



LINDT & SPRÜNGLI

HALBJAHRESBERICHT
JANUAR – JUNI 2011

INHALT

HALBJAHRESBERICHT 2011

- 04 Bericht des Präsidenten
- 06 Kommentar
- 11 Aussichten
- 12 Konzernrechnung
- 18 Informationen

Lindt & Sprüngli wächst weiterhin schneller als die Märkte und gewinnt Marktanteile hinzu
Überdurchschnittliches organisches Wachstum in Lokalwährungen von 6,1%
Erfolgreiche Effizienzsteigerungsprogramme reduzieren negativen Währungseinfluss
Betriebsergebnis (EBIT) steigt überproportional um 23,9%
Positiver Ausblick in Lokalwährungen: Zielsetzungen für das Gesamtjahr bestätigt

VEREHRTE AKTIONÄRINNEN UND AKTIONÄRE

Im ersten Halbjahr 2011 wurden gewisse europäische Länder wie auch die USA – nach einer kurzzeitigen Erholung von der vergangenen weltweiten Finanz- und Wirtschaftskrise – zunehmend von der Überschuldungsproblematik und von Währungsproblemen eingeholt. Der negative Effekt dieser prekären Entwicklung und die von den Regierungen der am meisten betroffenen Länder eingeleiteten Sparmassnahmen und Steuererhöhungen wirkten sich auch auf die Kaufkraft und damit auf die Konsumentenstimmung aus. Zusätzlich belasteten die meist spekulativ getriebenen Preise für Rohstoffe die Situation auf Seiten der Hersteller.

In diesem nicht einfachen wirtschaftlichen Umfeld freut es mich sehr, Ihnen mitzuteilen, dass Lindt & Sprüngli gut in das Geschäftsjahr 2011 gestartet ist und bereits in den ersten sechs Monaten nennenswerte, deutlich über dem Marktdurchschnitt liegende Zuwächse hinsichtlich Umsatz und Gewinn verbuchen konnte.

Während die meisten Gesamtschokolademärkte im ersten Halbjahr 2011 ein eher verhaltenes wertmässiges Wachstum von rund 3% verzeichneten, blieb das Volumenwachstum praktisch überall relativ flach. Daher ist es umso erfreulicher, dass sich die meisten Tochtergesellschaften von Lindt & Sprüngli wiederum schneller als die Märkte entwickelten und damit zu den guten Halbjahresergebnissen beitrugen. In allen Ländern konnte die Marke LINDT weiter gestärkt werden und in den meisten Fällen Marktanteile hinzugewinnen.

Besonders gute Fortschritte erzielten die wichtigen europäischen Hauptmärkte Deutschland, Frankreich und Italien sowie LINDT und GHIRARDELLI in Nordame-

rika. Auch in der Schweiz verzeichnete Lindt & Sprüngli ein solides Wachstum. Einzig die Tochtergesellschaft in Grossbritannien blieb aufgrund der speziell schwierigen Konjunkturlage hinter den Erwartungen zurück.

Anfang Mai 2011 erfolgte die Gründung einer Tochtergesellschaft in Südafrika; ein klares Zeichen dafür, dass die geografische Expansion der Unternehmensgruppe kontinuierlich vorangetrieben wird.

In Anbetracht der sich ausbreitenden Discount-Handelsketten definiert sich der Wettbewerb immer stärker über den Preis. Als Folge geraten die Hersteller vermehrt unter Konditionsdruck seitens der Handelspartner. Zunehmend aggressive Promotionsaktivitäten dominieren den Markt. Aufgrund unserer konsequenten Premium-Positionierung hält Lindt & Sprüngli an der bestehenden Preisgestaltung fest und partizipiert nur sehr begrenzt an solchen Aktionen.

Die gestiegenen Rohstoffkosten, namentlich für unseren wichtigsten Rohstoff, die Kakaobohnen, werden auf hohem Niveau volatil bleiben. Mit Effizienzsteigerungsprogrammen und einem optimalen Kostenmanagement versuchen wir stetig, diese Mehrkosten so weit wie möglich aus eigener Kraft zu kompensieren.

Lindt & Sprüngli erzielte per 30. Juni 2011 einen Gruppenumsatz von CHF 1,007 Mrd., was gegenüber einer starken Vergleichsperiode im Vorjahr einem beachtenswerten organischen Wachstum in Lokalwährungen von 6,1% entspricht. Diese erfreuliche Steigerung wurde allerdings aufgrund negativer Währungseinflüsse um insgesamt 10,8% geschmälert und ergibt nach Umrechnung in

Schweizer Franken einen Rückgang von 4,7%. Das organische Wachstum kam hauptsächlich durch Volumensteigerungen und Produktmixoptimierungen sowie durch punktuelle Preiserhöhungen in einigen Märkten zustande. Dabei spielte wie immer die Lancierung neuer, erfolgreicher Produktangebote eine entscheidende Rolle, was einmal mehr bestätigt, dass Lindt & Sprüngli im Innovationsbereich führend ist.

Der Betriebsgewinn (EBIT) beträgt für das erste Halbjahr 2011 CHF 42 Mio. Dies entspricht einer Steigerung gegenüber der Vergleichsperiode 2010 von 23,9%. Der Reingewinn liegt mit CHF 32,1 Mio. gar 29,4% über dem Vorjahreswert. Noch besser ist es um die Cash-Flow-Situation bestellt. Per Ende Juni 2011 verfügt das Unternehmen über eine Nettoliquidität von CHF 593 Mio., eine Steigerung von CHF 147 Mio. gegenüber dem ersten Semester des vergangenen Jahres (CHF 446 Mio.).

Mit der Schaffung einer «Erweiterten Konzernleitung» stellten wir im März 2011 die Weichen für die weitere geografische Expansion der Unternehmensgruppe.

Das vom Verwaltungsrat verabschiedete Aktienrückkaufprogramm ist im Mai dieses Jahres plangemäss angelaufen. Bis Ende 2012 werden maximal 5% des Aktien- und PS-Kapitals über separate Handelslinien der SIX Swiss Exchange zurückgekauft. Per 30. Juni 2011 wurden Papiere im Wert von CHF 31 Mio. bezogen.

Ungeachtet der anhaltenden grossen Unsicherheiten im weltweiten Finanz- und Wirtschaftsumfeld hält Lindt & Sprüngli an den im März 2011 bekannt gegebenen strategischen Umsatz- und Gewinnzielen fest und rechnet für das Gesamtjahr 2011 mit einem organischen Wachstum in Lokalwährungen von 6 bis 8% und einer Erhöhung der Betriebsgewinnmarge um 20 bis 40 Basispunkte. Der Fokus liegt dabei weiterhin auf dem Zugewinn von Marktanteilen in Schlüsselmärkten sowie auf der geografischen Expansion in Wachstumsmärkte. Auch vor dem Hintergrund einer nach wie vor volatilen Situation im Rohstoff- und Währungsbereich wird Lindt & Sprüngli konsequent an der bewährten Premium-Strategie festhalten und den Werbedruck auch in der zweiten Jahreshälfte auf hohem Niveau aufrechterhalten.



Ernst Tanner

Präsident und Delegierter des Verwaltungsrats
Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli AG

KOMMENTAR

Bei der Interpretation des Gewinnausweises für das erste Semester muss berücksichtigt werden, dass die Lindt & Sprüngli Gruppe im saisonalen, geschenkorientierten Premium-Schokoladesegment tätig ist, in dem unter 40% des Gesamtjahresumsatzes im ersten Halbjahr erzielt werden. Diesen Halbjahresumsätzen steht per Ende Juni jedoch bereits rund die Hälfte der Fixkosten aus Produktion, Administration und Marketing gegenüber. Die Profitabilitätskennzahlen im Verhältnis zum Umsatz liegen daher im ersten Halbjahr stets deutlich unter dem Ausweis für das Gesamtjahr.

MARKTUMFELD

Schokolademarkt — Die ersten sechs Monate des Geschäftsjahres 2011 verliefen für Lindt & Sprüngli sehr erfolgreich. Die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen stabilisierten sich anfänglich in den meisten Hauptmärkten der Gruppe und damit einher ging vorerst auch eine leichte Verbesserung der Konsumentenstimmung. Viele Länder

mussten jedoch gegen Jahresmitte ihre Konjunkturprognosen aufgrund der Sparmassnahmen zur Begrenzung der steigenden Staatsverschuldung in einigen europäischen Mitgliedstaaten und den USA nach unten korrigieren. Die Hauptschokolademärkte von Lindt & Sprüngli in Europa und Nordamerika legten wertmässig im Vergleich zur Vorjahresperiode generell leicht zu, während sich das Volumenwachstum fast überall eher verhalten entwickelte. Vor diesem Hintergrund erwies sich die seit Jahren konsequent verfolgte Strategie der exklusiven Positionierung im Premium-Schokoladesegment und der damit verbundenen kompromisslosen Produktqualität erneut als wertvolle Basis für die Kontinuität des Unternehmenserfolgs.

Währungen — Die Stärke des Schweizer Francs gegenüber wichtigen Währungen wie Euro, US-Dollar oder britischem Pfund belasten im gegenwärtigen Umfeld die Schweizer Wirtschaft in erheblichem Masse und stellen mehr denn je grosse Anforderungen an das Risikomanage-

GRUPPENUMSATZ

Überproportionales organisches Wachstum

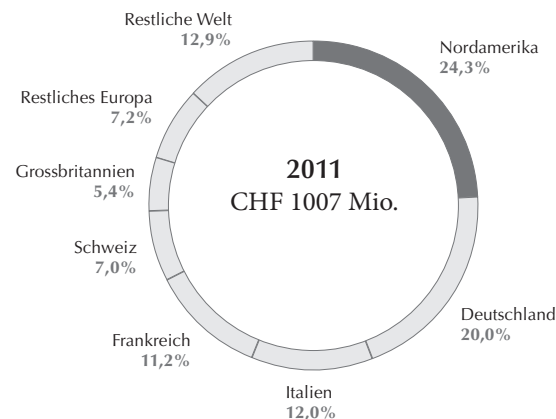
* rückwirkende Anpassung gemäss neuen Rechnungslegungsgrundsätzen in CHF Mio.



UMSATZ NACH LÄNDERN

Nordamerika weiterhin Wachstumstreiber Nr. 1

in %



ment der Gruppe. Dies beeinträchtigte die weltweite Exporttätigkeit des Schweizer Produktionsstandorts im ersten Halbjahr in noch begrenztem Ausmass. Das Unternehmen wird im zweiten Halbjahr alles daran setzen, der negativen Währungsentwicklung mit zusätzlichen Massnahmen zur Effizienzsteigerung entgegenzutreten.

Rohstoffe — Auch die Rohstoffmärkte unterlagen grossen Schwankungen. Nach der Beilegung der politischen Auseinandersetzung in der Elfenbeinküste, dem weltweit grössten Kakaoproduzenten, stabilisierte sich der Preis für eine Tonne Kakao am Terminmarkt in London auf hohem Niveau. Ungeachtet einer grundsätzlich positiven Angebots- und Nachfragesituation mit einem erwarteten Ernteüberschuss im Erntejahr 2010/2011 bleibt der Kakaopreis weiterhin äusserst volatil. Hinzu kommt die komplexe Situation an den internationalen Rohstoffmärkten, die sich zunehmend auch auf bisher staatlich regulierte Preise für gewisse Rohmaterialien auswirkt.

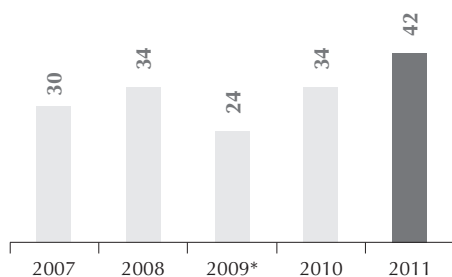
Handel — Das Handelsumfeld ist noch immer von einer hohen Promotiontätigkeit geprägt. Mittels dieser Strategie wird versucht die Preisunterschiede zu den weiterhin wachsenden Discountern zu reduzieren. Als anerkannter Premium-Anbieter distanziert sich Lindt & Sprüngli grundsätzlich von einem Wettbewerb, der fast ausschliesslich über den Preis ausgetragen wird, und partizipiert nur in begrenztem Ausmass an diesen Aktivitäten.

Ungeachtet der anhaltenden, unvorhersehbaren wirtschaftlichen Rahmenbedingungen hält die Lindt & Sprüngli Gruppe auch weiterhin und vorbehaltlos an ihrer Premium-Strategie fest. Das Unternehmen ist fest davon überzeugt, dass damit nicht nur die gegenwärtigen Herausforderungen gemeistert werden können, sondern dass sich langfristig überzeugende Innovationen, eine vollständige Kontrolle der Beschaffungskette und die damit verbundene Produktqualität in bedeutende Marktanteilsgewinne umsetzen lassen.

BETRIEBSERGEBNIS (EBIT)

Erholung ungeachtet gestiegener Rohmaterialkosten

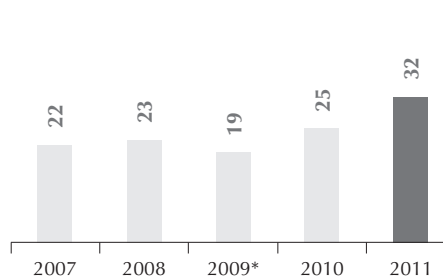
* vor Sonderaufwendungen
in CHF Mio.



REINGEWINN

Guter Leistungsausweis im ersten Halbjahr 2011

* vor Sonderaufwendungen
in CHF Mio.



UMSATZ

Die Lindt & Sprüngli Gruppe erzielte per 30. Juni 2011 einen Umsatz von CHF 1,007 Mrd. Dies entspricht einem erfreulichen organischen Wachstum in Lokalwährungen gegenüber einer sehr starken Vergleichsperiode im Vorjahr von 6,1% und kam durch Volumensteigerungen und Produktmixoptimierungen wie auch durch punktuelle Preisanpassungen in einigen Märkten zustande. Einen wichtigen Beitrag für das Wachstum der Lindt & Sprüngli Gruppe lieferte zudem die Lancierung neuer, erfolgreicher Produktangebote.

Ungeachtet des guten organischen Wachstums resultiert jedoch aufgrund der Stärke des Schweizer Frankens gegenüber sämtlichen Währungen in der Konsolidierung in der Heimwährung ein Rückgang des Gruppenumsatzes von 4,7%.

PRODUKTSEGMENTE

Saisonales Segment — Das erste Halbjahr zeichnet sich generell durch eine hohe Anzahl von saisonalen Höhepunkten aus. Neben dem Valentins- und Muttertag ist besonders das Ostergeschäft hervorzuheben, das dank des relativ späten Termins Ende April und einer damit verbundenen längeren Abverkaufsperiode äusserst erfreulich verlief. Der GOLDHASE zählte einmal mehr zu den umsatzstärksten Produkten weltweit. Lindt & Sprüngli gehört im saisonalen Segment mit hochwertigen Geschenkangeboten zu den führenden Anbietern.

Pralinéssegment — Lindt & Sprüngli bietet eine grosse Auswahl an besonderen Pralinés, die nicht nur aufgrund der herausragenden Qualität, sondern auch durch spezielle Formen und ausgefallene Geschmacksrichtungen überzeugen. Die LINDOR Kugeln, in dieser Kategorie mit Abstand das erfolgreichste Produkt, erzielten erneut ein überdurch-

schnittliches Wachstum und bleiben damit weiterhin das weltweit bedeutendste Aushängeschild der Marke LINDT.

Tafelsegment — Das Tafelsegment unterliegt generell einem starken Preiswettbewerb. Lindt & Sprüngli besitzt dort aufgrund einer hohen Anzahl von innovativen Angeboten eine führende Position. Die gut etablierten Spezialitätentafeln entwickelten sich weiterhin erfolgreich, allen voran die Produktlinien EXCELLENCE, CREATION und LES GRANDES. Die Distribution der im Vorjahr lancierten, neuartigen PASSION CHOCOLAT Tafellinie wurde aufgrund der enormen Beliebtheit in weitere Länder ausgeweitet und um neue Geschmacksrichtungen ergänzt.

MARKTSEGMENTE

Europa — Der Umsatz im Segment «Europa» stieg im ersten Halbjahr 2011 in Lokalwährungen um 6,9%. Aufgrund einer weiteren massiven Abwertung des Euros und des britischen Pfunds fiel der Umsatz in Schweizer Franken mit -3,9% entsprechend schwächer aus. Auf lokaler Basis erzielten besonders die Märkte in Frankreich, Deutschland und Italien gute Fortschritte. Dank erfolgreicher Produktinnovationen und erhöhter Marketinginvestitionen wuchs Lindt & Sprüngli auch auf dem Schweizer Heimmarkt. Einzig die englische Tochtergesellschaft, die im Vorjahr ein gutes Ergebnis erzielte, blieb hinter den Erwartungen zurück. Dies ist hauptsächlich auf das schwierige wirtschaftliche Gesamtumfeld zurückzuführen, das die Kaufkraft der Konsumentinnen und Konsumenten in erheblichem Masse beeinträchtigte.

Nordamerika — Die Konsumentenstimmung in den USA verbesserte sich im Vergleich zum Vorjahr nicht nennenswert. Dennoch entwickelte sich das gesamte Premium-Schokoladesegment in der Region leicht positiv. Vor diesem Hintergrund beträgt das konsolidierte organische Wachs-

tum in Lokalwährungen der drei nordamerikanischen Lindt & Sprüngli Tochtergesellschaften 5,8% im Vergleich zu einem sehr starken Vergleichswert im Vorjahr. Bei der Umrechnung in Schweizer Franken ergibt sich aufgrund der massiven Schwächung des US-Dollars sowie der etwas geringeren Abwertung des kanadischen Dollars eine Umsatzleistung von CHF 245 Mio., was gegenüber der Vorjahresperiode einem Rückgang von 9,9% entspricht. In Lokalwährungen erzielte Ghirardelli Chocolate Company erfreuliche zweistellige Zuwachsraten und trug somit massgeblich zum organischen Wachstum bei. Auch Lindt & Sprüngli (USA) Inc. legte in den ersten sechs Monaten des laufenden Geschäftsjahres im guten einstelligen Prozentbereich zu.

Der positive Umsatz von LINDT und GHIRARDELLI Produkten wurde durch verstärkte Werbemassnahmen unterstützt. Die beiden Marken zählen in der Zwischenzeit auf dem nordamerikanischen Kontinent zu den unangefochtenen Marktführern im Premium-Segment und gewinnen stetig neue Marktanteile hinzu. Die im Vorjahr gestartete Inbetriebnahme der neuen Grossanlagen für Kakaomasse wie auch für die Tafelproduktion am Standort von Lindt & Sprüngli (USA) Inc. erfolgte reibungslos. Dank dieser zusätzlichen Investition verfügt das Unternehmen nun vor Ort über einen modernen Maschinenpark und genügend Kapazitäten, um der künftigen Nachfrage bestens gerecht zu werden.

Rest der Welt — Das Ländersegment «Rest der Welt» erzielte einen Gesamtumsatz von umgerechnet CHF 130,2 Mio. Das Exportgeschäft über die weltweiten Distributoren von LINDT Produkten wird weitestgehend von der Schweizer Tochtergesellschaft aus gesteuert und wurde daher vom historisch hohen Stand des Schweizer Frankens beeinträchtigt. Dennoch verlief das Geschäft gesamthaft zufriedenstellend. In Australien, im grössten Markt innerhalb dieses Segments, wurde gegenüber dem Vorjahr ein gutes Umsatzwachstum verzeichnet. Im Rahmen der fortschreitenden geografischen Expansion nahm die neu gegründete Tochtergesellschaft in Kapstadt, Südafrika, ihre Geschäftstätigkeit im Mai 2011 auf und wird fortan den südlichen afrikanischen Kontinent direkt vor Ort bearbeiten.

KOSTEN

Die kombinierte Betrachtung von Materialaufwand und Lagerbestandveränderungen ergibt eine zusammengefasste Aufwandratio von 35,2% (Vorjahr: 36,2%). Die Materialpreise in Lokalwährungen verharrten auf hohem Niveau. Der Rückgang der Materialkosten in Prozent zum Umsatz ist hauptsächlich auf selektive Preiserhöhungen auf ausgewählten Produkten sowie auf Währungseinflüsse zurückzuführen. Die Personalkosten im Verhältnis zum Umsatz stiegen leicht – unter anderem währungsbedingt mit einem hohen Kostenblock in Schweizer Franken – und beliefen sich auf 26,5% (Vorjahr: 26,4%). Der durchschnittliche Personalbestand der Gruppe wurde um 176 Vollzeitstellen auf 7 160 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter erweitert (Vorjahr: 6 984). Mit einer Ratio von 29,9% entspricht die Betriebsaufwandmarge einer Senkung um 0,2% Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahr (30,1%). Hauptgrund für diesen leichten Rückgang gegenüber 2010 sind die zum Umsatzwachstum unterproportional gestiegenen Lager- und Transportkosten. Wie in den Vorjahren steigerte Lindt & Sprüngli wiederum auch im ersten Halbjahr 2011 die im Betriebsaufwand enthaltenen Werbeausgaben. Die kontinuierlichen Investitionen zur Erhöhung der Markenbekanntheit und Stärkung der Marktposition sind eine wichtige Basis für das zukünftige Umsatzwachstum.

ERTRAG

Der Betriebsgewinn beträgt CHF 42 Mio. und entspricht einer Steigerung von CHF 8,1 Mio. oder 23,9% gegenüber dem vergleichbaren Vorjahresergebnis. Dieses gute Resultat beweist, dass das Effizienzsteigerungsprogramm nachhaltige Erfolge zeigt. Dank des Volumeneffekts der Umsatzsteigerung konnte auch die Fixkostenabdeckung in der Produktion verbessert werden. Die prozentuale wie auch die absolute Erhöhung des Betriebsgewinns im ersten Halbjahr 2011 erklärt sich durch die kleine Basis

wie auch durch die überproportionalen positiven Skaleneffekte. Der überwiegende Teil der Nettoliquidität der Gruppe ist in Schweizer Franken angelegt. Aufgrund der erzielbaren minimalen Zinssätze für kurzfristige Anlagen in Schweizer Franken reflektiert das Finanzergebnis nicht die sehr hohe Nettoliquiditätsposition. Ungeachtet dessen erzielte die Lindt & Sprüngli Gruppe ein positives Nettofinanzresultat in der Höhe von CHF 1,4 Mio. (Vorjahr: CHF –0,1 Mio.). Nach Abzug der prozentmässig unveränderten Ertragssteuern beläuft sich der Reingewinn für das erste Halbjahr 2011 auf CHF 32,1 Mio. Dies entspricht einer Steigerung von CHF 7,3 Mio. oder 29,4% gegenüber dem Vorjahresresultat von CHF 24,8 Mio.

BILANZ

Im Rahmen des üblichen saisonalen Abbaus des Umlaufvermögens, aber auch aufgrund der dramatischen Abschwächung von Euro, US-Dollar und britischem Pfund, reduzierte sich die Bilanzsumme im Vergleich zu Ende 2010 um CHF 302 Mio. Ungeachtet der negativen Währungseinflüsse bei der Umrechnung des Eigenkapitals der Tochtergesellschaften aus dem Euroraum beläuft sich die Eigenkapitalquote per 30. Juni 2011 aufgrund der gegenüber dem Jahresende reduzierten Bilanzsumme auf sehr hohe 69,4%. Die Kundenforderungen gingen aufgrund der entsprechenden Zahlungen für das Saisongeschäft um CHF 365 Mio. auf CHF 283 Mio. zurück, was eine Verringerung des Umlaufvermögens zur Folge hatte. Die Nettofinanzposition beläuft sich per Bilanzstichtag 30. Juni 2011 auf rekordhohe CHF 593 Mio. Dies entspricht einer Zunahme gegenüber dem Jahresende 2010 von CHF 53 Mio. Im Rahmen des Aktienrückkaufprogramms wurden bis Ende Juni Namenaktien und Partizipations-scheine im Wert von CHF 31 Mio. zurückgekauft.

AUSSICHTEN GESAMTJAHR 2011

AUSBLICK

Lindt & Sprüngli geht davon aus, dass sich die wichtigsten Hauptmärkte von LINDT in einem schwer vorhersehbaren wirtschaftlichen Umfeld auf moderatem Niveau weiterentwickeln werden und die Konsumentenstimung vorwiegend stabil bleiben wird. Aufgrund der gegebenen Rahmenbedingungen, die derzeit von der ungelösten Schuldenproblematik in Europa und den USA dominiert werden, rechnet das Unternehmen auch im zweiten Halbjahr 2011 mit deutlichen Volatilitäten im Währungssektor sowie mit weiterhin schwankenden Preisen an den Rohstoffmärkten. Als solide geführte Firma mit einer klar definierten Positionierung und einer nachhaltigen Geschäftsstrategie verfügt Lindt & Sprüngli über die nötigen Ressourcen und den finanziellen Rückhalt, um auch unter schwierigen Voraussetzungen weiterhin erfolgreich zu operieren.

Umsatz — Entgegen dem generellen Trend wird Lindt & Sprüngli auch im zweiten Halbjahr 2011 den Werbebudget erhöhen mit dem Ziel, die Markenbekanntheit noch weiter zu steigern und damit kontinuierlich Marktanteile hinzuzugewinnen. Das Unternehmen hält an einer organischen Umsatzsteigerung von 6 bis 8% für das laufende Geschäftsjahr fest. Die Wachstumsannahme für das Gesamtjahr beruht auf einer unveränderten Einschätzung des gesamtwirtschaftlichen Umfelds in den Hauptmärkten. Allerdings wird das ausgewiesene Umsatzwachstum in Schweizer Franken geprägt sein von der weiteren Entwicklung des Schweizer Franken gegenüber dem Euro, dem US-Dollar und dem britischen Pfund. Bei Fortschreibung der heutigen Währungskurse gegenüber dem Schweizer Franken wird das Umsatzwachstum in der Heimwährung wiederum spürbar tiefer ausfallen als in Lokalwährungen.

Ertrag

Die Firma hält an der kommunizierten Bandbreite für eine Verbesserung der operativen Betriebsgewinnmarge von 20 bis 40 Basispunkten fest. Auch hier gilt, dass der Gewinnausweis in Schweizer Franken durch die weitere Entwicklung an den Währungsmärkten im zweiten Halbjahr empfindlich beeinflusst werden kann.

Investitionen — Die Herstellung von Premium-Schokoladeprodukten über alle Produktionsstufen hinweg ist ein komplexer und investitionsintensiver Prozess. Das Unternehmen wird auch im kommenden Jahr die Prioritäten auf die weitere Stärkung der Marke und den konstanten Zugewinn von Marktanteilen setzen, und gleichzeitig die Erschliessung und Bearbeitung von neuen Märkten vorantreiben.

KONSOLIDIERTE BILANZ (UNGEPRÜFT)

CHF Mio.	30. Juni 2011		31. Dezember 2010	
AKTIVEN				
Sachanlagen	707,3		740,1	
Immaterielle Anlagen	12,9		14,7	
Finanzanlagen	91,8		92,0	
Latente Steueraktiven	5,4		5,2	
Total Anlagevermögen	817,4	36,8 %	852,0	33,7 %
Warenvorräte	409,3		392,1	
Kundenforderungen	282,9		647,6	
Sonstige Forderungen	77,3		47,6	
Aktive Rechnungsabgrenzungen	7,1		8,3	
Derivative Vermögenswerte	23,4		20,9	
Wertschriften und kurzfristige Finanzanlagen	12,4		15,8	
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	592,5		540,4	
Total Umlaufvermögen	1 404,9	63,2 %	1 672,7	66,3 %
Total Aktiven	2 222,3	100,0 %	2 524,7	100,0 %
PASSIVEN				
Aktien- und PS-Kapital	23,1		23,0	
Eigene Aktien	-64,7		-33,5	
Kapital- und Gewinnreserven	1 583,3		1 683,0	
Total Eigenkapital	1 541,7	69,4 %	1 672,5	66,2 %
Darlehen	0,6		0,8	
Latente Steuerpassiven	26,9		26,2	
Vorsorgeverpflichtungen	123,6		124,2	
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	7,1		10,4	
Rückstellungen	45,1		48,0	
Total langfristiges Fremdkapital	203,3	9,1 %	209,6	8,3 %
Lieferantenverbindlichkeiten	99,6		152,3	
Sonstige Verbindlichkeiten	29,7		34,2	
Laufende Ertragssteuerverpflichtungen	3,5		29,4	
Passive Rechnungsabgrenzungen	308,6		390,1	
Derivative Verpflichtungen	24,7		20,7	
Banken- und Finanzverpflichtungen	11,2		15,9	
Total kurzfristiges Fremdkapital	477,3	21,5 %	642,6	25,5 %
Total Fremdkapital	680,6	30,6 %	852,2	33,8 %
Total Passiven	2 222,3	100,0 %	2 524,7	100,0 %

Die Erläuterungen im Anhang sind Bestandteil des Halbjahresabschlusses.

KONSOLIDIERTE ERFOLGSRECHNUNG (UNGEPRÜFT)

CHF Mio.	Januar–Juni 2011		Januar–Juni 2010	
ERTRÄGE				
Umsatz	1 006,7	100,0 %	1 056,6	100,0 %
Übrige Erträge	4,1		5,5	
Total Erträge	1 010,8	100,4 %	1 062,1	100,5 %
AUFWAND				
Materialaufwand	–377,2	–37,5 %	–401,0	–38,0 %
Bestandesänderung Lager	22,9	2,3 %	18,5	1,8 %
Personalaufwand	–267,3	–26,5 %	–279,3	–26,4 %
Betriebsaufwand	–300,9	–29,9 %	–317,8	–30,1 %
Abschreibungen	–46,3	–4,6 %	–48,6	–4,6 %
Total Aufwand	–968,8	–96,2 %	–1 028,2	–97,3 %
Operatives Ergebnis	42,0	4,2 %	33,9	3,2 %
Finanzertrag	5,2		3,8	
Finanzaufwand	–3,8		–3,9	
Gewinn vor Steuern	43,4	4,3 %	33,8	3,2 %
Steuern	–11,3		–9,0	
Reingewinn	32,1	3,2 %	24,8	2,3 %
Anteil Aktionäre	32,1		24,8	
Unverwässerter Reingewinn je Aktie/10 PS (in CHF)	139,80		108,90	
Verwässerter Reingewinn je Aktie/10 PS (in CHF)	138,90		108,90	

Die Erläuterungen im Anhang sind Bestandteil des Halbjahresabschlusses.

GESAMTERGEBNISRECHNUNG (UNGEPRÜFT)

CHF Mio.	Januar–Juni 2011	Januar–Juni 2010
Reingewinn	32,1	24,8
Sonstige Ergebnisse nach Steuern		
Hedge Accounting	-4,6	0,3
Marktwertanpassungen Finanzanlagen	-0,1	-0,6
Währungsumrechnung	-42,0	-51,8
Gesamtergebnis der Periode	-14,6	-27,3
Anteil Aktionäre	-14,6	-27,3

VERÄNDERUNG DES KONSOLIDierten EIGENKAPITALS (UNGEPRÜFT)

CHF Mio.	Aktien-/ PS-Kapital	Eigene Aktien/PS	Kapital- reserven	Hedge Accounting	Gewinn- reserven	Kumulierte Umrech- nungs- differenzen	Total Eigen- kapital
Bestand per 1. Januar 2010	22,8	-29,5	320,4	0,4	1 391,4	-87,8	1 617,7
Gesamtergebnis der Periode				0,3	24,2	-51,8	-27,3
Kapitalerhöhung ¹⁾	0,107		10,5				10,6
Aktienbasierte Entschädigung					6,4		6,4
Dividende					-91,7		-91,7
Bestand per 30. Juni 2010	22,9	-29,5	330,9	0,7	1 330,3	-139,6	1 515,7
Bestand per 1. Januar 2011	23,0	-33,5	341,5	-2,6	1 556,7	-212,6	1 672,5
Gesamtergebnis der Periode				-4,6	32,0	-42,0	-14,6
Kapitalerhöhung ¹⁾	0,102		12,0				12,1
Kauf eigener Aktien ²⁾		-31,2					-31,2
Aktienbasierte Entschädigung					7,4		7,4
Dividende					-104,5		-104,5
Bestand per 30. Juni 2011	23,1	-64,7	353,5	-7,2	1 491,6	-254,6	1 541,7

1) Alle Transaktionskosten werden mit den Kapitalreserven verrechnet (2011: TCHF 173, 2010: TCHF 110).

2) Im Rahmen des Aktienrückkaufprogramms erwarb die Gruppe in der Zeitperiode zwischen April und Juni 2011 614 eigene Namenaktien und 4680 eigene Partizipationsscheine. Die Erwerbskosten betragen CHF 30 621 pro Aktie und CHF 2640 pro Partizipationsschein.

Die Erläuterungen im Anhang sind Bestandteil des Halbjahresabschlusses.

KONSOLIDIERTE GELDFLUSSRECHNUNG (UNGEPRÜFT)

CHF Mio.	Januar – Juni 2011		Januar – Juni 2010	
Reingewinn	32,1		24,8	
Abschreibungen	46,3		48,6	
Veränderung Rückstellungen und Wertberichtigungen	–3,2		–2,0	
Abnahme (+)/Zunahme (–) Kundenforderungen	355,0		347,6	
Abnahme (+)/Zunahme (–) Warenvorräte	–35,1		–44,7	
Abnahme (+)/Zunahme (–) Vorauszahlungen und sonstige Forderungen	–31,8		3,2	
Abnahme (+)/Zunahme (–) aktive Rechnungsabgrenzung	–2,0		–0,8	
Abnahme (–)/Zunahme (+) Lieferantenkreditoren	–50,3		–58,4	
Abnahme (–)/Zunahme (+) übrige Kreditoren und passive Rechnungsabgrenzung	–100,0		–95,5	
Übrige nicht geldwirksame Einflüsse	17,1		3,6	
Geldfluss aus Geschäftstätigkeit (operativer Cash Flow)		228,1		226,4
Investitionen Sachanlagen	–41,1		–38,6	
Desinvestitionen Sachanlagen	0,3		0,3	
Investitionen immaterielle Anlagen	–1,4		–1,7	
Desinvestitionen (+)/Investitionen (–) Finanzanlagen	0,2		0,2	
Wertschriften und kurzfristige Finanzanlagen				
Investitionen	–7,7		–12,7	
Desinvestitionen	10,4		–	
Geldfluss aus Investitionstätigkeit		–39,3		–52,5
Rückzahlung Anleihen/Bankverbindlichkeiten	–8,6		–10,6	
Aufnahme Darlehen	4,1		20,0	
Kapitalerhöhung (inklusive Agio)	12,1		10,6	
Erwerb eigener Aktien	–31,2		–	
Dividende/Tantiemen	–104,5		–91,7	
Geldfluss aus Finanzierungstätigkeit		–128,1		–71,7
Zunahme (+)/Abnahme (–) der Zahlungsmittel		60,7		102,2
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am 1. Januar	540,4		367,2	
Einfluss von Kursänderungen	–8,6	531,8	–14,4	352,8
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am 30. Juni		592,5		455,0
Erhaltene Zinsen ¹⁾		3,4		3,1
Bezahlte Zinsen ¹⁾		4,0		3,5
Bezahlte Ertragssteuern ¹⁾		54,6		32,9

1) Im Geldfluss aus Geschäftstätigkeit enthalten.
 Die Erläuterungen im Anhang sind Bestandteil der Konzernrechnung.

ANHANG ZUM HALBJAHRESABSCHLUSS

1. RECHNUNGSLEGUNGSGRUNDSÄTZE

Der ungeprüfte Halbjahresabschluss per 30. Juni 2011 wurde in Übereinstimmung mit den Regeln von IAS 34 betreffend Zwischenberichterstattung sowie mit den im Finanzbericht 2010 beschriebenen Rechnungslegungsgrundsätzen erstellt. Es wurde die verkürzte Darstellungsart gewählt.

Neue IFRS-Standards und Interpretationen

Von den per 1. Januar 2011 in Kraft getretenen IFRS-Änderungen ergaben sich aus keinen Standards und Interpretationen Auswirkungen auf den vorliegenden Halbjahresabschluss.

Schätzungen und Annahmen

Bei der Erstellung eines Halbjahresabschlusses muss die Geschäftsleitung Schätzungen vornehmen und Annahmen treffen, die sich auf die im Bericht ausgewiesenen Aktiven und Passiven zum Zeitpunkt des Bilanzstichtags und auf die ausgewiesenen Aufwendungen und Erträge der Berichtsperiode auswirken. Die tatsächlichen Ergebnisse können von den Schätzungen abweichen.

2. SAISONALITÄT

Bei der Interpretation des Halbjahresabschlusses muss berücksichtigt werden, dass die Lindt & Sprüngli Gruppe im saisonalen, geschenkorientierten Premium-Schokoladesegment tätig ist, in dem im ersten Halbjahr erfahrungsgemäss unter 40% des Gesamtjahresumsatzes erzielt werden. Diesen Halbjahresumsätzen steht jedoch per Ende Juni jeweils rund die Hälfte der Fixkosten aus Produktion, Administration und Marketing gegenüber. Die Profitabilitätskennzahlen im Verhältnis zum Umsatz liegen deshalb bei der Lindt & Sprüngli Gruppe im ersten Halbjahr stets deutlich unter dem Ausweis für das Gesamtjahr. Ebenfalls sind die Kundenforderungen am Ende des ersten Halbjahres wesentlich tiefer als am Ende des Geschäftsjahres (rückläufige Bestellungen während der Sommersaison im Vergleich zum Weihnachtsgeschäft).

3. KAPITALSTRUKTUR

Das bedingte Kapital umfasst per 30. Juni 2011 total 648 207 Partizipationsscheine (PS) (30. Juni 2010: 666 229) mit einem Nominalwert von CHF 10.–. Von diesem Total sind 293 757 Titel (30. Juni 2010: 311 779) für Mitarbeiterbeteiligungsprogramme bestimmt und die verbleibenden 354 450 (30. Juni 2010: 354 450) Titel für Kapitalmarkttransaktionen. Im ersten Halbjahr 2011 wurden insgesamt 10 219 Optionen zu einem durchschnittlichen Ausübungspreis von CHF 1 196,88 ausgeübt (Vorjahr: 10 698, durchschnittlicher Ausübungspreis: CHF 1 006,28).

4. DIVIDENDEN

Die Generalversammlung vom 28. April 2011 hat einer Dividendenzahlung von CHF 450.– (Vorjahr: CHF 400.–) pro Namenaktie und CHF 45.– (Vorjahr: CHF 40.–) pro Partizipationsschein zugestimmt. Die Auszahlung erfolgte ab dem 5. Mai 2011.

5. SEGMENTBERICHTERSTATTUNG

Die Gruppe ist bezüglich Unternehmenssteuerung nach Ländergesellschaften organisiert. Für die Bildung berichtspflichtiger Geschäftssegmente hat die Gruppe auf Basis ähnlicher volkswirtschaftlicher Strukturen (Fremdwährungsrisiken, Wachstumsaussichten, Bestandteil eines Wirtschaftsraums), ähnlicher Produkte und Handelsstrukturen und betriebswirtschaftlicher Eigenschaften (Bruttomargen) Ländergesellschaften zusammengefasst.

Die Gruppe verfügt über die folgenden berichtspflichtigen Geschäftssegmente:

- Das Geschäftssegment «Europa» besteht aus den europäischen Ländergesellschaften und Geschäftseinheiten.
- Das Geschäftssegment «NAFTA» besteht aus den Ländergesellschaften der USA, Kanadas und Mexikos.
- Das Geschäftssegment «Alle übrigen Segmente» besteht aus den Ländergesellschaften Australiens, Japans und Südafrikas sowie den Geschäftseinheiten Distributorengeschäft und Duty Free.

Die Gruppe betrachtet das operative Ergebnis als Segmentergebnis. Transaktionen zwischen den Geschäftssegmenten werden zu marktkonformen Konditionen («Cost plus»-Methode) abgewickelt.

SEGMENTERGEBNIS

CHF Mio.	Segment Europa		Segment NAFTA		Alle übrigen Segmente		Total	
	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010
Umsatz	713,2	743,5	245,6	272,8	130,2	127,8	1 089,0	1 144,1
./. Umsatz zwischen Segmenten	81,8	86,4	0,5	1,1	–	–	82,3	87,5
Umsatz Dritte	631,4	657,1	245,1	271,7	130,2	127,8	1 006,7	1 056,6
Operatives Ergebnis	41,3	30,0	–8,1	–2,9	8,8	6,8	42,0	33,9
Netto-Finanzergebnis							1,4	–0,1
Gewinn vor Steuern							43,4	33,8
Steuern							–11,3	–9,0
Reingewinn							32,1	24,8

6. EREIGNISSE NACH DEM BILANZSTICHTAG

Der ungeprüfte Halbjahresabschluss wurde von der Konzernleitung am 15. August 2011 zur Veröffentlichung genehmigt. Bis zum 15. August 2011 sind keine Ereignisse eingetreten, welche die Anpassung der Buchwerte von Aktiven oder Passiven des Konzerns erforderlich machten oder zusätzlich offengelegt werden müssten.

INFORMATIONEN

Die Lindt & Sprüngli Gruppe informiert an den folgenden Daten über den weiteren Verlauf des Geschäftsgangs:

TERMINE

- 17. Januar 2012 Bekanntgabe Umsatz 2011
- 01. März 2012 Jahresabschluss 2011
- 26. April 2012 114. ordentliche Generalversammlung
- 21. August 2012 Halbjahresbericht Januar bis Juni 2012

INVESTOR RELATIONS

Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli AG
Dr. Dieter Weisskopf, Chief Financial Officer
Seestrasse 204
CH-8802 Kilchberg
Telefon +41 44 716 25 37
Fax +41 44 716 26 60
Email: investors@lindt.com
www.lindt.com

MEDIA RELATIONS

Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli AG
Sylvia Kälin, Coporate Communications
Seestrasse 204
CH-8802 Kilchberg
Telefon +41 44 716 24 56
Fax +41 44 716 26 61
Email: mediarelations-in@lindt.com
www.lindt.com

AKTIENREGISTER

Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli AG
Aktienregister
c/o Nimbus AG
Postfach
CH-8866 Ziegelbrücke
Telefon +41 55 617 37 56
Fax +41 55 617 37 38
Email: lindt@nimbus.ch

Zukunftsbezogene Stellungnahmen:

Einige der im Halbjahresbericht geäusserten Stellungnahmen beruhen auf zukunftsbezogenen Annahmen. Die tatsächlichen Ergebnisse können davon aus unterschiedlichen Gründen abweichen. Hierzu zählen unter anderem Faktoren wie allgemeine Wirtschaftsbedingungen, Schwankungen im Währungs- und Rohstoffsektor, sowie regulatorische Entwicklungen. Vorausschauende Aussagen in diesem Bericht werden weder aktualisiert noch revidiert. Der Halbjahresbericht erscheint in Deutsch und Englisch, wobei die deutsche Textversion bindend ist.

© Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli AG, 23. August 2011

Impressum

Projektleitung: Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli AG

Gestaltung: Eclat AG, Erlenbach ZH

Produktion & Druck: Neidhart + Schön AG, Zürich

Papier: Munken Polar



LINDT & SPRÜNGLI

CHOCOLAFABRIKEN
LINDT & SPRÜNGLI AG
SEESTRASSE 204, CH-8802 KILCHBERG
SCHWEIZ

www.lindt.com