



# AUF EINEN BLICK

Zapf Creation AG

Kennzahlen Konzern	Q1 / 2006	Q1 / 2005	Q1 +/- in % <sup>1)</sup>
<b>Gewinn- und Verlustrechnung</b>			
Umsatz in T€	17.257	19.806	- 13
EBITDA in T€	-2.565	- 501	—
EBIT in T€	-3.928	-2.174	- 81
Ergebnis der Periode in T€	-5.285	-2.928	- 81
Ergebnis pro Aktie <sup>2)</sup> in €	-0,72	-0,40	- 81
<b>Bilanz</b>			
Bilanzsumme zum 31.3. in T€	88.968	120.888	- 26
Eigenkapital zum 31.3. in T€	4.989	35.014	- 86
Investitionen in T€	261	822	- 68
<b>Cashflow</b>			
CFPS (operativer Cashflow pro Aktie) in €	3,10	0,53	485
<b>Aktie</b>			
Höchstkurs (Xetra) in €	10,00 (2.3.)	18,03 (1.2.)	- 45
Tiefstkurs (Xetra) in €	7,39 (30.1.)	10,18 (24.3.)	- 27
Kurs zum Periodenende (Xetra) in €	9,40	10,80	- 13
Durchschnittlicher Kurs (Xetra) in €	8,67	14,71	- 41
Durchschnittliches Handelsvolumen (Xetra) in Stück	35.453	78.679	- 55
Marktkapitalisierung (Basis: Periodenende, Xetra) in Mio. €	75,20	86,40	- 13
<b>Mitarbeiter</b>			
Anzahl zum 31.3. <sup>3)</sup>	374	494	- 25

1) gerundet

2) unverwässert = verwässert

3) ohne Vorstand und Auszubildende

## Finanzkalender

Termin	Aktivität	Ort
Juni 2006	Bilanzpressekonferenz	München
	Analystenkonferenz	Frankfurt/Main
	Roadshow	Europa
August 2006	Ordentliche Hauptversammlung	Rödental
	Veröffentlichung Ergebnisse 2. Quartal/Halbjahr 2006	

## Bericht zum 1. Quartal 2006

- **Geschäftsverlauf in den ersten drei Monaten erwartungsgemäß**
- **Verbesserung des Working Capital durch Abbau von Vorräten und Forderungen**
- **Nettoverschuldung zurückgeführt**

Die Zapf Creation AG erzielte im ersten Quartal 2006 einen Umsatz von 17,3 Mio. €, der um 13 % unter Vorjahr lag (Q1 / 2005: 19,8 Mio. €). Die erwartungsgemäße Umsatzentwicklung ist maßgeblich auf Umsatzverschiebungen in das zweite Quartal aufgrund des späten Ostergeschäftes zurückzuführen.

Die Ergebnisentwicklung des Zapf Creation-Konzerns im ersten Quartal 2006 reflektiert auf der Kostenseite erste positive Auswirkungen des Restrukturierungsprogramms. Dieses hat zu Einsparungen, hauptsächlich bei Personalkosten, von 1,5 Mio. € geführt. Die Anzahl der Mitarbeiter wurde per 31. März 2006 auf 374 reduziert (per 31. März 2005: 494 Mitarbeiter). Jedoch konnten die Rückgänge bei Umsatz und Rohertrag noch nicht kompensiert werden. Die Rohertragsmarge verringerte sich auf 40,7 % (Q1 / 2005: 45,8 %).

Das operative Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) erreichte im ersten Quartal –3,9 Mio. € (Q1 / 2005: –2,2 Mio. €). Darin sind Restrukturierungsaufwendungen in Höhe von 0,5 Mio. € enthalten (Q1 / 2005: 0,3 Mio. €). Zinsaufwendungen i. H. v. 1,2 Mio. € (Q1 / 2005: 0,7 Mio. €) haben das Ergebnis vor Steuern (EBT) nachhaltig belastet, es betrug im ersten Quartal 2006 –5,1 Mio. € (Q1 / 2005: –2,8 Mio. €). Nach Steuern weist der Zapf Creation-Konzern ein Quartalsergebnis von –5,3 Mio. € aus (Q1 / 2005: –2,9 Mio. €). Das Ergebnis je Aktie lag bei –0,72 € (Q1 / 2005: –0,40 €).

Trotz der höheren Verluste konnte im ersten Quartal die Nettoverschuldung im Vergleich zum Vorjahresquartal von 53,7 Mio. € auf 51,5 Mio. € zurückgeführt werden.

### Spätes Ostergeschäft führt zu Umsatzverschiebungen in Deutschland und Großbritannien

Central Europe verzeichnete mit 7,2 Mio. € (Q1 / 2005: 7,8 Mio. €) einen Umsatzrückgang, der maßgeblich auf ein späteres Ostergeschäft zurückzuführen ist. Insbesondere in Deutschland sind Teile des Osterumsatzes im Vergleich zum Vorjahr erst im 2. Quartal 2006 enthalten. Dennoch konnte

Zapf Creation in Deutschland ihre führende Position im Segment Spiel- und Funktionspuppen mit Zubehör mit einem Marktanteil von rund 60 % behaupten. (NPD/Eurotoys 4/2006)

Auch in Northern Europe ist ein zeitlich versetzter Osterumsatz Grund für eine schwächere Geschäftsentwicklung. Es wurde ein Umsatz von 3,2 Mio. € erzielt (Q1 / 2005: 4,3 Mio. €). Außerdem waren im ersten Quartal 2005 Umsätze mit einem Kunden enthalten, der Mitte 2005 seine Geschäftstätigkeit eingestellt hat.

In Italien hat Zapf Creation das operative Geschäft im Februar 2006 an einen Vertriebspartner übergeben. Dies ist hauptsächlich für den leichten Umsatzrückgang in Southern Europe auf 2,1 Mio. € (Q1 / 2005: 2,2 Mio. €), da der Wechsel der Vertriebsstrategie zu zeitlich verzögerten Umsätzen geführt hat.

Mit 2,6 Mio. € verzeichnete Zapf Creation in Eastern Europe ein erfreuliches Umsatzplus von 45 % (Q1/2005: 1,8 Mio. €). Eine gute Geschäftsentwicklung in Russland sowie gestiegene Umsätze in Polen und der Tschechischen Republik haben sich im Quartalszeitraum positiv ausgewirkt.

Die Umsätze in The Americas lagen mit 1,9 Mio. € erheblich unter dem Vorjahresquartal (Q1 / 2005: 3,4 Mio. €), da die Umstellung auf ein verändertes Geschäftsmodell erwartungsgemäß zu einem Rückgang führte.

### Umsatzverteilung nach Business Units

	Q1/2006	Q1/2005	+/-	+/-
	T€	T€	% <sup>1)</sup>	T€
<b>Europe</b>	<b>15.167</b>	<b>16.195</b>	<b>-6</b>	<b>-1.028</b>
Central Europe	7.187	7.817	-8	-630
Northern Europe	3.229	4.326	-25	-1.097
Southern Europe	2.116	2.240	-6	-124
Eastern Europe	2.635	1.812	45	823
<b>The Americas</b>	<b>1.877</b>	<b>3.451</b>	<b>-46</b>	<b>-1.574</b>
<b>Asia/Australia</b>	<b>213</b>	<b>160</b>	<b>33</b>	<b>53</b>
<b>Gesamtumsatz</b>	<b>17.257</b>	<b>19.806</b>	<b>-13</b>	<b>-2.549</b>

1) gerundet

### BABY born®-Umsätze schwächer aufgrund der Markteinführung von BABY born® Magic Eyes im 2. Halbjahr

Die Umsätze mit dem BABY born®-Konzept gingen im ersten Quartal auf 7,4 Mio. € (Q1/2005: 10,2 Mio. €) zurück. Grund hierfür ist die bevorstehende Markteinführung der neuen Funktionspuppe „BABY born® Magic Eyes“. Die so genannte „Dry-Out-Phase“ führt aufgrund des zurückhaltenden Orderverhaltens des Handels zu einem erwarteten Umsatzrückgang in den ersten Monaten. Dieser wird jedoch bis zum Jahresende durch die Produktneueinführung wieder ausgeglichen.

Der Umsatz mit dem Baby Annabell®-Konzept lag mit 5,3 Mio. € deutlich über dem Vorjahresquartal (3,9 Mio. €), da die damals anstehende Markteinführung der neuen Baby Annabell® mit Tränenfunktion im zweiten Halbjahr 2005 das erste Quartal 2005 negativ beeinflusste.

Ein vergleichbarer Effekt beeinträchtigte auch die CHOU CHOU-Umsätze im ersten Quartal. Durch die Neueinführung der „Talking CHOU CHOU“ im zweiten Quartal 2006 ergibt sich eine zeitliche Verschiebung der Umsatzentwicklung. Die Umsätze im ersten Quartal 2006 gingen deshalb auf 2,2 Mio. € zurück (Q1/2005: 4,3 Mio. €).

Der Umsatzrückgang der Sonstigen Spiel- und Funktionspuppen ist auf die Portfoliobereinigung und den damit verbundenen Ausstieg aus Randmarken zurückzuführen.

### Guter Start der Minipuppenlinie Missy Milly® in Deutschland

Mit der Markteinführung des neuen Minipuppenkonzeptes Missy Milly® in Deutschland konnten die Umsätze der Produktlinie Minipuppen auf 1,4 Mio. € (VJ: 0,4 Mio. €) deutlich gesteigert werden. Mit dem guten Start von Missy Milly® konnte Zapf Creation im Segment Minipuppen im wichtigen deutschen Markt bereits im April 2006 einen Marktanteil von 7 % erzielen (NPD/Eurotoys 4/2006).

Für den Umsatzanstieg von 0,3 Mio. € (Q1/2005) auf 0,7 Mio. € im Bereich „Sonstiges“ zeichnet hauptsächlich die positive Entwicklung der Schmink- und Frisierköpfe My Model verantwortlich.

### Umsatzverteilung nach Produktlinien

	Q1/2006 T€	Q1/2005 T€	+/- % <sup>1)</sup>	+/- T€
<b>Spiel- und Funktionspuppen</b>	<b>15.147</b>	<b>19.105</b>	<b>-21</b>	<b>-3.958</b>
BABY born®	7.435	10.228	-27	-2.793
Baby Annabell®	5.256	3.920	34	1.336
CHOU CHOU	2.191	4.320	-49	-2.129
Sonstige	265	637	-58	-372
<b>Minipuppen</b>	<b>1.407</b>	<b>443</b>	<b>217</b>	<b>964</b>
<b>Sonstiges</b>	<b>703</b>	<b>258</b>	<b>173</b>	<b>445</b>
<b>Gesamtumsatz</b>	<b>17.257</b>	<b>19.806</b>	<b>-13</b>	<b>-2.549</b>

<sup>1)</sup> gerundet

### Ausblick 2006

Für 2006 geht Zapf Creation von einem Rückgang des Konzernumsatzes im einstelligen Prozentbereich aus. Grund ist die weiterhin schwierige Marktsituation in Deutschland sowie die bereits angepasste Vertriebsstrategie in den USA. Ungeachtet dessen rechnet der Vorstand aufgrund der Maßnahmen zur Optimierung der Umsatzqualität (Margenverbesserung) und durch die Reduzierung von besonderen Aufwendungen mit einer deutlichen Ergebnisverbesserung. Darüber hinaus sind Maßnahmen zur Senkung der Kosten um 7 Mio. € eingeleitet worden, beispielsweise der bereits laufende Abbau von 80 Stellen weltweit. Insgesamt rechnet der Vorstand für das Jahr 2006 mit einer Verbesserung des EBIT um mindestens 15 Mio. €. Zudem ist die weitere Verringerung der Nettoverschuldung um ca. 5 Mio. € geplant.

Mit den neuen Spielkonzepten setzt Zapf Creation 2006 neue Innovationsimpulse im Bereich Mädchenspielwaren. Basierend auf der im Dezember 2005 auf Super RTL gestarteten, neuen Cartoonserie „Missy Milly“ besetzt Zapf Creation mit dem Minipuppenkonzept Missy Milly® eine strategische Lücke. Das Konzept wurde Anfang 2006 in Deutschland auf den Markt gebracht und wird im zweiten Halbjahr in Großbritannien eingeführt.

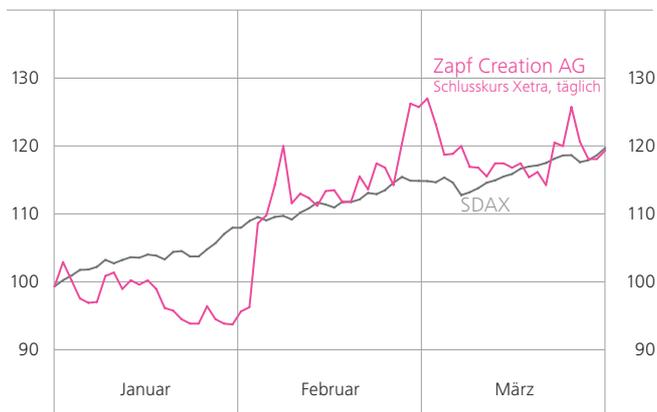
Die trendige Linie „Girls – best friends“ steht für eine neue Funktionspuppengeneration für 4 bis 8-jährige Mädchen, die am liebsten das spielen, was sie selbst gerne erleben würden. Deshalb sehen die neuen Funktionspuppen „Girls – best friends“ auch aus wie ganz normale Mädchen. Dabei tragen die Girls die erträumte, trendige Glitzer-Glimmer-Mode und besitzen die neusten Accessoires. Der Produktlaunch wird im zweiten Halbjahr 2006 zunächst in Deutschland erfolgen

## Die Aktie

Die Zapf Creation-Aktie bewegte sich bis Ende Januar weiter auf dem niedrigen Niveau vom Dezember 2005 und erreichte am 30. Januar 2006 mit 7,39 € den Tiefstkurs im ersten Quartal. Am 1. Februar gab die Zapf Creation AG bekannt, dass Dr. Georg Kellinghusen mit Wirkung zum 15. Februar 2006 als neuer Finanzvorstand gewonnen werden konnte. Die Bekanntgabe der vorläufigen Ergebnisse der Sonderuntersuchung am 27. Februar wurde vom Markt positiv aufgenommen. Die Aktie erholte sich und erreichte am 2. März ihren Höchstkurs von 10,00 €. Das erste Quartal 2006 wurde mit einem Kurs von 9,40 € abgeschlossen.

### Aktienkursentwicklung

1. Januar bis 31. März 2006, indiziert



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

### Directors' Dealing

In der Zeit vom 1. Januar bis 31. März 2006 wurden durch die Organe der Gesellschaft keine Directors' Dealings nach § 15a WpHG gemeldet.

## 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 unterlegt die Möglichkeit einer Aktiengewährung an Mitarbeiter aufgrund erbrachter Sonderleistungen oder auf der Grundlage einer positiven Geschäftsentwicklung der Gesellschaft.

Die Depotbestände weisen keine Veränderungen auf.

	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>

## Anhangangaben

Der Konzernabschluss der Zapf Creation AG und ihrer Tochtergesellschaften wird für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2005 bis zum 31. Dezember 2005 erstmals in Übereinstimmung mit den International Financial Reporting Standards (IFRS) aufgestellt. Es erfolgt eine Umstellung der Rechnungslegung von den bisherigen, in den USA allgemein anerkannten, Rechnungslegungsgrundsätzen (United States Generally Accepted Accounting Principles = US-GAAP) hin zu den IFRS. IFRS wird nunmehr auch für die Quartalsberichterstattung angewendet.

In den Konzernabschluss werden neben der Konzern-Muttergesellschaft Zapf Creation AG alle Tochtergesellschaften des Konzerns einbezogen. Die Muttergesellschaft hält an den Tochtergesellschaften ausschließlich 100%ige Beteiligungen. Im Geschäftsjahr 2005 wurde mit Stichtag 1. Juli 2005 die Konzern-Tochtergesellschaft Zapf Creation (Australia) Pty. Ltd. verkauft und entsprechend endkonsolidiert. Die Gesellschaft ist in den Vergleichszahlen Q1 / 2005 noch enthalten.

# QUARTALSABSCHLUSS 1 / 2006

Zapf Creation AG

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung	Q1/2006 T€	Q1/2005 T€
Umsatzerlöse	17.257	19.806
Aufwendungen für Wareneinsatz	-10.234	-10.743
<b>Bruttoergebnis vom Umsatz</b>	<b>7.023</b>	<b>9.063</b>
Vertriebs- und Distributionsaufwendungen	-3.168	-3.427
Marketingaufwendungen	-2.344	-2.972
Verwaltungsaufwendungen	-4.585	-5.167
Sonstige Erträge	79	605
Sonstige Aufwendungen	-405	-19
Restrukturierungsaufwendungen	-528	-257
<b>Ergebnis vor Zinsen und Ertragsteuern</b>	<b>-3.928</b>	<b>-2.174</b>
Finanzerträge	46	100
Finanzaufwendungen	-1.187	-704
<b>Ergebnis vor Ertragsteuern</b>	<b>-5.069</b>	<b>-2.778</b>
Ertragsteuern	-216	-150
<b>Ergebnis der Periode</b>	<b>-5.285</b>	<b>-2.928</b>
Ergebnis pro Aktie (in €)	-0,72	-0,40

Personalaufwand nach Bereichen <sup>1)</sup>	Q1/2006 T€	Q1/2005 T€
Vertrieb & Distribution	1.683	2.166
Marketing	501	607
Sonstige Verwaltung	1.846	2.377
<b>Gesamt</b>	<b>4.030</b>	<b>5.150</b>

1) im operativen Aufwand bereits enthalten

# QUARTALSABSCHLUSS 1 / 2006

Zapf Creation AG

Konzernbilanz	31. 3. 2006	31. 12. 2005	31. 3. 2005
	T€	T€	T€
<b>Aktiva</b>			
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>	<b>61.229</b>	<b>104.202</b>	<b>83.065</b>
Flüssige Mittel	10.297	9.353	13.727
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	26.626	68.496	30.990
Vorräte	15.935	16.956	27.178
Ertragsteuerforderungen	4.282	4.411	4.276
Sonstige Vermögenswerte	4.089	4.986	6.894
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>	<b>27.739</b>	<b>28.934</b>	<b>37.023</b>
Sachanlagen	19.399	20.194	22.896
Immaterielle Vermögenswerte	6.122	6.523	8.450
Sonstige Vermögenswerte	2.000	217	4.288
Latente Steuerforderungen	218	2.000	1.389
<b>Aktiva gesamt</b>	<b>88.968</b>	<b>133.136</b>	<b>120.088</b>
<b>Passiva</b>			
<b>Kurzfristige Schulden</b>	<b>64.156</b>	<b>101.337</b>	<b>75.897</b>
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	42.548	61.266	58.528
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	16.518	30.388	13.077
Ertragsteuerverbindlichkeiten	716	732	1.464
Sonstige Verbindlichkeiten	2.881	5.341	1.515
Rückstellungen	1.493	3.610	1.313
<b>Langfristige Schulden</b>	<b>19.823</b>	<b>21.560</b>	<b>9.177</b>
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	19.260	21.060	8.935
Latente Steuerverbindlichkeiten	563	500	242
<b>Eigenkapital</b>	<b>4.989</b>	<b>10.239</b>	<b>35.014</b>
Gezeichnetes Kapital	8.000	8.000	8.000
Kapitalrücklage	8.052	8.052	8.052
Ergebnis der Periode und Gewinnvortrag	279	5.564	30.356
Kumuliertes übriges Eigenkapital	16	-19	-36
Eigene Anteile	-11.358	-11.358	-11.358
<b>Passiva gesamt</b>	<b>88.968</b>	<b>133.136</b>	<b>120.088</b>

QUARTALSABSCHLUSS 1 / 2006

Zapf Creation AG

Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung

	Kumuliertes übriges Eigenkapital							
	Im Umlauf befindliche Aktien TStück	Gezeichnetes Kapital T€	Kapitalrücklage T€	Ergebnis der Periode und Gewinnrücklage T€	Ausgleichs-posten aus der Währungs-umrech-nung T€	Derivative Finanz-instru-mente T€	Eigene Anteile T€	Summe Eigenkapital T€
Saldo zum 31. Dezember 2004:	7.427	8.000	8.052	33.284	77	-168	-11.358	37.887
Ergebnis der Periode				-2.928				-2.928
Veränderung des übrigen Eigenkapitals					-7	62		55
<b>Gesamteinkommen der Periode</b>				-2.928	-7	62		-2.873
Saldo zum 31. März 2005:	7.427	8.000	8.052	30.356	70	-106	-11.358	35.014
Ergebnis der Periode				-24.792				-24.792
Veränderung des übrigen Eigenkapitals					-136	153		17
<b>Gesamteinkommen der Periode</b>				-24.792	-136	153		-24.775
Saldo zum 31. Dezember 2005:	7.427	8.000	8.052	5.564	-66	47	-11.358	10.239
Ergebnis der Periode				-5.285				-5.285
Veränderung des übrigen Eigenkapitals					-102	137		35
<b>Gesamteinkommen der Periode</b>				-5.285	-102	137		-5.250
Saldo zum 31. März 2006:	7.427	8.000	8.052	279	-168	184	-11.358	4.989

# QUARTALSABSCHLUSS 1 / 2006

Zapf Creation AG

Konzern-Kapitalflussrechnung	Q1/2006 T€	Q1/2005 T€
<b>Mittelzufluss/-abfluss aus laufender Geschäftstätigkeit:</b>		
Operatives Ergebnis vor Ertragsteuern	-5.069	-2.778
Abschreibungen auf langfristige Vermögenswerte	1.363	1.674
Aufwendungen/Erträge aus dem Abgang langfristiger Vermögenswerte	-3	-29
Finanzaufwendungen/-erträge	1.141	604
Sonstige zahlungsunwirksame Erträge und Aufwendungen	75	20
Zunahme/Abnahme der Aktiva und Passiva:		
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	41.943	18.668
Vorräte	1.025	1.497
Sonstige Vermögenswerte	955	-4.194
Verbindlichkeiten und Rückstellungen	-18.358	-12.966
Ertragsteuerzahlungen	-41	1.404
<b>Mittelzufluss/-abfluss aus laufender Geschäftstätigkeit</b>	<b>23.031</b>	<b>3.900</b>
<b>Mittelzufluss/-abfluss aus Investitionstätigkeit:</b>		
Einzahlungen aus Abgängen von Sachanlagen und immateriellen Vermögenswerten	49	113
Auszahlungen für Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte	-261	-822
<b>Mittelzufluss/-abfluss aus Investitionstätigkeit</b>	<b>-212</b>	<b>-709</b>
<b>Mittelzufluss/-abfluss aus Finanzierungstätigkeit:</b>		
Einzahlungen aus der Aufnahme langfristiger Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	200	7.014
Auszahlungen für die Tilgung langfristiger Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	-1.800	-8.857
Veränderung der Verbindlichkeiten aus kurzfristiger Kreditaufnahme	-18.918	-3.987
Gezahlte Zinsen	-1.310	-995
Erhaltene Zinsen	46	106
<b>Mittelzufluss/-abfluss aus Finanzierungstätigkeit</b>	<b>-21.782</b>	<b>-6.719</b>
Effekte aus Wechselkursänderungen	-93	214
<b>Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelbestandes</b>	<b>944</b>	<b>-3.314</b>
Finanzmittelbestand am Anfang der Periode	9.353	17.041
Finanzmittelbestand am Ende der Periode	10.297	13.727

Zapf Creation AG Mönchrödener Straße 13 D-96472 Rödental

Telefon: +49 (0) 9563/72 51 -0 Telefax: +49 (0) 9563/72 51 -100 E-Mail: [info@zapf-creation.de](mailto:info@zapf-creation.de) [www.zapf-creation.de](http://www.zapf-creation.de)