

NAFTA

Das Segment NAFTA verzeichnete einen leichten Umsatzrückgang von -1,6% auf CHF 1,6 Mrd., der stark durch die Veränderungen in der US-Handelslandschaft und die strategische Neuausrichtung von Russell Stover beeinflusst war.

Nachdem der US-amerikanische Schokolademarkt in den letzten Jahren stagniert hatte, entwickelte sich der Gesamtchokolademarkt in Bezug auf Umsatz und Verkaufsvolumen positiv.

Als Highlight in der Region gilt das erfreuliche Ergebnis von Lindt in Kanada mit einem hohen zweistelligen Umsatzwachstum. Die US-Gesellschaften Lindt und Ghirardelli verzeichneten in einem sich stark verändernden Handelsumfeld mit einer Neupositionierung des für Schokolade wichtigen Drug-Store-Kanals und den mit Frequenzrückgang kämpfenden traditionellen Department-Stores einen leichten Zuwachs. Bei Russell Stover führte die Kombination eines schwachen Gesamtmarkts mit den Schwierigkeiten einzelner Handelspartner und der Neuausrichtung des Sortiments zu einem Rückgang der Verkäufe. Im Rahmen der Sortimentserneuerung bei Russell Stover wurde in der zweiten Jahreshälfte ein Relaunch der zuckerfreien Schokoladelinie mit Stevia-Extrakt erfolgreich durchgeführt und auch die neuen Verpackungen mit zusätzlichen attraktiven Preispunkten sorgten im Weihnachtsgeschäft für gute Verkäufe.

Mit den drei Marken Lindt, Ghirardelli und Russell Stover ist die Gruppe weiterhin die Nr. 1 im Premium-Segment und die Nr. 3 im Gesamtschokolademarkt. Mit der Fortsetzung der strategischen Neuausrichtung von Russell Stover und den geplanten Aktivitäten bei Lindt und Ghirardelli ist Lindt & Sprüngli im grössten Schokolademarkt der Welt weiterhin auf Kurs und hat im abgelaufenen Geschäftsjahr die Basis für weiteres profitables Wachstum geschaffen.

Lindt & Sprüngli USA

Lindt & Sprüngli (USA) Inc. erzielte auf dem hart umkämpften US-Markt ein Umsatzwachstum von +1,0% und konnte Marktanteile dazugewinnen. Die beiden Marken Lindor und Excellence sowie das Saisongeschäft waren erneut die wichtigsten Wachstumstreiber.

Lindor erzielte mit Produktinnovationen sowie mit dem bestehenden Sortiment Wachstum. Speziell für den



Die neue Rezeptur Lindor Fudge Swirl traf genau den Geschmack unserer amerikanischen Konsumenten.

US-Markt wurde die Produktneuheit Lindor Fudge Swirl lanciert, die von den Konsumenten sehr positiv aufgenommen wurde. Die saisonalen Rezepturen Strawberry & Cream, White Chocolate Peppermint sowie Gingerbread waren ebenfalls sehr gefragt und trugen positiv zum Umsatz bei. Nationale, gross angelegte, kundenspezifische Sampling-Aktionen bei Detailhändlern stimulierten ebenfalls den Absatz von Lindor. 2017 setzte sich der US-Trend in Richtung Schokolade mit hohem Kakaogehalt fort. Excellence etablierte sich hier als die klare Nr. 1 im Premium-Segment. Die neu lancierte Excellence 78% sowie die Excellence 90% Schokoladetafel trugen zur guten Umsatzentwicklung der Linie bei. Lindt erzielte in den wachstumsstärksten Jahreszeiten, Valentinstag, Ostern und Weihnachten, ebenfalls überdurchschnittliche Absätze. Das Saisongeschäft wurde erneut durch Produktinnovationen, eine herausragende Präsentation am Verkaufspunkt und Werbekampagnen unterstützt.

Lindt USA trat im dritten Jahr in Folge als offizieller Partner der Golden Globes auf und präsentierte Lindor Milch in speziell angefertigten Geschenkboxen, die von einem Illustrator zum Leben erweckt wurden, um die Gäste an den Tischen zu begeistern. Die VIP-Gäste wurden zudem mit Lindor, Excellence und Pralinen an einem Lindt Maître Chocolatier Stand verwöhnt. Das prestigeträchtige Event trägt wesentlich zur Steigerung von Lindts Markenbekanntheit in den USA bei.

Die Investitionen in die US-Tochtergesellschaft in Stratham, NH, haben durch Automatisierungen in der Produktion zu weiteren Effizienzsteigerungen geführt und das Werk für zukünftiges Wachstum gerüstet.

Ghirardelli Chocolate Company

Ghirardelli Chocolate Company konnte im Berichtsjahr ein leichtes Umsatzwachstum erzielen und wuchs schneller als der Gesamtmarkt. Ghirardellis Umsatz im Ganzjahresortiment wurde sehr positiv vom erfolgreichen Klassiker



Lindt & Sprüngli war auch 2017 bei den Golden Globes präsent und verwöhnte die Hollywood Stars im eleganten Ambiente mit Schweizer Schokoladekreationen der Lindt Maître Chocolatiers.



Auch Angelina Jolie und ihr Sohn Pax Jolie Pitt bestaunen die limitierte Lindor Edition, die speziell für die Golden Globes angefertigt wurde.



Die neuen Bourbon Caramel Squares von Ghirardelli, die erstmals beim grössten Pferderennen der USA in Kentucky verkostet werden konnten.

Caramel Square sowie von der Produktinnovation Bourbon Caramel beeinflusst. Um die Produktbekanntheit zu erhöhen, unterstützte Ghirardelli das grösste Pferderennen der USA, das Kentucky Derby, als Sponsor. Die Besucher verkosteten über 25 000 Samples der neuen Bourbon Caramel Squares, die anlässlich des Events lanciert wurden. Die Partnerschaft erzeugte online 32 Millionen Impressionen.

Dunkle Schokolade erfreut sich in den USA immer grosserer Beliebtheit bei den Konsumenten. Ghirardelli ist in diesem Segment die Nr. 3. Ghirardelli Intense Dark mit 72% Kakaoanteil leistete den grössten Beitrag zum Umsatzwachstum. Ghirardellis Saisongeschäft wächst am schnellsten und wird vor allem durch die klassischen Peppermint Bark Squares zu Weihnachten sowie neue, aufregende Produkte aus dem Novelty Shape Sortiment unterstützt. Ghirardellis Backsegment etablierte sich als Nr. 2 im US-Markt, wobei besonders die Baking Chips, Produkte für die Herstellung von Süssigkeiten sowie Kakao zum Backen zu diesem Erfolg beitrugen.



Die neu lancierte zuckerfreie Linie von Russell Stover mit Stevia-Extrakt.



Kanada präsentierte zu Weihnachten die Christmas Gift Box, die keine Wünsche offenlässt.

Russell Stover Chocolates

Im Berichtsjahr wurden die Integration der Russell Stover Chocolates LLC in die Lindt & Sprüngli Gruppe sowie die strategische Neuausrichtung fortgesetzt. 2017 setzte Russell Stover zahlreiche strukturelle Initiativen zur Optimierung der Handelsunterstützung, der Logistik und der Qualität um, die die Effizienz steigerten. Das Unternehmen unterstrich seine Marktführerschaft im zuckerfreien Segment durch den Relaunch der zuckerfreien Linie mit Stevia-Extrakt mit neuer Rezeptur und in neuem Design.

Russell Stover zelebrierte den 175. Geburtstag von Whitman's Chocolate mit speziellen Jubiläumspackungen sowie einer Partnerschaft mit der United Service Organization (USO), einer gemeinnützigen Organisation für das Wohlergehen der amerikanischen Streitkräfte. Gleichzeitig verbesserte man die Kundenkommunikation mit gezielten Werbemassnahmen und einer gesteigerten Social Media Präsenz.

Lindt & Sprüngli Kanada

Lindt & Sprüngli (Canada) Inc. erzielte in diesem Berichtsjahr wiederum ein sehr starkes Umsatzwachstum von +18,7%. Lindt baute ihre Marktführerschaft im Premium-Segment in einem für Kanada besonderen Jahr, dem 150. Jahrestag der Konföderation, weiter aus. Lindts Markterfolg basiert auf einer kundenorientierten Strategie, welche die Produkte Lindor und Excellence mit erfolgreichen Kampagnen als die Nr. 1 im Markt etablieren konnte und die Kundenbindung noch weiter verstärkte.

Neben den Kernprodukten trugen auch attraktive Produkteinführungen und die kreative, vielschichtige Marketingkampagne zur Weihnachtssaison bei. Lindt wurde zum dritten Mal in Folge von rund 45 000 Konsumenten zur «Most Trusted Chocolate Brand» in Kanada gewählt (Brand Spark Canadian Shopper Study).