Prozentpunkte auf 15 % an.

Die Rohmarge profitiert nach wie vor von der anhaltenden Dollarschwäche und liegt mit 58 % um drei Prozentpunkte über dem entsprechenden Vorjahreswert.

Der für diese Periode typische Mittelabfluss aus laufender Geschäftstätigkeit liegt mit 9,2 Mio. € unter dem Vorjahreswert (33,7 Mio. €) und hat sich somit um 24,5 Mio. € verbessert.

## Entwicklung der europäischen Märkte durchwegs positiv

Innerhalb Central Europe kann Deutschland die zum Halbjahr noch rückläufige Umsatzentwicklung ins Plus drehen und erreicht Ende September eine Steigerung um 4 %. Der Zuwachs basiert maßgeblich auf dem My Model-Konzept, das in Deutschland den Geschmack der Zielgruppe trifft.

Positiv entwickelt sich innerhalb Northern Europe der Wachstumsmarkt UK/Irland und legt um 33 % bzw. in Landeswährung um 47 % zu. Dieses Umsatzwachstum wird besonders von der Markteinführung der neuen Baby Annabell sowie einer über den Erwartungen liegenden Geschäftsentwicklung getragen.

Die wichtigen Märkte Spanien und Frankreich innerhalb der operativen Geschäftseinheit Southern Europe entwickeln sich im Rahmen der Planungen. Insbesondere Frankreich konnte mit erweiterten Leistungen bei den wichtigen Hypermärkten Umsatz gewinnen.

Die Geschäftsentwicklung in Eastern Europe hat sich im Vergleich zum Halbjahr 2003 nicht wesentlich verändert. Das Umsatzplus von 37 % nach neun Monaten stammt ausschließlich aus Russland.

Die operative Geschäftseinheit The Americas liegt hinter den Erwartungen und verzeichnet in lokaler Währung einen Umsatzrückgang von 5 %, umgerechnet in Euro beträgt das Minus 21 %. Grund dafür ist, dass die sehr positive Geschäftsentwicklung mit TOYS"R"US der vergangenen drei Jahre in 2003 nicht fortgesetzt werden kann, sondern hier niedrigere Aufträge, insbesondere für das wichtige Weihnachtsgeschäft, zu Buche schlagen. Aber auch weitere kleine Kunden bleiben hinter den Planungen zurück.

Der aggressive Wettbewerb im Bereich der Fashion Dolls, einem Marktsegment, in dem Zapf Creation nicht tätig ist, wirkt sich zunehmend auch auf das Segment Large Dolls aus und macht das Geschäft schwieriger.

Dieser Trend setzt sich auch in Australien fort und zeichnet für den Umsatzrückgang von 27 % in Asia/Australia verantwortlich.

	Q1-Q3 2003 T€	Q1-Q3 2002 T€	+/- in %
<b>Europe</b>	<b>108.703</b>	<b>99.996</b>	<b>9</b>
Central Europe	59.460	59.750	0
Northern Europe	30.952	24.517	26
Southern Europe	15.332	13.569	13
Eastern Europe	2.959	2.160	37
<b>The Americas</b>	<b>24.979</b>	<b>31.631</b>	<b>- 21</b>
<b>Asia/Australia</b>	<b>5.390</b>	<b>7.426</b>	<b>- 27</b>
<b>Gesamtumsatz</b>	<b>139.072</b>	<b>139.053</b>	<b>0</b>

### Das Trendthema „Fashion“ führt zu einer sehr positiven Entwicklung des My Model-Konzepts

Der Umsatz mit dem Markenspielkonzept BABY born® ist um rund 7 % im Vergleich zur Vorjahresperiode zurückgegangen. Dies basiert vor allem auf einem Rückgang bei der BABY born® miniworld, die sich in einem deutlich aggressiveren Wettbewerbsumfeld im Segment der Minipuppen bewegt.

Das Markenspielkonzept Baby Annabell verzeichnet im Vorjahresvergleich einen deutlichen Umsatzanstieg um 54 % auf 29,0 Mio. € (Q1-Q3/2002: 18,8 Mio. €). Dies ist auf die erfolgreiche Einführung der neuen Baby Annabell in Europa zurückzuführen. In UK, wo sich Baby Annabell seit der Markteinführung 1998 höchster Beliebtheit bei den kleinen Mädchen erfreut, wird die zweite Generation der Funktionspuppe vom Britischen Spielwarenverband in die „Top 10 Girls Toys 2003“ gewählt.

	Q1-Q3 2003 T€	Q1-Q3 2002 T€	+/- in %
BABY born®-Konzept	68.518	73.388	- 7
Baby Annabell	29.001	18.824	54
CHOU CHOU	27.499	31.445	- 13
Sonstige	14.056	15.123	- 7
<b>Puppen gesamt</b>	<b>139.074</b>	<b>138.780</b>	<b>0</b>
Maritim/Sonstige	- 2	273	n.a.
<b>Gesamtumsatz</b>	<b>139.072</b>	<b>139.053</b>	<b>0</b>

Das Thema „Fashion“ liegt weiterhin im Trend und ist von zentraler Bedeutung für kleine Mädchen geworden. Dies verschafft dem My Model-Konzept Umsatzwachstum. Besonders in Deutschland trifft der Schmink- und Frisierkopf den Geschmack der Zielgruppe. Auch auf europäischer Ebene kann My Model Erfolge verbuchen: 900 Kinder in neun Ländern wählen im Europäischen Spieletest 2003 von Duracell My Model auf den zweiten Platz.



### Maßnahmenplan zum Schutz vor SARS kann jederzeit wieder in Kraft gesetzt werden

Nachdem erste Informationen über einen möglicherweise erneuten Ausbruch der Lungenkrankheit SARS vorliegen, beobachtet der Vorstand dieses Thema wieder verstärkt. Sobald sich die Hinweise erhärten, wird der bewährte Maßnahmenplan mit zusätzlichen Büroräumen, einer organisatorischen Teilung der Mitarbeiter in Hongkong und verschärften Reiserichtlinien wieder in Kraft gesetzt.

### Aktueller Ausblick 2003: Reduktion des EBIT-Wachstums bei Umsatz auf Vorjahresniveau

Auf Grund des hinter den Erwartungen zurückbleibenden Amerika-Geschäftes, niedrigerer Auftragsbestände, einem durch neue Produkte gewachsenen Wettbewerb im Segment Fashion Dolls und anhaltenden Währungskurseffekten korrigiert die Zapf Creation AG ihren zum Halbjahr gegebenen Ausblick. Der Vorstand geht nunmehr davon aus, dass zum Jahresende 2003 ein Umsatzvolumen auf Vorjahresniveau, währungsbereinigt plus 7 %, sowie eine Steigerung des operativen Ergebnisses (EBIT) um 7 % erreicht werden.

Um insbesondere wieder an die positive Entwicklung in Amerika anknüpfen zu können, verfolgt die Zapf Creation AG im kommenden Jahr eine deutlich aggressivere Preis- und Marketingstrategie. Eine neue Funktionspuppe unter der Marke CHOU CHOU, deren Funktionalität alles überbietet, was von Zapf Creation bislang auf den Markt gebracht wurde, wird darüber hinaus sowohl auf dem amerikanischen Kontinent als auch weltweit für Umsatzimpulse sorgen.

Für Zapf Creation wird 2004 zudem das „Jahr der BABY born®“. Das erfolgreichste und etablierteste Markenspielkonzept von Zapf Creation erhält im nächsten Jahr frischen Wind. Nach zwölf Jahren bekommt die BABY born®-Puppe erstmals ein „Face Lifting“ und wird um eine weitere Funktion – sie kann jetzt auch gebadet werden – ergänzt. Die Funktionserweiterung erlaubt nun auch ein zusätzliches Zubehörsegment rund um das Thema „Wasser“. Ein leicht modifizierter Markenauftritt und daran angepasste, verstärkte Marketing-, PR- und POS-Aktivitäten sollen dem Relaunch des Konzeptes neue Dynamik verleihen.

### Aktienkurs stabilisiert sich um 35 €

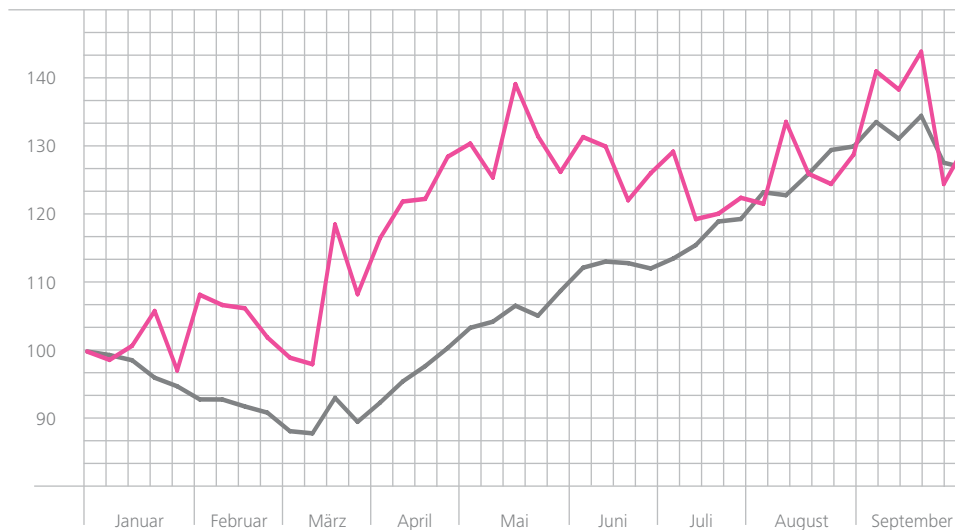
Auch im dritten Quartal kann der Kurs der Zapf Creation-Aktie nochmals leicht auf 36,46 € steigen. Zum Ende des Quartals liegt der Kurs bei 32,99 €.

Das durchschnittliche tägliche Handelsvolumen liegt im 3. Quartal bei 23.583 Aktien und somit erneut über den Volumina der Vorjahre.

Das zeigt deutlich, dass die Liquidität der Aktie zugenommen hat und es gelungen ist, die Investorenbasis sukzessive zu erweitern.

Anlässlich der Veröffentlichung der 9-Monatszahlen lädt Zapf Creation erstmals zu einer internationalen Investorenkonferenz nach Nürnberg ein. Im Rahmen dieser Veranstaltung wird die komplette Produkt-range 2004 den Investoren präsentiert.

### Aktienkursentwicklung 2003 (Indexdaten)



ISIN: DE 000 780 6002  
 Reuterskürzel: ZPF.ETR  
 Bloombergkürzel: ZPF GR  
 Anzahl der Aktien: 8 Millionen

— Zapf Creation AG (Schlusskurs Xetra, wöchentlich)  
 — MDAX

### Research Coverage/Aktienempfehlungen

ABN Amro	Oktober 2003	Kaufen
Commerzbank	Oktober 2003	Akkumulieren
Bankhaus Lampe	Juli 2003	Marketperform
Berenberg Bank	Juli 2003	Kaufen
CAI Cheuvreux	Juli 2003	Outperform
Deutsche Bank	Juli 2003	Halten
Dresdner Kleinwort Wasserstein	Juli 2003	Kaufen
HSBC Trinkaus & Burkhardt	Juli 2003	Kaufen
HypoVereinsbank	Juli 2003	Outperform
Cazenove	Mai 2003	Kaufen

## Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

der Zapf Creation AG, Rödental, für die Zeit vom 1. Januar bis 30. September 2003 nach US-GAAP

	Q3/2003 T€	Q3/2002 T€	Q1-Q3/2003 T€	Q1-Q3/2002 T€	+/- Q1-Q3 in % <sup>2)</sup>
<b>Umsatzerlöse netto</b>	79.058	78.891	139.072	139.053	0
Herstellungskosten des Umsatzes <sup>1)</sup>	- 33.138	- 34.037	- 58.420	- 63.010	- 7
<b>Rohrertrag</b>	<b>45.920</b>	<b>44.854</b>	<b>80.652</b>	<b>76.043</b>	<b>6</b>
Vertriebs- & Distributionskosten <sup>1)</sup>	- 11.128	- 10.664	- 20.990	- 21.147	- 1
Marketingkosten <sup>1)</sup>	- 11.667	- 11.485	- 18.853	- 19.177	- 2
Sonstige Verwaltungsaufwendungen und sonstige Erträge <sup>1)</sup>	- 7.464	- 7.645	- 20.355	- 17.158	19
<b>EBIT – operatives Ergebnis vor Zinsen und Steuern</b>	<b>15.661</b>	<b>15.060</b>	<b>20.454</b>	<b>18.561</b>	<b>10</b>
Zinsertrag	31	6	101	230	- 56
Zinsaufwand	- 926	- 512	- 2.222	- 1.839	21
<b>EBT – Ergebnis vor Steuern</b>	<b>14.766</b>	<b>14.554</b>	<b>18.333</b>	<b>16.952</b>	<b>8</b>
Steuern vom Einkommen und Ertrag	- 4.413	- 4.724	- 5.211	- 5.218	0
<b>Periodenergebnis</b>	<b>10.353</b>	<b>9.830</b>	<b>13.122</b>	<b>11.734</b>	<b>12</b>
Rohmarge in %	58	57	58	55	5

Personalaufwand nach Bereichen <sup>3)</sup>	Q3/2003 T€	Q3/2002 T€	Q1-Q3/2003 T€	Q1-Q3/2002 T€	+/- Q1-Q3 in % <sup>2)</sup>
Vertrieb & Distribution <sup>1)</sup>	1.967	1.915	6.120	6.100	0
Marketing	497	512	1.693	1.583	7
Sonstige Verwaltung	3.413	3.015	9.080	8.152	11
<b>Gesamt</b>	<b>5.877</b>	<b>5.442</b>	<b>16.893</b>	<b>15.835</b>	<b>7</b>

<sup>1)</sup> siehe Anhangangaben

<sup>2)</sup> gerundet

<sup>3)</sup> im operativen Aufwand bereits enthalten

## Konzernbilanz

der Zapf Creation AG, Rödental, zum 30. September 2003 nach US-GAAP

Aktiva	30.9.2003 T€	30.9.2002 T€	31.12.2002 T€
Flüssige Mittel	20.903	4.234	14.850
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	74.722	81.553	57.674
Vorräte	43.268	43.268	29.682
Rechnungsabgrenzungsposten	3.901	249	2.444
Sonstige Vermögensgegenstände	3.083	1.939	2.618
Aktive latente Steuerforderung (kurzfristig)	2.378	883	2.487
<b>Umlaufvermögen</b>	<b>148.255</b>	<b>132.126</b>	<b>109.755</b>
Sachanlagen und Software	27.817	28.701	28.523
Immaterielle Vermögensgegenstände	2.580	1.487	1.425
Aktive latente Steuerforderung (langfristig)	259	606	182
<b>Anlagevermögen</b>	<b>30.656</b>	<b>30.794</b>	<b>30.130</b>
	<b>178.911</b>	<b>162.920</b>	<b>139.885</b>
Passiva	30.9.2003 T€	30.9.2002 T€	31.12.2002 T€
Kurzfristiger Anteil der langfristigen Bankdarlehen und Kontokorrentverbindlichkeiten	53.141	52.726	22.914
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	19.877	18.097	15.689
Rückstellungen und sonstige Verbindlichkeiten	15.824	14.265	12.998
Steuerverbindlichkeiten	3.682	1.926	4.819
Passive latente Steuerverbindlichkeit (kurzfristig)	1.370	275	1.320
<b>Kurzfristige Verbindlichkeiten</b>	<b>93.894</b>	<b>87.289</b>	<b>57.740</b>
Darlehensverbindlichkeiten	16.831	21.748	20.317
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	54	80	68
Passive latente Steuerverbindlichkeit (langfristig)	973	1.103	973
<b>Langfristige Verbindlichkeiten</b>	<b>17.858</b>	<b>22.931</b>	<b>21.358</b>
Gezeichnetes Kapital	8.000	8.000	8.000
Kapitalrücklage	8.816	8.375	8.406
Eigene Anteile	– 1.829	– 4.269	– 4.181
Kumulierter Ausgleichsposten aus der Währungsumrechnung	– 3.575	– 451	– 1.987
Periodenergebnis und Gewinnvortrag	55.747	41.045	50.549
<b>Eigenkapital</b>	<b>67.159</b>	<b>52.700</b>	<b>60.787</b>
	<b>178.911</b>	<b>162.920</b>	<b>139.885</b>



## Konzern-Kapitalflussrechnung

der Zapf Creation AG, Rödental

	Q1–Q3/2003	Q1–Q3/2002
	T€	T€
<b>Mittelzufluss/-abfluss aus laufender Geschäftstätigkeit:</b>		
Periodenergebnis	13.122	11.734
Überleitungsrechnung vom Periodenergebnis zum Mittelzufluss/-abfluss aus laufender Geschäftstätigkeit:		
Abschreibungen auf Gegenstände des Anlagevermögens	5.035	4.141
Verlust (Gewinn) aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens	– 3	– 27
Personalaufwand aus Vergütung mit Aktien	309	0
Zunahme (Abnahme) der Aktiva und Passiva:		
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	– 17.280	– 40.070
Vorräte	– 13.623	– 17.989
Rechnungsabgrenzung und andere Aktiva	– 1.922	3.253
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen, Rückstellungen sowie andere Passiva	6.224	7.422
Steuerverbindlichkeit (vom Einkommen und Ertrag)	– 1.146	– 1.943
Latente Steuern	81	– 222
<b>Mittelzufluss/-abfluss aus laufender Geschäftstätigkeit</b>	<b>– 9.203</b>	<b>– 33.701</b>
<b>Mittelzufluss/-abfluss aus Investitionstätigkeit:</b>		
Einzahlungen aus Abgängen von Gegenständen des Anlagevermögens	363	465
Auszahlungen für Investitionen in das Anlagevermögen	– 5.942	– 8.571
<b>Mittelzufluss/-abfluss aus Investitionstätigkeit</b>	<b>– 5.579</b>	<b>– 8.106</b>
<b>Mittelzufluss/-abfluss aus Finanzierungstätigkeit:</b>		
Veränderung der kurz- und langfristigen Bankverbindlichkeiten	26.727	39.959
Einzahlungen aus der Weiterveräußerung eigener Anteile	2.762	429
Gewinnausschüttung für das Vorjahr	– 7.924	– 5.107
<b>Mittelzufluss/-abfluss aus Finanzierungstätigkeit</b>	<b>21.565</b>	<b>35.281</b>
Effekte aus Wechselkursänderungen	– 730	– 474
<b>Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelbestandes</b>	<b>6.053</b>	<b>– 7.000</b>
Finanzmittelbestand am Anfang der Periode	14.850	11.234
Finanzmittelbestand am Ende der Periode	20.903	4.234

## Entwicklung des konsolidierten Konzerneigenkapitals

der Zapf Creation AG, Rödental

	Im Umlauf befindliche Aktien TStück	Gezeichnetes Kapital T€
<b>Saldo per 31. Dezember 2002:</b>	<b>7.874</b>	<b>8.000</b>
Periodenergebnis und Ausgleichsposten aus der Währungsumrechnung		
Periodenergebnis		
Ausgleichsposten aus der Währungsumrechnung		
<b>Summe Periodenergebnis und Ausgleichsposten aus der Währungsumrechnung</b>		
Dividendenzahlungen		
Erwerb eigener Anteile		
Veräußerung eigener Anteile	91	
<b>Saldo per 30. September 2003:</b>	<b>7.965</b>	<b>8.000</b>

### Eigene Anteile

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

Depot No. 1 dient ausschließlich der Unterlegung des Aktienoptionsprogramms.

Depot No. 2 enthält Anteile, die Mitarbeitern in der Vergangenheit häufig vergünstigt auf Grund des positiven Geschäftsverlaufs bzw. im Rahmen erfolgreich abgeschlossener Projekte angeboten wurden.

Im Vergleich zum 30. Juni 2003 haben sich keine Änderungen in den Depots ergeben.

Depot	Buchwert	Anzahl	Anteil am Grundkapital
	T€	Stück	%
No. 1	1.733	32.313	0,40
No. 2	96	3.085	0,04
<b>Gesamt</b>	<b>1.829</b>	<b>35.398</b>	<b>0,44</b>

Kapital- rücklage	Eigene Anteile	Periodenergebnis und Gewinnvortrag und Gewinnrücklage	Ausgleichsposten aus der Währungs- umrechnung	Summe Eigenkapital
T€	T€	T€	T€	T€
8.406	- 4.181	50.549	- 1.987	60.787
		13.122		13.122
			- 1.588	- 1.588
		13.122	- 1.588	11.534
		- 7.924		- 7.924
				0
410	2.352			2.762
8.816	- 1.829	55.747	- 3.575	67.159

## Anhangangaben

Bezüglich des Konsolidierungskreises, der Konsolidierungsgrundsätze sowie der Währungsumrechnung sind im Zeitraum vom 1. Januar 2003 bis 30. September 2003 keine Änderungen gegenüber dem Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2002 zu vermerken. Auch die Grundsätze der Rechnungslegung wurden beibehalten.

Die Struktur der Gewinn- und Verlustrechnung erfuhr erstmalig per 31. Dezember 2002 einige Umgliederungen. Frachten (ohne interne Frachten), Transportversicherungsprämien, Konventionalstrafen, Kommissionierarbeiten, Agenturkräfte Logistik sowie Versicherungsentschädigungen aus der Transportversicherung sind nun nicht mehr in der Sektion „Logistikkosten“ enthalten, sondern gehen in die Herstellungskosten mit ein. Zur Gewährleistung der Vergleichbarkeit mit den Vorjahreswerten erfolgte eine entsprechende Anpassung der veröffentlichten Vorjahresdaten für

Q1/2002, Q2/2002, Q3/2002 und Q1–Q3/2002. Eine Reduktion der Vorjahresmarge ist hierdurch die Konsequenz. Die verbliebenen Logistikkosten (z. B. interne Frachten, Lagermieten, Unterhalt Betriebseinrichtungen Logistik etc.) bilden nun mit den Vertriebskosten die Aufwandsposition der „Vertriebs- und Distributionskosten“. PR-Aktivitäten zeigt die Gesellschaft nun unter den „Sonstigen Verwaltungsaufwendungen und sonstigen Erträgen“. Eine Anpassung der Vorjahresdaten erfolgte obligatorisch.

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



Zapf Creation AG ■ Mönchrödener Straße 13 ■ D-96472 Rödental

Telefon: +49 (0) 95 63 / 725-0 ■ Telefax: +49 (0) 95 63 / 725-116 ■ 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 / 725-195 ■ E-Mail: [monika.collee@zapf-creation.de](mailto:monika.collee@zapf-creation.de)