

# Global Retail

Die Erfolgsgeschichte geht weiter. Mit einem starken zweistelligen Wachstum erreichte Global Retail den wichtigen Meilenstein von einer halben Milliarde Schweizer Franken Umsatz im Jahr 2017.

Seit den Anfängen von Global Retail im 2009 ist der Erfolgsweg der eigenen Boutiques und Chocolate Cafés ungebrochen. Der strategische Ausbau des eigenen Ladennetzwerks konnte auch 2017 fortgeführt werden und leistet damit einen konstant wichtigen Beitrag zur Positionierung im Premium-Segment und zum Gesamtergebnis von Lindt & Sprüngli. Die Geschäfte von Lindt, Ghirardelli, Russell Stover und Caffarel sind mittlerweile an mehr als 410 Top-Adressen auf der ganzen Welt zu finden und boten allein im vergangenen Jahr über 60 Millionen Besuchern ein einzigartiges Schokoladeerlebnis.

Das Ziel von 30 Shopöffnungen pro Jahr konnte mit über 50 Standorten im Berichtsjahr deutlich übertroffen werden. Insbesondere in Europa, Kanada, Japan und Südafrika schritt die Expansion von Global Retail gut voran. Für die Dachmarke Lindt legte man dabei den Fokus auf das Boutique-Konzept in Luxus-Shoppingcentern oder an hochfrequentierten Innenstadtstandorten. Mit einem speziellen Shop-Design und einer beeindruckenden Auswahl an exklusiven Produkten zeigt die Marke die komplette Viel-

falt des Premium-Sortiments. Neben dem grössten Angebot von Bestsellern, wie beispielsweise 20 verschiedene Lindor Variationen oder Excellence Tafeln, kommen ausgewählte Geschäfte auch dem Trend zu individualisierten Produkten nach und bieten personalisierte Schokoladegeschenke an. Für ein hautnahes Schokoladeerlebnis setzt man in bestimmten Läden auch auf Lindt Maitres Chocolatiers, die die Handwerkskunst mit ihren Meisterwerken vor Ort zelebrieren.

Weitere Highlights unter den Neueröffnungen sind in den Innenstädten Berlins, Wiens, Mailands und im Flagship-Store in Florenz zu finden. In Toronto, Hiroshima, Madrid, Prag oder Warschau wurden neue Geschäfte in beliebten Shopping-Malls eröffnet.

Neben den neuen Adressen in Toplage ist aber vor allem der Service in den Shops essenziell für den Premium-Charakter der Läden. Deshalb standen Service- und Produkttrainings der Mitarbeiter, der sogenannten «Chocolate Advisors», weiterhin im Fokus, um das Markenerlebnis zu vollenden.



NAFTA  
Innenansicht des Lindt Shops im  
Scarborough Town Centre, Kanada.



**Europa**  
Aussenansicht des Lindt Shops in der Kärntnerstrasse in Wien, Österreich.



**Europa**  
Oben: Innenansicht des Lindt Shops in der Bluewater Shopping & Retail Destination in Ashford, Kent, Grossbritannien.



**Rest der Welt**  
Links: Innenansicht des Lindt Shops in Hiroshima, Japan.



**Europa**  
Innen- und Aussenansicht (Foto rechts) des neu eröffneten Lindt Shops in Florenz, Italien.

