

- Europa
- Nordamerika
- Rest der Welt

Märkte

Lindt & Sprüngli Gruppe
CHF **4,51** Mrd.
Umsatz 2019

Nordamerika
CHF **1,76** Mrd.
Umsatz 2019

Lindt & Sprüngli setzte auch 2019 konsequent den Wachstumskurs in einem anspruchsvollen Marktumfeld fort. Das Unternehmen steigerte den Gruppenumsatz organisch um +6,1% auf CHF 4,51 Milliarden und gewann in allen Ländern wichtige Marktanteile dazu.

Die Schokoladefabriken Lindt & Sprüngli AG steigerte im Berichtsjahr 2019 in einem anhaltend schwierigen Marktumfeld den Umsatz auf CHF 4,51 Milliarden. Die Gruppe erreichte ein organisches Wachstum von +6,1% und wuchs erneut schneller als der Gesamtschokoladenmarkt. Trotz politischer Unsicherheiten in wichtigen Märkten, einem sich wandelnden globalen Handelsumfeld und gesättigter Schokoladenmärkte in Europa und den USA kann Lindt & Sprüngli auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr zurückblicken.

Als führender globaler Premiumhersteller profitierte Lindt & Sprüngli 2019 vom überdurch-

schnittlichen Wachstum der Premium-Schokoladenmärkte. Die Regionen Europa, Nordamerika und Rest der Welt entwickelten sich erfolgreich und erzielten ein gutes organisches Wachstum. Auch das eigene internationale Ladennetzwerk Global Retail trug wesentlich zum Gruppenumsatz bei und umfasst inzwischen rund 500 Shops und Cafés.

Die Devisenmärkte waren auch im Berichtsjahr 2019 weiterhin volatil. Der Schweizer Franken gewann im Geschäftsjahr gegenüber dem Euro und dem US-Dollar deutlich an Stärke. Die Euroschwäche führte zu einem negativen Währungseffekt auf das konsolidierte Ergebnis. Die resultie-



rende Umsatzsteigerung in Schweizer Franken beläuft sich somit auf +4,5%.

Dank der guten Einkaufspolitik konnte Lindt & Sprüngli trotz stärkerer Rohmaterialmärkte die Fluktuation der Rohstoffpreise im Geschäftsjahr 2019 ausgleichen. Die Preise der wichtigsten Rohstoffe, wie Kakaobohnen und Kakaobutter stiegen ebenso wie die Preise für Milchpulverprodukte leicht an. Haselnusspreise hingegen stiegen infolge von Ernteverlusten und der hohen Nachfrage stark an. Die Preise für Mandeln blieben im Berichtsjahr stabil. 2019 sanken die Zuckerpreise mehrheitlich auf ein Tief bevor sie gegen Ende des Jahres

wieder anzogen. Die Kosten für Verpackungsmaterial stiegen leicht an, was insgesamt zu etwas höheren Materialkosten führte.

Europa

CHF **2,15** Mrd.
Umsatz

+6,2%
org. Wachstum



In «Europa» wuchs Lindt & Sprüngli gesamthaft organisch um +6,2% auf CHF 2,15 Milliarden. Die Gruppe konnte in den wettbewerbsintensiven und weitgehend gesättigten Schokoladenmärkten wichtige Marktanteile dazu gewinnen und über dem Marktdurchschnitt wachsen. Besonders hervorzuheben ist das Umsatzwachstum in Grossbritannien, Deutschland und Österreich. Aber auch der Heimatmarkt Schweiz sowie Spanien, Italien und Frankreich entwickelten sich positiv. Die osteuropäischen Märkte steigerten den Umsatz sogar zweistellig.



CH

Lindt Connaisseur in neuem Look.



DE

Der Goldhase feierte Ostern 2019 in der limitierten Hawaii-Edition



Schweiz

Chocoladefabriken
Lindt & Sprüngli (Schweiz) AG

398 Mio. CHF Umsatz
inkl. Export

+2,5% organisches Wachstum

- Leaderprodukte des Jahres: Lindor und Excellence.
- Auszeichnung: Lindt ist Marke des Jahres 2019 (Promarca).
- Lancierung von Excellence Passion 70% Kakao in 3 Sorten: Oranges Amandes, Framboise Noisette sowie Caramel Fleur de Sel.
- An Weihnachten begeisterten die Lindt Maîtres Chocolatiers mit ihren Kreationen beim Illuminarium, einer fantastischen Lichterwelt im Landesmuseum in Zürich.

Deutschland

Chocoladefabriken
Lindt & Sprüngli GmbH (Deutschland)

612 Mio. EUR Umsatz

+6,5% organisches Wachstum

- Erfolgreiche Klassiker: Lindor, Excellence, Goldhase.
- Marktanteile ausgebaut.
- Bestseller: Lindor 60% Kakao und Lindor Pistazie wurden von der Rundschau des Lebensmittelhandels zum Bestseller gekürt.
- Neue Edition: Mini Pralinés im sommerlichen Ibiza Design.
- Auszeichnung: Die Lebensmittel Zeitung zeichnete Lindor erneut als Topmarke 2019 für das stärkste Wachstum in Bezug auf Umsatz und Käuferreichweite aus (Best of 5 000 Brands).

Frankreich

Lindt & Sprüngli SAS (Frankreich)

379 Mio. EUR Umsatz

+3,7% organisches Wachstum

- Limited Edition: Excellence 70% Kakao.
- Gewinnspiel: Die Champs-Élysées Diamond Geschenkektion wurde erfolgreich lanciert. Erstmals konnten Konsumenten eine Diamantkette gewinnen.
- Einführung der Les Pyrénées im Retrodesign von 1927.
- Lancierung der Lindt Teddy Schokoladenkugeln «Billes Ours».

CH



Das Osterdörfli Kids Event in Kilchberg begeisterte über 2000 Besucher mit einer zauberhaften Osterwelt.

FR



Limited Edition
Excellence 70%

FR



Les Pyrénées kam in einer edlen Vintage-Edition von 1927 in Frankreich auf den Markt.

DE



Die Einführung der saisonalen Ibiza Edition der Lindt Mini Pralinés.

Italien

Lindt & Sprüngli S.p.A. (Italien)
und Caffarel S.p.A.

243 Mio. EUR
Umsatz

+1,9% organisches Wachstum

- Markteinführung der neuen Lindor Pistazie Rezeptur.
- Lancierung von Excellence Passion mit 70% Kakao in den 3 Sorten: Oranges Amandes, Framboise Noisette sowie Caramel Fleur de Sel.
- Innovative Social-Media-Kampagnen für den Lindt Haselnuss- und Schokoladenbrotaufstrich.
- Caffarel lancierte die «Gianduia Intense» Tafelinie in 3 verschiedenen Kakaointensitäten.

Grossbritannien & Irland

Lindt & Sprüngli Ltd. (UK)

210 Mio. GBP
Umsatz

+10,1% organisches Wachstum

- Lindor ist die Nr. 1 in der Produktkategorie Pralinés in England.
- Erfolgreiche Personalisierungskampagne zu Ostern: Der Goldhase konnte 2019 erstmals mit eigenem Namen auf dem roten Schleifchen in die Osternester springen.
- Der Lindt Teddy ist und bleibt der Weihnachtsstar in England und begeistert im traditionellen englischen Weihnachtspullover.
- Launch der Excellence Supermilk.
- Excellence ist die Nr. 1 Marke im dunklen Schokoladensegment in Irland.
- Der erste Lindt Pop-up Store im Kildare Village in Irland zog zahlreiche Besucher an.

IT



Der Goldhase begeisterte die kleinen und grossen Lindt Fans bei der Ostereiersuche im Indro Montanelli Park in Mailand in Italien.

Österreich

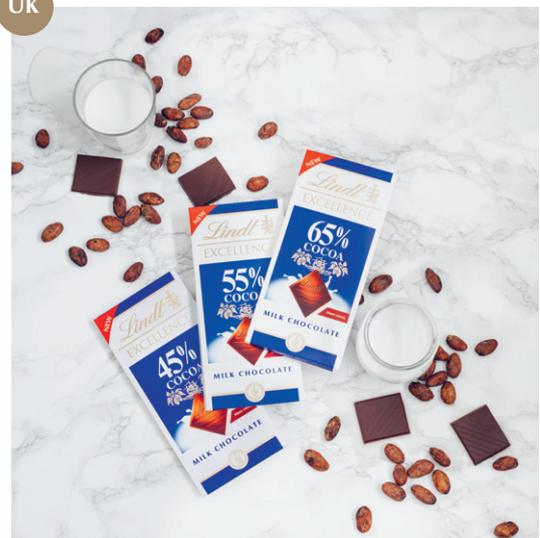
Lindt & Sprüngli (Austria)
Gesellschaft m.b.H.

+10,0% org. Umsatz-
wachstum

Lindor ist die Nr. 1 am
österreichischen Pralinenmarkt.

- Lancierung: Lindor Pistazie.
- Grösste Markteinführung: Excellence Milch Chocolate mit hohem Kakaoanteil von 45%, 55% und 65%.
- Excellence ist die Nr. 1 im dunklen Schokoladensegment.
- Exklusive Excellence Verkostungsabende mit den Lindt Maitres Chocolatiers in Zusammenarbeit mit Handelspartnern stärkten die Marke.
- Küfferle: Klassiker «Schokoschirmchen» in neuen trendigen Farben lanciert.

UK



Die neue Excellence Milchschokolade «Supermilk» vereint den feinerhoben Geschmack von Schokolade mit hohem Kakaoanteil mit der Cremigkeit von Milchschokolade.

Spanien

Lindt & Sprüngli (España) S.A.

+2,5 % org. Umsatz-
wachstum

Lindor und **Excellence** steigern Marktanteile.

- Neueinführung: Excellence 95% Kakao und Excellence Passion Chocolat mit 70% in 3 Geschmacksrichtungen.
- Weihnachtskampagne: Das grosse Lindor PR-Event in Madrid begeisterte die Spanier.



IT

Die neue Lindor Rezeptur Pistazie war ein grosser Erfolg in Italien.

Intensiver Schokoladengenuss: Excellence mit 95% Kakaogehalt.

ES



Nordics

Lindt & Sprüngli (Nordic) AB

+9,0 % org. Umsatz-
wachstum

Erste **Lindt Boutique** in Helsinki in Finnland.

- Produktlaunch: Excellence Milchschokolade mit hohem Kakaoanteil von 45%, 55% und 65%.
- Snacking-Segment: Mehr als 1 Million Lindor Sticks in Schweden verkauft.

Niederlande

Lindt & Sprüngli (Netherlands) B.V.

+34,4 % org. Umsatz-
wachstum

Eröffnung der **Tochtergesellschaft** in den Niederlanden.

- Highlight: Eröffnung der ersten Lindt Boutique im Zentrum Amsterdams.
- Leaderprodukte: Lindor und Excellence.



IT



Die neuen Excellence Passion mit 70% Kakao in den 3 Genussrichtungen Orange Amandes, Framboise Noisette und Caramel Fleur de Sel lassen keine Schokoladenwünsche offen.



Osteuropa

Lindt & Sprüngli CEE s.r.o.

+22,2 % org. Umsatz-
wachstum

Marktanteile gesteigert

- Hohes zweistelliges Wachstum in den Märkten Tschechische Republik, Slowakei und Ungarn.
- Zertifikat: Das Konzept für die aussergewöhnlichen POS-Inszenierungen des Lindt Teddy wurden von POPAI Central Europe ausgezeichnet.



Der Lindt Teddy begeisterte in innovativen weihnachtlichen POS-Inszenierungen seine Fans.

Polen

Lindt & Sprüngli (Poland) Sp. z.o.o.

+20,5 % org. Umsatz-
wachstum

Marktanteile gewonnen

- Fokus: Leaderprodukte Lindor und Excellence.
- Highlight: Live-Auftritt eines Maitre Chocolatier in der polnischen TV-Sendung «Dzien dobry TVN» einem beliebten Morgenprogramm.
- Social-Media-Kampagne: Excellence Degustationsabende mit Influencern erzielten eine hohe Reichweite in den Sozialen Medien.

Russland

Lindt & Sprüngli (Russia) LLC

+25,7 % org. Umsatz-
wachstum

4. Lindt Boutique in Moskau

- Erneut zweistelliges Wachstum im zweitgrössten Schokoladenmarkt der Welt.
- Wachstumstreiber: Lindor, Excellence, Lindt Teddy.
- Erfolgreiche Markteinführung: Excellence Lemon & Ginger und Figue Intense.



RU



Die saisonalen Produktkollektionen in edlem Design waren ein Bestseller in Russland.

Nordamerika

+5,4%

org. Wachstum

CHF 1,76 Mrd.

Umsatz

Nr.

1

IM PREMIUMSEGMENT
IN DEN USA

«Nordamerika» ist auch im Berichtsjahr 2019 vom Strukturwandel im Handel und einem erhöhten Preisdruck geprägt. Trotz der schwierigen Marktbedingungen erzielte das Segment ein gutes organisches Umsatzwachstum von +5,4%.

Lindt & Sprüngli USA
Lindt & Sprüngli (USA) Inc.

507 Mio. USD
Umsatz

**+6,1% organisches
Umsatzwachstum**

- 30-Jahr-Jubiläum im grössten Schokoladenmarkt der Welt.
- Neues Lindt Shop Design: Einführung des globalen Shop Designs in Boston.
- Die Lindor «Heart Box» war ein echter Verkaufsschlager am Valentinstag in den USA.
- Neu im Snacking-Sortiment: Excellence mit 95% Kakaogehalt für den intensiven Genuss.



Die neue Lindor «Heart Box» war die erste Wahl am Valentinstag 2019 in den USA und liess Herzen höher schlagen.



Excellence Sea Salt ist der perfekte Snack für unterwegs.

Ghirardelli Chocolate Company

582 Mio. USD
Umsatz

**+6,5% organisches
Umsatzwachstum**

- Neue Werbekampagne: «What the heart desires» zum «Caramel Duet Heart» Launch für den Valentinstag.
- Wachstumstreiber: Klassiker Ghirardelli Caramel Squares und Peppermint Bark sowie Innovationen im erfolgreichen Backsegment.
- Neue Schlüsselpartnerschaften mit US-Airlines und grossen Restaurantketten.
- Neue TV-Werbekampagne «Ghirardelli Makes Life a Bite Better» für Dark Intense und Peppermint Bark.



«What the heart desires»
Die neuen Caramel Duet Hearts waren echte Verkaufsschlager.

Russell Stover Chocolates LLC

413 Mio. USD
Umsatz

+5,6% organisches Wachstum

- Einführung: Neue «Bowline» Geschenkeedition in modernem Design, das die Farbe der Kupferkessel aus der traditionellen Herstellung aufgreift.
- Neue Werbekampagne: «Making someone happy», die die Rolle von Russell Stover als traditionellen Geschenkeexperten in den USA unterstreicht.

Kanada

Lindt & Sprüngli (Canada) Inc.

339 Mio. CAD
Umsatz

3 neue Lindt Shops

- Leaderprodukte: Lindor und Excellence.
- Nr. 1 im Premiumsegment.
- Produktlaunch: Lindt Haselnuss- und Schokoladenbrotaufstrich.
- Erneut Nr. 1 «Most Trusted Brand» in Kanada (Brand Spark Studie).

Mexiko

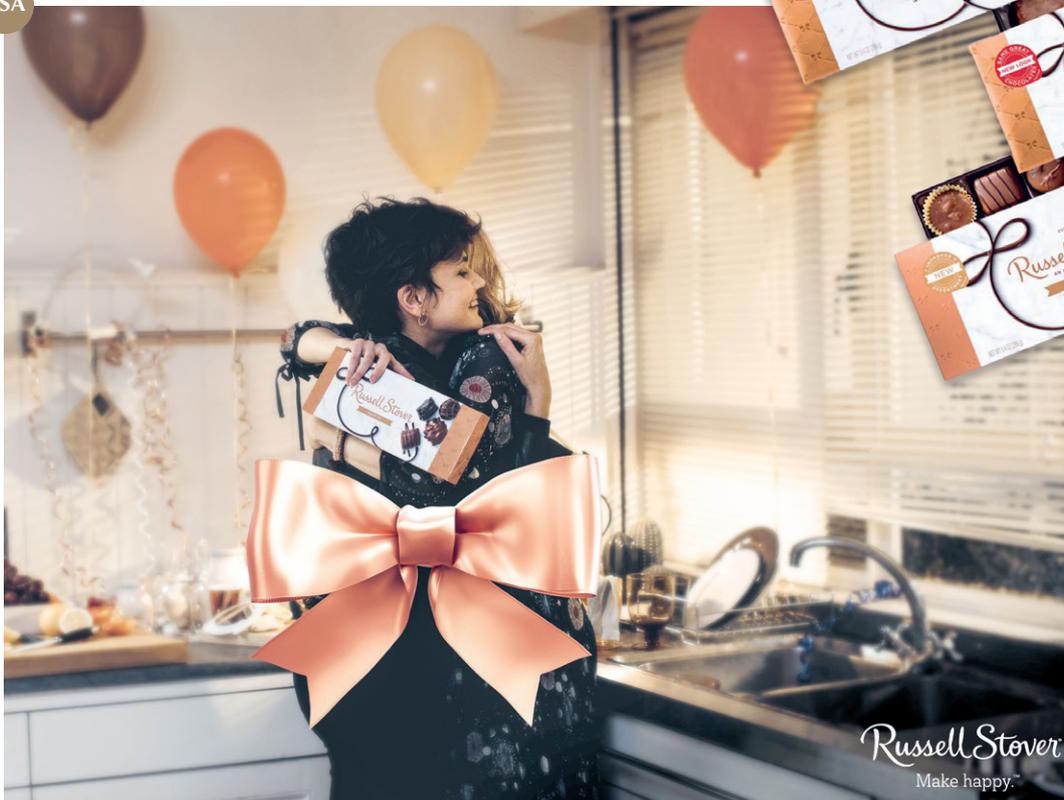
Lindt & Sprüngli de México, S.A. de C.V.

+25,3% org. Umsatz-
wachstum

Marktanteile ausgebaut

- Erfolgreiche Markteinführung der Leaderprodukte Lindor und Excellence.
- Starkes doppelstelliges Wachstum.
- Marktführer für Schokoladentafeln im Premium-Segment im Detailhandel.

USA



Emotionale Werbekampagne für die «Bowline» Pralinés, die die schönsten Geschenk-momente feiert.

LINDOR CHOCOLATE LOUNGE EMMY AWARDS 2019

Lindt USA ist bereits zum zweiten Mal Partner des wichtigsten Fernsehpreises in den USA. Auch 2019 erstrahlte die «Lindt Chocolate Lounge» im luxuriösen roten Lindor Design. Lindt Maître Chocolatier Ann Czaja begeisterte die nominierten Stars und Moderatoren des Events. In diesem Jahr konnten die prominenten Gäste ein ganz persönliches Schokoladengeschenk mit nach Hause nehmen. Sie konnten mit Hilfe eines speziellen Lindt Schokoladendruckers ihr Selfie auf weisser Lindt Schokolade festhalten. Der Schokoladendrucker war im Dauereinsatz und erfreute zahlreiche Stars.

Julia Louis-Dreyfus strahlte mit ihrem Lindt Schokoladen-Selfie um die Wette.



Die Gäste genossen auf dem Emmy Governors Ball über 10000 Lindor Kugeln.

Auch Naomi Watts war von ihrem Give-away total begeistert.



GOLDEN GLOBES 2019



Die limitierte Lindor Edition war ein echter Hingucker.



Seit 2016 ist Lindt USA offizieller Partner der renommierten Golden Globe Awards. Die Lindt Maitres Chocolatiers verwöhnten die Hollywood Stars mit einer eigens für den Anlass kreierten Lindor Edition im eleganten Ambiente der Preisverleihung. Die VIP-Gäste wurden überdies am Stand der Lindt Maitres Chocolatiers mit erlesenen Schokoladenkreationen verwöhnt.

Die beiden Schauspiellegenden Dame Helen Mirren und Meryl Streep genossen sichtlich die gute Atmosphäre bei den Golden Globes.

Brands

Globale Brands



76%

Umsatz

Lindt
MÂTRE CHOCOLATIER SUISSE
DEPUIS 1845

Regionale Brands



22%

Umsatz

GHIRARDELLI
CHOCOLATE

Russell Stover

PANGBURN'S
OF TEXAS

Whitman's

Lokale Brands



2%

Umsatz

Hofbauer
WIEN

Caffarel
TORINO 1826

Küfferle

■ Tochtergesellschaften
□ Duty Free & Distributoren

Rest der Welt

+7,6%

org. Wachstum

CHF 0,60 Mrd.
Umsatz

In den Märkten im «Rest der Welt» erzielte Lindt & Sprüngli wiederum ein gutes organisches Wachstum von +7,6%. Die Märkte im Segment sind gesamthaft von Wachstum geprägt, wobei besonders Japan, China und Brasilien mit starkem zweistelligem Umsatzwachstum glänzten.



AUS



Excellence Cranberry, Almond & Hazelnut sowie Honeycomb sind attraktive Neuzugänge der Excellence Linie in Australien.



Australien

Lindt & Sprüngli (Australia) Pty Ltd.

+1,6 % org.
Wachstum

Lindor klare Nr. 1 in der Produktkategorie Pralinés

- Markteinführung: Lindor Mint und Lindor Pistachio sind eine ideale Ergänzung des Lindor Sortiments.
- Launch im Snacking Segment: Fruit Sensation Mango & Passionfruit.
- Neue Partnerschaft mit australischer Fluggesellschaft: Mehr als 4 Millionen Lindor Kugeln verteilt.
- Marktanteile gewonnen.

Südafrika

Lindt & Sprüngli (South Africa) Pty. Ltd.

2 neue Lindt Shops

Launch **Nuxor** Linie

- Leader im Premium-Segment.
- Snacking-Segment: Lindor Stick ist der Verkaufsschlager in Südafrika.
- Lindt erneut die am schnellsten wachsende Schokoladenmarke auf dem Markt.

China

Lindt & Sprüngli (China) Ltd.

+35,0 % org. Umsatzwachstum

Neue **Lindor**-Kampagne

- Neuer Retail-Verkaufskanal: Lindt generierte gute Umsatzzahlen im neuen Online «Live-Selling-Kanal».
- Lindor Geschenksortiment: Das hochwertige Geschenk- und Hochzeitsortiment wurde ergänzt und erreichte mehr als 12 Millionen Hochzeitsgäste in China.
- Neue Lindor Kampagne: «Chinese Moments of Bliss» mit Roger Federer und Xin Zhilei.

Brasilien

Lindt & Sprüngli (Brazil) Holding Ltda.

+19,9 % org. Umsatzwachstum

9 neue Lindt Shops

- Markteinführung: In Brasilien waren die neuen «Katzenzungen» aus Schokolade ein echter Verkaufsschlager in den Lindt Boutiquen.
- Zwei neue Geschmacksrichtungen des Weihnachtsklassikers Panettone: Dunkle Schokolade mit sizilianischer Orange sowie Panettone mit Milchschokoladenstückchen.

ZA



Die elegante Nuxor Linie vereint cremige dunkle Schokolade mit Nuss.

Japan

Lindt & Sprüngli Japan Co. Ltd.

+28,5 % org. Umsatzwachstum

10 neue Lindt Shops

- Ausbau der Markenbekanntheit.
- Launch des eleganten Geschenksortiments zum Valentinstag.
- Die Einführung des Excellence Mint Dark Chocolate Drinks begeisterte die Lindt Fans in den Cafés.



Excellence Mint Dark Chocolate Drink.

Duty Free & Distributoren

Führender Anbieter für Premium-Schokolade im Travel Retail Segment.

DFNI-Preis für Neueröffnung der **Lindt Chocolate Boutique** am Flughafen Zürich

Duty Free

- Highlight: Neueröffnung der Lindt Chocolate Boutique am Flughafen in Zürich. Besondere Attraktion ist die neue Frischetheke, in der Lindt Maitres Chocolatiers täglich erlesene Meisterwerke frisch zubereiten.
- Neue Shop-in-Shop-Konzepte mit starkem visuellem Auftritt an Top Locations in den Flughäfen Paris, Istanbul, Sydney, Miami, Delhi und São Paulo.
- Erste Kampagne für das «Chinesische Neujahrsfest» an Flughäfen in Asien.

Distributoren

- Die regionale Vertretung in Dubai erreichte nach anspruchsvollen Jahren ein hohes einstelliges Wachstum.
- Die regionale Vertretung «Greater Europe» erzielte erneut ein zweistelliges Umsatzwachstum.
- Die regionale Vertretung in Hongkong (Asia-Pacific) konnte dank der erfreulichen Entwicklung von Lindor und Excellence Marktanteile zulegen.
- Das Distributorengeschäft in Lateinamerika (LATAM) erreichte in den neuen Märkten Ecuador und Guatemala gute Umsatzzahlen. Die Märkte in Argentinien und Chile erlebten aufgrund der politischen und wirtschaftlichen Entwicklungen ein anspruchsvolles Geschäftsjahr.

Der Markenbotschafter Roger Federer eröffnete die Lindt Chocolate Boutique am Flughafen in Zürich.



Die neue Lindor Kampagne «Chinese Moments of Bliss» mit dem Lindt Markenbotschafter Roger Federer und dem chinesischen Filmstar Xin Zhilei war ein Riesenerfolg in den sozialen Medien.