

## V. Risikobericht

Die Überwachung, Steuerung und Analyse von Risiken gehört zu den zentralen Managementaufgaben der Zapf Creation AG und des Zapf Creation-Konzerns. Der Konzern verfügt über ein gemäß § 91 Abs. 2 AktG eingerichtetes Risikoüberwachungssystem.

### Risikomanagementsystem

Der Konzern verfügt über Geschäftsgrundsätze, die die Identifikation, Bewertung, Steuerung und Dokumentation von Risiken in einem Risikomanagementsystem umfassen. Das System informiert die Entscheidungsträger des Unternehmens unverzüglich und unmittelbar über bestehende oder neu auftretende Risiken für den Konzern.

Die Identifikation möglicher Risiken erfolgt kontinuierlich. Die Analyse findet regelmäßig statt und wird von einem Beauftragten für das Risikomanagement überwacht. Sollten einzelne Risiken signifikant zunehmen oder eventuell sogar das Unternehmen gefährden, informiert der Beauftragte unverzüglich und direkt den Vorstand.

Die für den Zapf Creation-Konzern und die Zapf Creation AG relevanten Risiken lassen sich in die folgenden Kategorien einteilen:

#### Externe Risiken

- Gesamtwirtschaftliche Risiken
- Branchenspezifische Risiken
- Rechtliche Risiken
- Ethik- und Umweltrisiken

#### Operative Risiken

- Beschaffungsrisiken
- Risiken aus betrieblichen Prozessen

#### Finanzrisiken

- Eigenkapitalrisiken
- Liquiditäts- und Finanzierungsrisiken
- Währungs- und Zinsrisiken
- Risiken aus laufenden Betriebsprüfungen

#### Strategische Risiken

- Markenimagerisiken
- Absatzrisiken
- Entwicklungs- und Qualitätsrisiken
- Personalrisiken
- Rechtsstreit zwischen MGA und Mattel

Analyse und Darstellung im Rahmen des Risikomanagementsystems beschränken sich nicht auf die bestehenden Risiken. Als Grundlage für die Steuerung des Konzerns werden zusätzlich auch die sich ergebenden Chancen analysiert und dargestellt.

Eine isolierte Betrachtung der jeweiligen Risikoarten erfolgt nicht, da die einzelnen Risiken wechselseitig voneinander abhängen. Aus diesem Grund wird ein integriertes Risikoportfolio des Zapf Creation-Konzerns erstellt. Dieses Portfolio wird, unterschieden nach Risiken „vor Gegenmaßnahmen“ und „nach Gegenmaßnahmen“, bewertet, dokumentarisch aufbereitet und an die verantwortlichen Gremien berichtet.

## Externe Risiken

### Gesamtwirtschaftliche Risiken

Im Jahresverlauf 2008 hat sich die internationale Finanzmarktkrise, die im Vorjahr mit dem Zusammenbruch des Segments für Immobilienfinanzierungen minderer Qualität in den USA begonnen hatte (sogenannte Subprime-Krise), zu einer globalen Wirtschaftskrise ausgeweitet. Immer mehr Industriezweige gerieten in Finanzierungsschwierigkeiten, die Nachfrage zunächst nach Investitionsgütern und langlebigen Konsumgütern ging erheblich zurück. Im vierten Quartal 2008 wirkte das nachlassende Vertrauen bei Konsumenten und Investoren auch zunehmend negativ auf den Handel. Im Weihnachtsgeschäft litten einige Branchen, darunter auch der Spielwarenhandel, teilweise unter einer spürbaren Kaufzurückhaltung der Verbraucher.

Im Verlauf des zweiten Quartals 2009 verlangsamte sich die Talfahrt der Konjunktur. Trotz erster positiver Signale gehen Fachleute jedoch davon aus, dass die Weltwirtschaft nur zögerlich auf einen dauerhaften Wachstumspfad zurückkehren wird. Sollte die Konsumschwäche 2009 weiter anhalten, ist mit negativen Folgen für die Nachfrage nach den Produkten des Zapf Creation-Konzerns zu rechnen.

### Branchenspezifische Risiken

Die globale Wirtschaftskrise hat bereits das Weihnachtsgeschäft 2008 für den Spielwareneinzelhandel deutlich erschwert. Das Segment der Spiel- und Funktionspuppen, in dem Zapf Creation schwerpunktmäßig tätig ist, verzeichnete 2008 infolge des schwachen vierten Quartals auf wichtigen Märkten in Europa rückläufige Umsätze. Obgleich es im Jahresverlauf 2009 erste Anzeichen für eine Abschwächung der globalen Rezession gab, ist ein unverändert gedrosselter Konsum, etwa infolge schwacher Arbeitsmärkte, in zahlreichen Ländern weiter nicht auszuschließen. Dies könnte die Nachfrage nach Spielwaren sowie insbesondere nach Puppen dämpfen.

Der internationale Spielwarenmarkt ist in hohem Maße abhängig von der demografischen Entwicklung. Aufgrund der in den vergangenen Jahren abnehmenden Geburtenzahlen ist der Gesamtmarkt für Spielwaren insbesondere in Deutschland, dem Kernmarkt des Konzerns, rückläufig. Für das Jahr 2008 erwartete das Statistische Bundesamt eine etwa auf dem Vorjahresniveau stagnierende Geburtenzahl von 680.000 bis 690.000 Kindern (2007: 685.000 Geburten). Dieser Wert läge jedoch weiter deutlich unter dem langfristigen Durchschnitt. Die rückläufige demografische Entwicklung könnte mittel- bis langfristig zu einer nachhaltig geringeren Nachfrage nach Spiel- und Funktionspuppen und zu entsprechenden Umsatzeinbußen für den Zapf Creation-Konzern führen.

Die Geburtenraten in den wichtigen Spielwarenmärkten Frankreich, Großbritannien, Italien und Spanien liegen hingegen über dem deutschen Durchschnitt. Eine gute demografische Entwicklung zeigen, gemessen an der Bevölkerungszahl, Frankreich und Großbritannien.

Darüber hinaus hat sich das Konsumentenverhalten gewandelt. Spontane Impulskäufe im Niedrigpreissegment nehmen zu, was eine höhere Preissensibilität der Kunden dokumentiert. Dieser Trend kann sich ebenfalls nachteilig auf den Umsatz des Konzerns auswirken. Hinzu kommt, dass die Bedeutung der Weihnachtssaison für die Branche weiter zugenommen hat. Sollte es in diesem Zeitraum zu negativen internen oder externen Entwicklungen für den Zapf Creation-Konzern kommen (zum Beispiel durch Lieferengpässe), steigt das Risiko eines entsprechenden Umsatz- und Ergebnisausfalls.

Durch neue Spielrends wie elektronisches Spielzeug geht der Anteil der Puppen im Verhältnis zu anderem Spielzeug langfristig zurück. Darüber hinaus besteht bei Mädchen die Tendenz, sich schneller zu entwickeln, d. h. früher erwachsen zu werden, was sich auf deren Spielverhalten auswirkt. Beide Entwicklungen können dazu führen, dass langfristig weniger Zapf Creation-Produkte gekauft werden.

Trotz dieser Brancheneinflüsse konnte der Zapf Creation-Konzern im Jahr 2008 in europäischen Zielmärkten wie Deutschland und Großbritannien seine führenden Positionen im Bereich Spiel- und Funktionspuppen behaupten. Zapf Creation verfügt über effiziente Strukturen und eingespielte Abläufe, die es erlauben, Veränderungen der Branchensituation in den jeweiligen nationalen Märkten zügig zu erkennen, zu bewerten und geeignete Maßnahmen zu ergreifen, um negative Folgen für den Konzern zu minimieren.

#### **Rechtliche Risiken**

Der Zapf Creation-Konzern ist international tätig und hat somit eine Vielzahl von Normen und Vorschriften zu berücksichtigen und einzuhalten. Insbesondere die steuerlichen Rahmenbedingungen und Vorschriften in den einzelnen Ländern haben in der Regel direkte – positive oder negative – Auswirkungen auf die Ertrags- und Vermögenslage von AG und Konzern.

Die verschiedenen Qualitätsspezifikationen umfassen alle relevanten Richtlinien, Normen und Standards sowie kundenspezifische Vorschriften und schreiben diese für das gesamte Produktportfolio fest. Rechtsrisiken sind dabei derzeit nicht ersichtlich.

Nach Kenntnis der Gesellschaft sind darüber hinaus weder die Zapf Creation AG noch ihre Tochtergesellschaften Partei von Gerichts- oder Schiedsverfahren oder Verfahren vor Verwaltungsbehörden, die einen erheblichen Einfluss auf die wirtschaftliche Lage des Konzerns haben könnten. Solche Verfahren sind nach Kenntnis der Gesellschaft auch nicht angedroht. Für die bestehenden Risiken aus Rechtsstreitigkeiten wurden in angemessenem Umfang Rückstellungen gebildet.

#### **Ethik- und Umweltrisiken**

Im Rahmen eines umfassenden Qualitätsmanagements misst der Zapf Creation-Konzern der Einhaltung von ethischen Standards bei der Beschaffung und in der Produktion große Bedeutung bei (nähere Erläuterungen im Absatz „Qualitätsmanagement“). Darauf basierend hat sich der Zapf Creation-Konzern zur strikten und dauerhaften Befolgung des ICTI-Verhaltenskodexes verpflichtet, mit dem der internationale Spielwarenverband auf die Sicherung angemessener Arbeitszeiten sowie die Einhaltung von Sozial- und Umweltstandards seitens der Lieferanten hinwirkt. In diesem Zusammenhang sind keine wesentlichen Risiken für den Zapf Creation-Konzern erkennbar.

## Operative Risiken

### Beschaffungsrisiken

Die Beschaffung und Produktion der Handelswaren des Zapf Creation-Konzerns erfolgte im Jahr 2008 wie in den Vorjahren ausschließlich in China. Die Beschaffung und Produktion ist dabei auf mehrere, überwiegend langjährige Geschäftspartner verteilt, die meist mehrere voneinander örtlich unabhängige Produktionsstätten betreiben. Das Risiko eines gleichzeitigen Ausfalls mehrerer Lieferanten ist somit begrenzt.

Beschaffungsrisiken können durch die spezifischen Gegebenheiten in China entstehen. Dazu zählt der unverändert vorhandene Mangel an Arbeitskräften im südchinesischen Perflussdelta, wo 70 % der weltweiten Spielwaren hergestellt werden. Im Jahr 2008 kam es überdies zu einer teilweise sehr deutlichen Erhöhung der Lohn- und Rohstoffkosten. Dadurch verteuerten sich die Wareneinstandspreise für Zapf Creation entsprechend. Wechselkurseffekte begünstigten allerdings die in den Euro-Regionen erzielten Rohertträge und schwächten die Kostensteigerungen auf der Beschaffungsseite ab. Der Vorstand hat die entsprechenden Maßnahmen ergriffen, um die Kosten für die Produkte weiter zu reduzieren, und geht deshalb nicht von einem allgemeinen Anstieg der Beschaffungspreise aus.

Auch die zunehmenden Engpässe in der Stromversorgung in China sind als Risikofaktor zu nennen. Zudem hatte die chinesische Regierung als Reaktion auf die Diskussion um die Sicherheit von in China hergestellten Spielwaren Ende 2007 rund 700 Produzenten die Exportlizenz entzogen. Allerdings waren darunter keine den Zapf Creation-Konzern beliefernden Hersteller. Es kann jedoch nicht ausgeschlossen werden, dass es künftig aufgrund vergleichbarer, außerhalb des Einflussbereichs der Gesellschaft liegender Umstände zu Lieferengpässen kommen wird. Grundsätzlich bedingt die Konzentration der Produktion auf ein einziges Lieferland ein latentes Risiko.

MGA Entertainment hat mit Wirkung ab März 2008 die Produktion der BABY born®-Puppen aus Gründen der Risikostreuung und in enger Absprache mit der Zapf Creation AG auf zwei neue Produzenten übertragen und die Zusammenarbeit mit dem langjährigen Alleinlieferanten für diese Marke beendet. Im Jahresverlauf wurde die Zusammenarbeit mit einem der neuen Hersteller aufgegeben und das Produktionsvolumen auf den früheren Alleinhersteller zurückverlagert. Es kann nicht ausgeschlossen werden, dass es im Rahmen möglicher künftiger Lieferantenwechsel zeitweilig zu negativen Entwicklungen hinsichtlich Produktionsqualität, Produktionsabläufen und Lieferpünktlichkeit kommen wird. Zapf Creation und MGA Entertainment tragen durch eine sorgfältige Vorbereitung und einen gezielten Maßnahmenplan dafür Sorge, dass eventuelle Probleme aus der Umstellung auf neue Lieferanten zeitlich und materiell so weit wie möglich minimiert werden.

Der Zapf Creation-Konzern nutzt kurzfristige Bestellzyklen bei seinen Lieferanten, um das Warenbestandsrisiko zu minimieren. Zwar können die deutlich niedrigeren Mindestbestellmengen ein Beschaffungsrisiko verursachen, wenn plötzlich eine erhöhte Marktnachfrage bestehen sollte. Doch wirkt das Unternehmen diesem möglichen Risiko mit einem zeitkonform arbeitenden Bestellmengen-Management entgegen.

Ungeachtet dessen nimmt die Belieferung des Zapf Creation-Konzerns mit den für sie hergestellten Artikeln eine erhebliche Zeit in Anspruch. Zwischen Bestellung der Ware und deren Verfügbarkeit zum Beispiel auf dem deutschen Markt können zwischen 12 und 16 Wochen vergehen. Zapf Creation ist somit kaum in der Lage, auf kurzfristige, nicht geplante Bestellungen der Handelspartner zu reagieren.

### Risiken aus betrieblichen Prozessen

Der Zapf Creation-Konzern hat mehrere Versicherungen abgeschlossen für den Fall, dass Ausfälle jeglicher Art im Betriebsprozess auftreten sollten. Diese Versicherungen umfassen zum Beispiel Betriebsunterbrechungs-, Brand- und Haftpflichtversicherungen.

Aus den betrieblichen Risiken ergeben sich gegenwärtig keine Risiken, die den Bestand des Unternehmens gefährden könnten.

## Finanzrisiken

### Eigenkapitalrisiken

Die Eigenkapitalsituation des Zapf Creation-Konzerns ist maßgeblich durch das handelsrechtlich ausgewiesene Eigenkapital der Zapf Creation AG geprägt. Verluste, die sich aus der operativen Geschäftstätigkeit ergeben, wirken sich direkt oder indirekt auf das Eigenkapital der Zapf Creation AG aus.

Im Berichtsjahr wurde das Konzept zur langfristigen Konzernfinanzierung vollständig umgesetzt. In diesem Zusammenhang hat der Konzern im ersten Halbjahr 2008 wie geplant und angekündigt nachrangige Gesellschafterdarlehen im Rahmen von zwei Sachkapitalerhöhungen vollständig in Eigenkapital umgewandelt und zu diesem Zweck neue Aktien der Gesellschaft ausgegeben (siehe auch „Besondere Vorgänge des Geschäftsjahres“). Durch die damit erfolgreich vollzogene Umsetzung des langfristigen Finanzierungskonzepts verfügte die Gesellschaft wieder über eine solide Ausstattung mit Eigenkapital.

Derzeit besteht für den Zapf Creation-Konzern kein akutes Risiko, dass beim Eintreten von Verlusten aus der Geschäftstätigkeit oder durch bilanzielle Risiken das Eigenkapital der Gesellschaft so weit reduziert wird, dass eine Verlustanzeige gemäß § 92 AktG und entsprechende Kapitalmaßnahmen zur Wiederherstellung einer ausreichenden Eigenkapitalbasis erforderlich sind.

### Liquiditäts- und Finanzierungsrisiken

Durch die im Oktober 2009 erfolgte Vereinbarung mit den beteiligten Banken besteht das Kreditvolumen in ausreichendem Umfang weiterhin, jedoch zunächst zeitlich befristet bis Ende April 2010 (zeitlich befristeter Waiver). Zu diesem Zeitpunkt erfolgt vereinbarungsgemäß eine erneute Prüfung der Gesamtsituation der Gesellschaft durch die beteiligten Banken.

Für die dauerhafte Sicherung der Finanzierung ist dann erforderlich, dass die mit den Banken zu diesem Zeitpunkt neu zu vereinbarenden, an die dann bestehenden Rahmenbedingungen angepassten Finanzkennzahlen (Covenants) dauerhaft eingehalten werden. Deren Nichteinhaltung aufgrund einer weiteren Verschlechterung der Unternehmensentwicklung könnte zu Finanzierungsproblemen führen, da die Banken dann berechtigt sind, die Kreditlinien fällig zu stellen. Im Falle der Fälligkeit ist der Fortbestand der Zapf Creation AG und ihrer verbundenen Unternehmen gefährdet, wenn eine Refinanzierung nicht gelingt.

Die Zapf Creation AG trägt das Risiko der gesamtschuldnerischen Haftung für Bankverbindlichkeiten aller einbezogenen Konzerngesellschaften aus dem Konsortialvertrag.

Die Zapf Creation AG hat einen weltweit umfassenden Versicherungsschutz bei einem renommierten Kreditversicherer abgeschlossen, der das Risiko von Forderungsausfällen für einen Großteil der Kunden abdeckt. Forderungsausfallrisiken werden somit minimiert.

### Währungs- und Zinsrisiken

Der Zapf Creation-Konzern ist bei seiner operativen Geschäftstätigkeit und im Finanzierungsbereich Währungs- und Zinsschwankungen ausgesetzt. Der Konzern begrenzt oder vermeidet solche Risiken durch den Abschluss von Sicherungsgeschäften. Alle Maßnahmen zur Sicherung werden zentral auf der Ebene der Konzernobergesellschaft koordiniert und ausgeführt. Als Sicherungsmaßnahmen kommen vor allem derivative Finanzinstrumente zum Einsatz.

Klare Richtlinien für die konzernweite Fremdwährungs- und Zinssicherungspolitik minimieren die Risiken, die sich aus dem Einsatz von Finanzinstrumenten ergeben. Dazu zählen die Funktionstrennung von Handel, Abwicklung und Buchung, die Selbstbeschränkung auf einen kleinen definierten Kreis von Banken mit hoher Bonität und die Bevollmächtigung von nur wenigen, entsprechend qualifizierten Mitarbeitern. Alle eingegangenen Derivate dienen ausschließlich der Sicherung. (Siehe auch die ausführliche Darstellung im Konzernanhang, Abschnitt A 2.3.7., Abschnitte B 2.6.1. sowie B 2.6.4. und im Anhang der AG unter Abschnitt B 12.)

Zur Absicherung von Zinsrisiken bestanden zum 31. Dezember 2008 Zins-Swaps mit einem Nominalvolumen von 29,0 Mio. € (Vorjahr: 24,8 Mio. €). Im Vorjahreswert enthalten war ein Volumen von 10,0 Mio. US-Dollar.

### Risiken aus laufenden Betriebsprüfungen

In der Zapf Creation AG sowie der Zapf Creation (H.K.) Ltd. sind die laufenden Betriebsprüfungen noch nicht abgeschlossen; ein endgültiges Ergebnis steht in beiden Fällen noch nicht fest.

Für bereits bekannte und berechnete Forderungen wurde in den jeweiligen Gesellschaften eine Rückstellung gebildet.

## Strategische Risiken

### Markenimagerisiken

Die Stärke der Marken des Zapf Creation-Konzerns ist ein zentraler Werttreiber. Deshalb ist ein wirksamer Markenschutz zwingend notwendig. Die Zapf Creation AG hat in der Vergangenheit immer wieder gerichtliche Prozesse geführt, um sich gegen Patent- und Markenverletzungen zu wehren. Aktuell sind keine bedeutenden Rechtsstreitigkeiten anhängig.

### Absatzrisiken

Als Folge eines veränderten Konsumentenverhaltens, das durch wachsende Preissensibilität, Kaufzurückhaltung und die Verringerung spontaner Kaufentscheidungen geprägt ist, hat der Handel seine Einkaufspolitik verändert. Um das Lagerrisiko zu minimieren, werden Produkte immer näher am Zeitpunkt des erwarteten Abverkaufs der Waren geordert. Dies hat Folgen für das Geschäft des Zapf Creation-Konzerns, denn die Anforderungen an die Flexibilität in engen Zeitkorridoren sind stark gewachsen. Aufgrund der unabdingbaren zeitlichen Vorläufe im Produktions- und Lieferprozess (vgl. Angaben bei „Beschaffungsrisiken“) ist damit das Risiko, dass Bestellungen nicht, nicht in vollem Umfang oder nicht rechtzeitig bedient werden können, gestiegen.

Zudem hält der Wandel in den Marktstrukturen an. Große Handelsketten und preisaggressive Discounter erweitern ihr Angebot an Eigenmarken (Private Label) und etablieren sich verstärkt im Spielwarenbereich. Der traditionelle Facheinzelhandel verzeichnet einen sinkenden Absatz und verliert Marktanteile. Der Markt wird im Wesentlichen von großen Fachmarktketten, Filialisten sowie Einkaufsgenossenschaften geprägt, die allein aufgrund der Menge der bei der Gesellschaft bestellten Produkte eine große Einkaufsmacht haben, was sich auf den Preis und die von Zapf Creation zu erzielenden Margen nachteilig auswirken kann.

Die Ausgaben, die Zapf Creation für Marketingaktivitäten tätigen kann, sind begrenzt. Besonders in Osteuropa hat sich 2008 der Anstieg der Kosten für Werbung, beispielsweise für TV-Spots, fortgesetzt. Bei regional steigenden Kosten für Marketingaktivitäten könnte die Gesellschaft möglicherweise nicht in der Lage sein, ihre Marketingbudgets zu erhöhen, um ihre Produkte ausreichend zu bewerben. Dies kann dazu führen, dass Zapf Creation-Produkte in diesen Märkten weniger gekauft werden.

Der Zapf Creation-Konzern hat in den vergangenen Jahren eine Reihe von Maßnahmen umgesetzt, um auf Marktveränderungen flexibel reagieren zu können. Eine wichtige Rolle spielt dabei die strategische Kooperation mit MGA Entertainment, Inc., mit deren Hilfe neue Nachfragetrends kurzfristiger erkannt und aufgegriffen werden sollen. Zudem erwartet die Gesellschaft aus der Zusammenarbeit eine Verkürzung der Entwicklungsdauer für neue Produkte sowie Impulse für innovative Marketingkonzepte.

Zapf Creation hat sich vertraglich gegenüber der MGA-Gruppe verpflichtet, keine Puppen zu entwickeln, zu verkaufen oder anderweitig auszunutzen, die von der MGA-Gruppe vernünftigerweise als Konkurrenzprodukte angesehen werden müssen. Dies kann die künftige Produktentwicklung des Zapf Creation-Konzerns behindern und möglicherweise dazu führen, dass auf einen neuen Markttrend nicht reagiert wird, weil das neue Produkt mit Produkten der MGA-Gruppe im Wettbewerb steht. Eine solche Entwicklung hätte negative Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft.

### Entwicklungs- und Qualitätsrisiken

Der Zapf Creation-Konzern führt regelmäßig Produktinnovationen ein, die in der Entwicklungsabteilung des Unternehmens kreiert werden.

Dabei ist das Unternehmen als Anbieter kontinuierlich dem Risiko von Produktmängeln ausgesetzt. Die Gesellschaften des Konzerns sind gegen die finanziellen Risiken solcher Mängel zwar versichert. Es ist jedoch darüber hinaus notwendig, das Qualitätsmanagementsystem permanent zu verbessern, um mögliche Image- und Reputationsverluste aufgrund von Mängeln mit entsprechend negativen Folgen für Nachfrage und Umsatz zu vermeiden.

Das Qualitätsmanagementsystem des Konzerns in Deutschland befasst sich mit der Relevanz sowie den praktischen und strategischen Konsequenzen nationaler und internationaler Gesetze und Vorschriften. Das Unternehmen beteiligt sich in diesem Zusammenhang auch mit eigenen Experten an der Erstellung von Normen. Das Qualitätsmanagementsystem in Hongkong konzentriert sich auf die praktische Umsetzung sowie die konsequente Kontrolle der Einhaltung der Normen bei den Herstellern vor Ort und arbeitet dabei eng mit MGA Entertainment (HK) Ltd. zusammen, der die gesamten Beschaffungsaktivitäten für den Konzern unterliegen (nähere Angaben im Abschnitt „Qualitätsmanagement“). Zapf Creation hat 2008 die Kontrollen der Produkte konsequent vorgenommen. Dabei kam einer strikten Qualitätskontrolle im Berichtsjahr vor allem vor dem Hintergrund des Wechsels eines wichtigen Lieferanten in China besondere Bedeutung zu (nähere Erläuterungen im Abschnitt „Beschaffungsrisiken“). Sowohl die Zusammenarbeit der Qualitätsmanagement-Abteilungen des Konzerns in Deutschland und in Hongkong als auch die Kooperation zwischen dem Zapf Creation-Konzern und MGA Entertainment (HK) Ltd. funktionierten reibungslos.

### Personalrisiken

Die tief greifende Restrukturierung des Zapf Creation-Konzerns in den Vorjahren, mit der ein signifikanter Beschäftigungsabbau einherging, hat die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter vor erhebliche Herausforderungen gestellt und von Ihnen einen teilweise erheblichen Mehreinsatz erfordert. In der Folge haben langjährige und erfahrene Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter den Konzern verlassen. Dies hatte einen entsprechenden Know-how-Verlust zur Folge. Qualifizierte Fach- und Führungskräfte für das Unternehmen zu gewinnen, zu entwickeln und zu binden, ist unverändert eine zwingende Aufgabe, da die Qualifikation der Belegschaft noch nicht in allen Fällen dem erforderlichen Niveau entspricht.

### Rechtsstreit zwischen MGA und Mattel

In dem Rechtsstreit zwischen MGA und Mattel um die Urheberrechte an der ‚Bratz‘-Puppe und etwaige Entschädigungszahlungen ist noch kein endgültig rechtskräftiges Urteil ergangen.

Dem Vorstand liegen keine wesentlichen neuen Erkenntnisse zu dem Rechtsstreit zwischen MGA und Mattel vor. Der Vorstand diskutiert mit dem Aufsichtsrat umsichtige Maßnahmen, damit ein Effekt dieses Rechtsstreits auf MGA keinerlei maßgebliche Auswirkungen auf Zapf Creation hat.

### Gesamtrisiko

Zum gegenwärtigen Zeitpunkt sind dem Unternehmen neben den in diesem Risikobericht dargestellten Risiken keine Risiken bekannt oder erkennbar, die einzeln oder in Kombination eine unmittelbare Entwicklungsbeeinträchtigung oder die Gefährdung des Bestands der Zapf Creation AG oder des Konzerns zur Folge haben könnten.

## VI. Chancenbericht

Der Zapf Creation-Konzern verfügt nach der umfassenden Neuausrichtung der vergangenen Jahre über gute Voraussetzungen, um als international tätiger Spielwarenhersteller zu einem nachhaltigen und profitablen Wachstum zurückzukehren, sobald sich das Marktumfeld wieder freundlicher gestaltet. Dem Unternehmen kommt dabei die unverändert gute Marktstellung in wichtigen Absatzmärkten zugute. Zudem kann der Konzern auf ein umfassendes Know-how bei der Entwicklung und Vermarktung hochwertiger Spielwaren zurückgreifen. Um diese Wettbewerbsvorteile künftig in noch stärkerem Maß zu nutzen, sieht der Vorstand insbesondere folgende strategische Chancen:

### Produktinnovationen

In der Spielwarenbranche sind Innovationen ein maßgeblicher Faktor für das Interesse des Handels und der Konsumenten an den Produkten. Durch ein konsequentes Innovationsmanagement bieten sich dem Zapf Creation-Konzern in seinem angestammten Marktsegment der Spiel- und Funktionspuppen und auch außerhalb dieses Kerngeschäfts auch künftig gute Chancen, wichtigen Trends mit neuartigen und qualitativ hochwertigen Produkten rechtzeitig zu folgen. Beispiele sind neue interaktive und edukativ ausgerichtete Spielkonzepte, wie sie Zapf Creation etwa im Rahmen der Nürnberger Spielwarenmesse im Februar 2009 mit Erfolg präsentiert hat; dafür hat Zapf Creation im Messeverlauf einen Innovationspreis erhalten.

Darüber hinaus bietet die im Konzern vorhandene Expertise bei Produktentwicklung, Design und Marketing einen geeigneten Ansatzpunkt, um das Marken- und Produktportfolio gezielt zu erweitern. Zusätzliche Chancen beim Auf- und Ausbau der Markenbekanntheit und -treue für Produkte des Zapf Creation-Konzerns bietet dabei auch das Kommunikationsmedium Internet.

### Geografische Expansion

Mit seinen Markenspielkonzepten hält der Zapf Creation-Konzern in zahlreichen Ländern Europas, aber auch in anderen Regionen wie Asien oder Nord-, Mittel- und Südamerika weiter ausbaufähige Marktpositionen. Besonderes Wachstumspotenzial wird in Italien, Griechenland, Portugal und Frankreich gesehen. Vor diesem Hintergrund soll künftiges Wachstum durch einen maßvollen und gezielten Ausbau der internationalen Geschäftsbasis erreicht werden.

Ungeachtet der gegenwärtigen Schwächephase aller wichtigen Wirtschaftsregionen bieten langfristig etwa die osteuropäischen Märkte ein attraktives Wachstumspotenzial für den Zapf Creation-Konzern. Gleiches gilt für Schwellenländer wie China, Indien, Thailand oder Indonesien, in denen sich auf Sicht von einigen Jahren eine wachsende Inlandsnachfrage nach Konsumgütern wie Spielwaren einstellen wird.

Mit Blick auf die spezifischen Handelsstrukturen in diesen Auslandsmärkten bedarf es einer besonders sorgfältig geplanten Expansionsstrategie, bei der insbesondere der Kenntnis lokaler Gegebenheiten sowie der Auswahl geeigneter Distributionspartner eine entscheidende Bedeutung zukommt.

### Stärke der Marken

Zapf Creation verfügt mit BABY born®, Baby Annabell® und CHOU CHOU über im Markt etablierte und bei den Kunden positiv besetzte Marken. Die Markenstärke ist vor allem in teilweise gesättigten Märkten Europas ein wichtiger Wettbewerbsvorteil, um die Marktposition des Konzerns zu festigen und auszubauen.

Eine Studie von NPD/Eurotoys vom März 2006 belegt, dass das Spielen mit Puppen in der Zielgruppe der Mädchen im Alter von drei bis acht Jahren weiterhin sehr beliebt ist und von Müttern als sinnvolle Unterstützung der Kindesentwicklung eingeschätzt wird. Daher wird der Zapf Creation-Konzern sich auch künftig auf die Weiterentwicklung seiner Markenspielkonzepte für diese Zielgruppe konzentrieren.

Darüber hinaus soll auf Basis des am Markt anerkannten Images des Zapf Creation-Konzerns als Hersteller qualitativ hochwertiger und im edukativen Sinne anspruchsvoller Spielwaren das Markenportfolio sukzessive erweitert werden mit dem Ziel, neue Zielgruppen anzusprechen und für den Konzern dauerhaft zu erschließen.

### Ausbau des Lizenzgeschäfts

Die Zusammenarbeit mit MGA Entertainment eröffnet Zapf Creation die Möglichkeit, die Marken des Unternehmens für Produkte außerhalb des Spielwarenbereichs zu nutzen. Aus diesem Grunde kann MGA Entertainment, Inc. entsprechende Lizenzen an dritte Unternehmen vergeben. Durch das Lizenzgeschäft kann der Zapf Creation-Konzern sein Produktspektrum erweitern und sich neue Zielgruppen erschließen, ohne sich den Risiken aus der eigenständigen Bearbeitung von Märkten auszusetzen.

Darüber hinaus sieht der Vorstand Chancen in der Nutzung der starken Vertriebsplattform des Zapf Creation-Konzerns, um Lizenzen Dritter zu erwerben und zu vermarkten. In Europa sind rund 30 % aller Spielwaren Lizenzprodukte, ein langfristig wachsender Markt, an dem der Konzern bislang noch nicht partizipiert.

## VII. Prognosebericht

### Gesamtwirtschaftliche Aussichten

Im zweiten Quartal 2009 hat sich die Talfahrt der Weltwirtschaft, die von der internationalen Finanzkrise ausgelöst wurde, verlangsamt. War das erste Quartal 2009 noch von einem starken Rückgang der Industrieproduktion und des weltweiten Handelsvolumens gekennzeichnet, deuteten in den Folgemonaten Frühindikatoren auf eine Abschwächung der globalen Rezession hin. Auch im Euroraum waren erstmals Anzeichen einer Stabilisierung der Konjunktur zu erkennen. Experten führten dies unter anderem auf eine leicht verbesserte Stimmung der Verbraucher und Investoren im zweiten Quartal zurück. In Deutschland festigte sich die Konjunktur im Frühjahr 2009, wenn auch auf niedrigem Niveau.

Trotz dieser ersten positiven Signale gehen Fachleute davon aus, dass die Weltwirtschaft nur zögerlich auf einen dauerhaften Wachstumspfad zurückkehren wird. Die gesunkene Nachfrage nach Arbeitskräften könnte den Konsum dämpfen. Zudem steigen durch die hohen öffentlichen Defizite in allen wichtigen Industrieländern sowie die expansive Geldpolitik der Zentralbanken die Inflationsgefahren. Wachstumsimpulse werden im laufenden Jahr lediglich von Schwellenländern wie China und Indien ausgehen. Insgesamt soll die Weltkonjunktur 2009 nach Schätzung des Internationalen Währungsfonds (IWF) um 1,4% schrumpfen. Für die Eurozone wird ein Rückgang der Wirtschaftsleistung um 4,8% prognostiziert. Das deutsche Bruttoinlandsprodukt soll dem IWF zufolge 2009 aufgrund der stark exportlastigen Wirtschaft um rund 6% sinken.

Quellen: Bundesverband deutscher Banken, Monatsbericht Juni 2009, Europäische Zentralbank, Monatsbericht Juli 2009, Internationaler Währungsfonds, World Economic Outlook (Update), 8. Juli 2009

### Voraussichtliches Branchenumfeld

Die traditionellen Spielwarenmärkte, denen auch das Segment der Spiel- und Funktionspuppen zuzurechnen ist, werden sich in Westeuropa nach Einschätzung des Vorstandes in den kommenden Jahren tendenziell eher rückläufig entwickeln. Darauf weisen die der Gesellschaft vorliegenden Daten hin. Dagegen soll das Marktvolumen im Bereich der Videospiele weiter zunehmen.

Für Hersteller klassischer Spielwaren wird sich der Wettbewerbsdruck in Westeuropa damit weiter erhöhen. Zusätzliche Marktanteile lassen sich vorwiegend durch Verdrängung erzielen. Die Rahmenbedingungen werden zudem durch eine nachlassende Konsumneigung geprägt.

In diesem Umfeld betrachtet der Vorstand des Zapf Creation-Konzerns insbesondere Innovationen bei Produkten und Spielkonzepten als wesentlichen Erfolgsfaktor für nachhaltiges Wachstum. Hinzu kommen ein kreatives Marketing sowie effiziente Abläufe in der Beschaffung und beim Vertrieb.

Zudem misst der Vorstand der weiteren Internationalisierung der Geschäftsbasis große Bedeutung bei, zum Beispiel mit Blick auf das mittelfristig voraussichtlich anhaltende Wachstum der osteuropäischen Märkte. Auch wenn sich die hohen Zuwachsraten in Ländern wie Russland oder Polen unter dem Einfluss der weltweiten Rezession nicht in die Zukunft projizieren lassen, bestehen in Osteuropa langfristig unverändert gute Wachstumschancen für den Zapf Creation-Konzern.

Dies gilt auch für ausgewählte Länder in Asien, etwa Indien und China. Um das Absatzpotenzial auf diesen Märkten sukzessive zu erschließen, ist der Zapf Creation-Konzern auf leistungsfähige Vertriebspartner angewiesen.

## Strategische Schwerpunkte

Der Zapf Creation-Konzern hat in den vergangenen Jahren die Voraussetzungen geschaffen, um als international tätiger Hersteller von hochwertigen Markenspielkonzepten auf einen nachhaltigen Wachstumskurs zurückzukehren. Das Unternehmen weist eine wettbewerbsfähige Kostenbasis auf und verfügt über effiziente Prozesse in allen betrieblichen Funktionsbereichen, vor allem in der Beschaffung und beim weltweiten Vertrieb. Ungeachtet dessen bleiben die Verbesserung der Rohertragsmarge durch stetige Verbesserungen im Produktdesign und durch eine intensiviertere Zusammenarbeit mit den Lieferanten sowie die Verringerung der Mittelbindung durch konsequentes Working Capital Management wichtige strategische Ziele.

Die strategische Kooperation mit MGA Entertainment, Inc. ist eingespielt und hat sich insbesondere auf der Kostenseite bereits positiv ausgewirkt, wie die rückläufige Entwicklung zentraler Kostenpositionen belegt. Vor diesem Hintergrund fokussiert sich der Zapf Creation-Konzern auf seine Kernkompetenzen in der Entwicklung und weltweiten Vermarktung neuer, qualitativ hochwertiger Spielwaren.

Ein strategischer Schwerpunkt wird mittelfristig auf der gezielten Erweiterung des Produkt- und Markenportfolios liegen. Der Vorstand beabsichtigt, das gute Image des Konzerns als Anbieter von Qualitätsspielwaren sowie die engen Verbindungen zu den Handelspartnern zu nutzen, um innovative Spielkonzepte mit einem hohen edukativen Anspruch zu entwickeln und weltweit zu vermarkten.

Dies bezieht sich zum einen auf das angestammte Segment der Spiel- und Funktionspuppen. Dem anhaltenden Trend zur Verbindung von Elektronik und klassischem Spielzeug folgend wird Zapf Creation künftig verstärkt Puppenkonzepte präsentieren, bei denen Interaktivität und Funktionsvielfalt im Vordergrund stehen und technische Neuerungen eingesetzt werden, um die Persönlichkeitsentwicklung der spielenden Kinder zu fördern.

Darüber hinaus plant der Vorstand, zusätzliche Zielgruppen anzusprechen. Zapf Creation beabsichtigt deshalb, das Produktspektrum über das Puppensegment hinaus zu verbreitern. Auf diese Weise könnte sich der Zapf Creation-Konzern von einem Anbieter von Spiel- und Funktionspuppen zu einem breiter aufgestellten Hersteller von Mädchenspielzeug weiterentwickeln. Auch die Veränderung der Preisstruktur des Produktportfolios kann zur Erschließung neuer Zielgruppen beitragen.

Im Geschäftsjahr 2009 wird der Zapf Creation-Konzern verschiedene Produktneuheiten einführen:

- Die erfolgreichen Produktlinien BABY born® und Baby Annabell® werden um attraktives Zubehör ergänzt. Ab Herbst kommt mit my mini BABY born® ein neues Spielkonzept in den Handel.
- Das neue Modell der klassischen Baby Annabell® wird ebenso auf den Markt kommen wie my first Baby Annabell®, die für Mädchen bis drei Jahre konzipiert wurde.
- Die CHOU CHOU-Serie wird um „CHOU CHOU Mami, ich lerne laufen“ erweitert.
- Die neue Puppenserie Jolina Ballerina ist ein Puppenkonzept, das mitsamt dem umfassenden Zubehör die Ballettwelt simuliert.
- Die Spielpuppe Little Sunshine, als Neuheit bereits mit dem ToyAward 2009 in der Kategorie „Emotion & Erlebnis“ ausgezeichnet, ist mit zahlreichen interaktiven Funktionen einem echten Kleinkind nachempfunden.
- Als Kinderbuch und Kinofilm bereits erfolgreich, gibt es „Hexe Lilli“ bei Zapf Creation seit 2009 als Spielpuppe mit fantasievollem Zubehör.

Um den Absatz der Produktneuheiten zu fördern, sind aussagekräftige Werbe- und Marketingkonzepte geplant, bei denen auch das Internet eine wachsende Rolle spielt.

Den zweiten strategischen Schwerpunkt bildet die systematische Ausweitung des Auslandsgeschäfts. Der Vorstand strebt an, die Marktposition in wichtigen europäischen Märkten wie zum Beispiel Frankreich, Portugal, Griechenland und Italien langfristig auszubauen. In Italien wurde 2009 das Geschäft auf einen neuen Vertriebspartner umgestellt.

Auch der Absatz in den osteuropäischen Märkten soll langfristig vergrößert werden. Die Wachstumserfolge der vergangenen Jahre in Ländern wie Russland und Polen, in denen die Zapf Creation-Produkte über leistungsstarke Distributoren bzw. in Polen über die eigene Tochtergesellschaft vertrieben werden, sind ungeachtet der gegenwärtigen Marktschwäche ermutigend. Sie stellen eine gute Grundlage dar, um die Markenbekanntheit weiter zu steigern und die Erlöse in dieser Region auf lange Sicht kontinuierlich zu erhöhen.

Zudem wird sich der Vorstand um den Ausbau der Marktpositionen in wichtigen asiatischen Ländern wie China, Indien, Thailand oder Indonesien kümmern. Dies soll insbesondere durch die Auswahl geeigneter lokaler Partner geschehen, mit denen es trotz der in weiten Teilen dieser Länder unterentwickelten Handelsstrukturen möglich wird, den Absatz von Zapf Creation-Produkten mittelfristig auf ein höheres Niveau zu heben.

Darüber hinaus wird Zapf Creation 2009 das Lizenzgeschäft intensivieren, um an dem langfristig wachsenden Markt an Lizenzgeschäften zu partizipieren, auf den derzeit rund 30 % des Umsatzes im europäischen Spielwarenmarkt entfallen. In diesem Zusammenhang verhandelt der Vorstand aussichtsreich erste Projekte.

Für die Zapf Creation AG werden keine anders lautenden strategischen Aussagen getroffen.

## Prognose

### Prognose Zapf Creation-Konzern

Unter dem Einfluss der schwachen Konjunktur nahm das Marktvolumen bei Spiel- und Funktionspuppen in Europa im ersten Halbjahr 2009 zum Teil deutlich ab. Der Geschäftsverlauf des Zapf Creation-Konzerns stand in diesem Zeitraum erwartungsgemäß im Zeichen der schwachen Konjunktur auf wichtigen Absatzmärkten. Der Konzernumsatz blieb im ersten Halbjahr 2009, auch infolge negativer Wechselkurseffekte, unter dem Vergleichswert von 2008.

Entsprechend dem branchenüblichen Saisonzyklus geht der Vorstand davon aus, dass der Konzernumsatz im zweiten Halbjahr 2009 insgesamt deutlich über dem Niveau der ersten sechs Monate liegen wird. Dessen ungeachtet ist auf absehbare Zeit ein schwieriges Marktumfeld für Spielwaren, insbesondere Spiel- und Funktionspuppen, zu erwarten. Da sich die Konjunktur in den Kernmärkten des Zapf Creation-Konzerns nur zögerlich beleben wird, ist die Nachfrage der Konsumenten nach den Markenprodukten des Konzerns auch weiterhin kaum hinreichend verlässlich abschätzbar. Daher wird der Vorstand weder ein konkretes Umsatz- noch Ergebnisziel für das Geschäftsjahr 2009 kommunizieren. Für das Gesamtjahr 2009 muss jedoch davon ausgegangen werden, dass der Konzernumsatz unter dem Wert des Vorjahres liegen wird.

Bezüglich der laufenden Geschäftsentwicklung verweisen wir zusätzlich auf die zuletzt veröffentlichten Halbjahreszahlen.

### Prognose Zapf Creation AG

Für die Zapf Creation AG wird hinsichtlich der Prognose für das Geschäftsjahr 2009 keine andere Aussage als für den Zapf Creation-Konzern getroffen.

## VIII. Sonstiges

### Angaben nach § 289 Abs. 4 und § 315 Abs. 4 Handelsgesetzbuch (HGB)

#### Grundkapital

Das Grundkapital der Gesellschaft beträgt zum 31. Dezember 2008 19.295.853,00 € (Vorjahr: 13.200.000,00 €). Es ist eingeteilt in 19.295.853 (Vorjahr: 13.200.000) auf den Inhaber lautende Stückaktien; zum Bilanzstichtag sind wie im Vorjahr alle ausgegebenen Anteile der Gesellschaft voll eingezahlt.

#### Genehmigtes Kapital 2007

Die Satzung der Zapf Creation AG regelte infolge der Beschlussfassung durch die Hauptversammlung vom 20. November 2007 und vor Änderung durch die Beschlussfassung der folgenden Hauptversammlung vom 27. Mai 2008 unter § 5 die folgenden Möglichkeiten zur Durchführung von Kapitalmaßnahmen:

Der Vorstand war aufgrund der Beschlussfassung vom 20. November 2007 ermächtigt, das Grundkapital der Gesellschaft mit Zustimmung des Aufsichtsrates bis zum 19. November 2012 einmalig oder mehrmalig um bis zu insgesamt 6.000.000,00 € gegen Bar- oder Sacheinlagen durch Ausgabe neuer, auf den Inhaber lautender nennwertloser Stückaktien zu erhöhen (Genehmigtes Kapital 2007).

Der Vorstand war ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrates das gesetzliche Bezugsrecht der Aktionäre in folgenden Fällen auszuschließen:

- a) für Spitzenbeträge;
- b) wenn die Kapitalerhöhung gegen Bareinlagen erfolgte und der auf die neuen Aktien, für die das Bezugsrecht ausgeschlossen wurde, insgesamt entfallende anteilige Betrag des Grundkapitals 1.200.000,00 € oder – falls dieser Wert geringer war – 10% des zum Zeitpunkt der Ausgabe der neuen Aktien vorhandenen Grundkapitals der Gesellschaft nicht überschritt und der Ausgabebetrag der neuen Aktien den Börsenpreis der bereits börsennotierten Aktien gleicher Gattung und Ausstattung zum Zeitpunkt der endgültigen Festlegung des Ausgabebetrags durch den Vorstand nicht wesentlich im Sinn der §§ 203 Abs. 1 und 2, 186 Abs. 3 Satz 4 AktG unterschritt; das Ermächtigungsvolumen verringerte sich um den anteiligen Betrag am Grundkapital, der auf Aktien entfiel, die ab dem 20. November 2007 unter Bezugsrechtsausschluss in unmittelbarer oder entsprechender Anwendung von § 186 Abs. 3 Satz 4 AktG ausgegeben oder veräußert wurden;
- c) bei Kapitalerhöhungen gegen Sacheinlagen zur Gewährung von Aktien im Rahmen des Erwerbs von Unternehmen, Teilen von Unternehmen oder Beteiligungen an Unternehmen;
- d) bei Kapitalerhöhungen gegen Sacheinlagen zur Gewährung von Aktien im Rahmen des Erwerbs von gegen die Gesellschaft gerichteten Rückzahlungs- und/oder Zinsforderungen aus Darlehensvereinbarungen.

Der Vorstand war aufgrund der Beschlussfassung vom 20. November 2007 darüber hinaus ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrates die weiteren Einzelheiten der Durchführung von Kapitalerhöhungen aus dem Genehmigten Kapital 2007 festzulegen. Der Aufsichtsrat war ermächtigt, die Fassung der Satzung nach vollständiger oder teilweiser Durchführung der Erhöhung des Grundkapitals aus dem Genehmigten Kapital 2007 oder nach Ablauf der Ermächtigungsfrist entsprechend dem Umfang der Kapitalerhöhung aus dem Genehmigten Kapital 2007 anzupassen.

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

Am 28. Februar 2008 gab die Zapf Creation AG bekannt, dass der Vorstand am 22. Februar 2008 mit Zustimmung des Aufsichtsrates vom 27. Februar 2008 die geplante und bereits angekündigte Umwandlung nachrangiger Gesellschafterdarlehen in Höhe von 12,9 Mio. € in Eigenkapital im Rahmen einer Sachkapitalerhöhung beschlossen hat. Zu diesem Zweck hat die Gesellschaft unter vollständiger Nutzung des damals bestehenden genehmigten Kapitals (Genehmigtes Kapital 2007) 4,8 Mio. Stück neue

Aktien ausgegeben. Für je eine neue Aktie wurde ein Teilbetrag von 2,69 € aus den Gesellschafterdarlehen eingebracht. Die Sachkapitalerhöhung diente der weiteren Stärkung des Eigenkapitals. Das Grundkapital der Zapf Creation AG hat sich dadurch von 13,2 Mio. € um 4,8 Mio. € auf 18,0 Mio. € erhöht; die Handelsregistereintragung erfolgte am 19. März 2008.

### Genehmigtes Kapital 2008

Am 27. Mai 2008 hat die Hauptversammlung die Schaffung eines neuen genehmigten Kapitals (Genehmigtes Kapital 2008) und die Änderung des § 5 (Höhe und Einteilung des Grundkapitals) der Satzung beschlossen; die Satzung der Zapf Creation AG regelt infolge dieser Beschlussfassung unter § 5 die folgenden Möglichkeiten zur Durchführung von Kapitalmaßnahmen:

Der Vorstand ist ermächtigt, das Grundkapital der Gesellschaft mit Zustimmung des Aufsichtsrates bis zum 26. Mai 2013 einmalig oder mehrmalig um bis zu insgesamt 9.000.000,00 € gegen Bar- und/oder Sacheinlagen durch Ausgabe neuer, auf den Inhaber lautender nennwertloser Stückaktien zu erhöhen (Genehmigtes Kapital 2008).

Der Vorstand ist ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrates das gesetzliche Bezugsrecht der Aktionäre in folgenden Fällen auszuschließen:

- a) für Spitzenbeträge;
- b) wenn die Kapitalerhöhung gegen Bareinlagen erfolgt und der auf die neuen Aktien, für die das Bezugsrecht ausgeschlossen wird, insgesamt entfallende anteilige Betrag des Grundkapitals 1.800.000,00 € oder – falls dieser Wert geringer ist – 10 % des zum Zeitpunkt der Ausgabe der neuen Aktien vorhandenen Grundkapitals der Gesellschaft nicht überschreitet und der Ausgabebetrag der neuen Aktien den Börsenpreis der bereits börsennotierten Aktien gleicher Gattung und Ausstattung zum Zeitpunkt der endgültigen Festlegung des Ausgabebetrages durch den Vorstand nicht wesentlich im Sinn der §§ 203 Abs. 1 und 2, 186 Abs. 3 Satz 4 AktG unterschreitet; das Ermächtigungsvolumen verringert sich um den anteiligen Betrag am Grundkapital, der auf Aktien entfällt, die seit dem 27. Mai 2008 unter Bezugsrechtsausschluss in unmittelbarer oder entsprechender Anwendung von § 186 Abs. 3 Satz 4 AktG ausgegeben oder veräußert werden;
- c) bei Kapitalerhöhungen gegen Sacheinlagen zur Gewährung von Aktien im Rahmen des Erwerbs von Unternehmen, Teilen von Unternehmen oder Beteiligungen an Unternehmen;
- d) bei Kapitalerhöhungen gegen Sacheinlagen zur Gewährung von Aktien im Rahmen des Erwerbs von gegen die Gesellschaft gerichteten Rückzahlungs- und/oder Zinsforderungen aus Darlehensvereinbarungen.

Der Vorstand ist ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrates die weiteren Einzelheiten der Durchführung von Kapitalerhöhungen aus dem Genehmigten Kapital 2008 festzulegen. Der Aufsichtsrat ist ermächtigt, die Fassung der Satzung nach vollständiger oder teilweiser Durchführung der Erhöhung des Grundkapitals aus dem Genehmigten Kapital 2008 oder nach Ablauf der Ermächtigungsfrist entsprechend dem Umfang der Kapitalerhöhung aus dem Genehmigten Kapital 2008 anzupassen.

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

Am 5. Juni 2008 gab die Zapf Creation AG bekannt, dass der Vorstand am 29. Mai 2008 mit Zustimmung des Aufsichtsrates vom 5. Juni 2008 wie geplant und angekündigt beschlossen hat, noch ausstehende nachrangige Gesellschafterdarlehen inklusive aufgelaufener Zinsen in Höhe von 5,0 Mio. € im Rahmen einer Kapitalerhöhung gegen Sacheinlage in Eigenkapital umzuwandeln. Dazu wurden unter teilweiser Nutzung des auf der ordentlichen Hauptversammlung am 27. Mai 2008 geschaffenen neuen genehmigten Kapitals (Genehmigtes Kapital 2008) 1.295.853 neue Aktien ausgegeben; je neuer Aktie wurde ein Teilbetrag von 3,86 € aus den Gesellschafterdarlehen eingebracht. Durch die Sachkapitalerhöhung wurde das Grundkapital der Zapf Creation AG von 18,0 Mio. € um 1.295.853 € auf 19,3 Mio. € erhöht. Der Eintrag ins Handelsregister erfolgte am 11. Juni 2008. Durch Beschluss des Aufsichtsrates vom 10. Juni 2008 ist die Satzung in § 5 (Höhe und Einteilung des Grundkapitals) geändert. Mit der vollständigen Umwandlung der Gesellschafterdarlehen in Eigenkapital ist das am 20. Juli 2007 zwischen der Ge-

sellschaft, den Hauptaktionären und einem internationalen Bankenkonsortium vereinbarte Konzept zur langfristigen Konzernfinanzierung vollständig umgesetzt; die künftige Zinsbelastung des Konzerns wurde durch diese Maßnahme signifikant verringert. Das Genehmigte Kapital vom 27. Mai 2008 (Genehmigtes Kapital 2008) beträgt nach teilweiser Ausschöpfung noch 7.704.147,00 €.

### Erwerb eigener Aktien

Durch Beschlussfassung der Hauptversammlung vom 27. Mai 2008 ist die Gesellschaft ermächtigt, eigene Aktien zu erwerben, um diese

- a) im Rahmen von Unternehmenszusammenschlüssen oder im Rahmen des Erwerbs von Unternehmen oder Unternehmensteilen oder Beteiligungen an Unternehmen als teilweise Gegenleistung oder Gegenleistung anbieten zu können oder
- b) als Gegenleistung für die Übertragung einer oder mehrerer gegen die Gesellschaft gerichteter Rückzahlungs- und/oder Zinsforderungen aus Darlehensvereinbarungen auf die Gesellschaft zu gewähren oder
- c) als Belegschaftsaktien Arbeitnehmern der Gesellschaft und der mit der Gesellschaft im Sinne der §§ 15 AktG verbundenen Unternehmen zum Erwerb anzubieten oder sie, falls die Belegschaftsaktien im Wege eines Wertpapierdarlehens/einer Wertpapierleihe erworben wurden, zur Erfüllung der Verpflichtungen aus diesen Wertpapierdarlehen/Wertpapierleihen zu verwenden oder
- d) in anderer Weise als über die Börse oder durch ein Angebot an alle Aktionäre gegen Barzahlung zu einem Preis zu veräußern, der den Börsenpreis von Aktien der Gesellschaft gleicher Gattung und Ausstattung zum Zeitpunkt der Veräußerung nicht wesentlich unterschreitet, oder
- e) einzuziehen.

Die Ermächtigung ist auf den Erwerb von eigenen Aktien mit einem auf diese entfallenden anteiligen Betrag von 10 % des zum Zeitpunkt der Beschlussfassung durch die Hauptversammlung am 27. Mai 2008 bestehenden Grundkapitals (18.000.000,00 €) beschränkt. Auf die erworbenen Aktien dürfen zusammen mit anderen eigenen Aktien, die sich im Besitz der Gesellschaft befinden oder ihr nach den §§ 71a ff. AktG zuzurechnen sind, zu keinem Zeitpunkt mehr als 10 % des Grundkapitals entfallen.

Die Ermächtigung zum Erwerb eigener Aktien gilt bis zum 26. November 2009 (einschließlich). Die in der Hauptversammlung der Gesellschaft vom 20. November 2007 beschlossene Ermächtigung zum Erwerb eigener Aktien, von der kein Gebrauch gemacht wurde, sowie die in diesem Beschluss erteilten Ermächtigungen zur Verwendung der zum Zeitpunkt der Beschlussfassung durch die Hauptversammlung vom 20. November 2007 bereits gehaltenen eigenen Aktien enden mit Wirksamwerden dieser neuen Ermächtigung; die in dem vorgenannten Beschluss der Hauptversammlung der Gesellschaft vom 20. November 2007 enthaltenen Ermächtigungen zur Verwendung von aufgrund dieses damaligen Beschlusses zurückerworbenen eigenen Aktien bleiben bestehen.

Der Erwerb aufgrund dieser neuen Ermächtigung kann auch durch von der Gesellschaft im Sinne des § 17 AktG abhängige Konzernunternehmen oder für Rechnung der Gesellschaft oder eines von der Gesellschaft im Sinne des § 17 AktG abhängigen Konzernunternehmens durchgeführt werden.

### Beteiligungen

Zum 31. Dezember 2008 bestehen die folgenden Beteiligungen an der Zapf Creation AG, die 10 % der Stimmrechte überschreiten:

Der Anteil der MGA Entertainment, Inc. bzw. deren Gesellschafter („Trusts“) am Grundkapital der Gesellschaft erhöhte sich im Zuge der im Geschäftsjahr 2008 erfolgten Sachkapitalerhöhungen auf 44,44 %, der Anteil von Herrn Nicolas Mathys auf 19,45 %; bis zum 31. Dezember 2008 hat sich deren jeweiliger Anteil aufgrund weiterer Aktienerwerbe auf 44,66 % bzw. 20,50 % erhöht.

### Ernennung und Abberufung von Vorstandsmitgliedern

Die Ernennung und Abberufung von Vorstandsmitgliedern wird durch die Paragraphen 84 und 85 des Aktiengesetzes (AktG) geregelt.

### Satzungsänderungen

Bei Satzungsänderungen finden die Paragraphen 133 und 179 des AktG Anwendung.

### „Change of Control“-Klausel

In den für die Gesellschaft wichtigen Verträgen mit nahe stehenden Unternehmen des MGA-Konzerns ist eine sogenannte „Change of Control“-Klausel enthalten, die bei einem wesentlichen Wechsel in der Aktionärsstruktur Sonderkündigungsrechte verbietet.


Darüber hinaus ist im Anstellungsvertrag eines Vorstandsmitgliedes eine „Change of Control“-Klausel enthalten, die bei Eintritt bestimmter Bedingungen ein Sonderkündigungsrecht verbietet.

### Bericht des Vorstandes über Beziehungen zu verbundenen Unternehmen

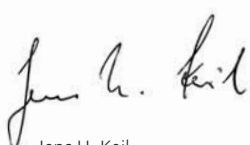
In seinem Bericht gemäß § 312 AktG über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen im Geschäftsjahr 2008 hat der Vorstand die folgende Erklärung abgegeben:

„Wir erklären, dass unsere Gesellschaft bei den im Bericht über Beziehungen zu verbundenen Unternehmen aufgeführten Rechtsgeschäften und Maßnahmen nach den Umständen, die uns im Zeitpunkt, in dem die Rechtsgeschäfte vorgenommen oder die Maßnahmen getroffen oder unterlassen wurden, bekannt waren, bei jedem Rechtsgeschäft eine angemessene Gegenleistung erhalten hat und dadurch, dass Maßnahmen getroffen oder unterlassen wurden, nicht benachteiligt worden ist.“

Rödental, den 21. Oktober 2009



Stephan F. Brune  
Vorsitzender des Vorstandes



Jens U. Keil  
Mitglied des Vorstandes



José Antonio Santana  
Mitglied des Vorstandes