

Rest der Welt

Lindt & Sprüngli profitierte im Berichtsjahr von der geografischen Expansion der letzten Jahre. Das Segment «Rest der Welt» konnte erneut mit einem organischen Wachstum von +12,4% auf CHF 525 Mio. zulegen und steuert damit einen immer grösseren Anteil zum Gruppenumsatz bei. Das Geschäft der einzelnen Ländermärkte wuchs rasant und sehr dynamisch, wobei besonders Japan und Brasilien diese Entwicklung vorantrieben.

Australien

Lindt & Sprüngli (Australia) Pty Ltd. feierte 2017 ihr 20-jähriges Bestehen. Im Jubiläumsjahr erzielte das Unternehmen in einem schwierigen Umfeld und in einem hoch kompetitiven Schokolademarkt ein leichtes Umsatzwachstum und konnte die Marktdurchdringung erhöhen. Die Kernprodukte Excellence, Lindor und das Saisongeschäft verzeichneten ein hervorragendes Umsatzwachstum. Im Berichtsjahr konnte der Marktanteil des Goldhasen und der lokal hergestellten Geschenkeier zu Ostern deutlich gesteigert werden. Die

Lancierung der Lindor Mango & Cream war die bisher umsatzstärkste Produkteinführung von Lindor in Australien. Ein weiteres Highlight war die Einführung der 78% Excellence Tafeln, die durch eine gezielte Marketingkampagne für die hochprozentigen Kakaoprodukte unterstützt wurde.

Südafrika

Lindt & Sprüngli (South Africa) Pty Ltd. kann auf ein erfolgreiches Jahr mit einem hohen zweistelligen Umsatzwachstum von +20,0% und einem starken Zuwachs an Marktanteilen zurückblicken. Die Schlüsselmarken Lindor und Excellence erhöhten erneut den Umsatzanteil und bauten so die Marktführerschaft im Premium-Segment weiter aus. Mit den Lindor Sticks etablierte sich die Marke zudem erfolgreich in einer neuen Produktkategorie.

Vereinigte Arabische Emirate

Die regionale Vertretung in Dubai, konnte nach anspruchsvollen Jahren wieder ein zweistelliges Umsatzwachstum erzielen. Die Region ist jedoch weiterhin geprägt von stagnierendem Wachstum durch den starken Verfall der Rohstoffpreise sowie durch die politische Lage.

Die Excellence Produkte konnten wesentlich zum Umsatz beitragen und sind in der Region Marktführer im Segment der dunklen Schokolade. Saudi-Arabien hat sich ebenfalls sehr stark entwickelt, und Indien verzeichnete im Vorjahresvergleich eine Umsatzverdopplung. Libanon, Kuwait, Qatar und der Irak erzielten ebenfalls ein zweistelliges Umsatzwachstum.

China /Asia Pacific

Lindt & Sprüngli (China) Ltd. hatte ein erfolgreiches Jahr mit einem zweistelligen Umsatzwachstum von +33,3%. Die Marken Lindor und Excellence haben sich durch Produktneuheiten und neue Rezepturen sehr positiv entwickelt. Lindor als hochwertiges Geschenk zum chinesischen Neujahr konnte die Markenbekanntheit ausbauen. Die Distribution wurde von



In Australien liebt man besonders die Mango & Cream Edition.





Marketingaktion in China: Die Lindt Tram sorgte für Aufsehen in Hongkong.

Schanghai und Peking auf weitere Grossstädte ausgeweitet. Die Präsenz eines Lindt Flagship Stores bei Tmall und JD führte zu einer überproportional positiven Entwicklung des E-Commerce-Vertriebskanals. Die starke Präsenz auf Hochzeitsmessen, um von der hohen Popularität von Premium-Schokolade als Hochzeitsgeschenk zu profitieren, erhöhte ebenfalls die Bekanntheit.

In Thailand, Singapur und Hongkong erzielte Lindt & Sprüngli (Asia-Pacific) Ltd. ein starkes einstelliges Umsatzwachstum und gewann durch die starke Präsenz der Lindt Produkte im Saisongeschäft und die Einführung des Excellence Dark Festival mit umfassenden Samplingaktionen Marktanteile hinzu.

Brasilien

Brasilien erholte sich im Berichtsjahr langsam von einer der grössten Wirtschaftskrisen. Der Markt zeigt erste positive Tendenzen, die politische Lage jedoch bleibt in Anbetracht der bevorstehenden Wahlen angespannt. Lindt & Sprüngli in Brasilien erzielte im Berichtsjahr ein überaus erfreuliches zweistelliges Umsatzwachstum von +32,6%. Im Rahmen des Joint Venture mit der CRM Gruppe verfolgte man die Expansionspläne weiter und führt inzwischen 30 erfolgreiche eigene Lindt Boutiquen in exklusiven Shoppingcentern. Die langsame Markterholung zeigte sich ebenfalls bereits in der positiven Entwicklung des Grosshandelsvertriebskanals.

Japan

2017 war für Lindt & Sprüngli Japan Co. Ltd. ein sehr erfolgreiches Jahr mit einem starken Umsatzwachstum von +57,7%. Lindt investierte in den Ausbau des erfolgreichen Lindt Chocolate Café und Boutique Konzepts und eröffnete weitere Standorte an Toplagen in verschiedenen Regionen Japans. Lindt setzte dabei den Fokus auf das aussergewöhnliche Kundenerlebnis. Begeisterte Chocolate Advisors führen die Konsumenten in

die Lindt Welt ein und präsentieren ihnen das besondere Markenerlebnis. Die Excellence Linie mit besonders hohem Kakaogehalt und Lindor sind die erfolgreichsten Produkte im Ganzjahressortiment, während die Saisonprodukte bevorzugt als hochwertige Geschenke gekauft werden.

Duty Free/Travel Retail

Der Travel Retail Schokolademarkt stagnierte im Berichtsjahr trotz des steigenden Passagieraufkommens. Lindt & Sprüngli gelang es jedoch, mit zahlreichen Produktinnovationen und kundenzentrierten Marketingmassnahmen ihren Marktanteil weiter auszubauen. Lindt war 2017 erneut die dynamischste und global am schnellsten wachsende Schokolademarke im Travel Retail Segment und ein gefragter Partner. Lindt & Sprüngli lancierte im Rahmen der Premiumpartnerschaft mit dem weltweit grössten Duty Free Operator Dufry ein exklusives Sortiment mit Heavenly Stracciatella Lindor und einer Assortierten Napolitains Kollektion, das sehr erfolgreich war.

Die weltweite Einführung der neuen Assortierten Napolitains Produkte, der Lindt Chocolate Trolleys, die mit einem aufsehenerregenden Display im Trolleyformat und Marketingaktionen an den Verkaufsstellen für Aufmerksamkeit sorgten, waren besonders erfolgreich. Auch die Limited Edition von Lindor Mango & Cream, die zusammen mit der beliebten Lindor Kugel Milch vermarktet wurde, erzielte neue Verkaufsrekorde. Im Berichtsjahr wurden ebenfalls zahlreiche neue Premium Shop-in-Shop-Auftritte in den Flughäfen, unter anderem in London, Paris, Prag, Singapur, Taipeh und Doha, realisiert. Das Jahr wurde Lindt & Sprüngli besonders versüsst durch die Verleihung des DFNI Branchenawards für die beste globale Travel Retail Produkteinführung der Lindt Swiss Masterpiece Pralinés sowie durch drei Nominierungen bei den Frontier Awards in Cannes.

Exklusives Heavenly Sortiment für den Duty Free Partner Dufry.

