



LINDT & SPRÜNGLI

Kilchberg, 24. August 2004

Halbjahresbericht

JANUAR – JUNI 2004

Lindt & Sprüngli wächst weiter und schneller als im Vorjahr
Wachstum: +12,1% in Lokalwährungen, +15,6% in Schweizer Franken
Operatives Ergebnis: Erstmals kein Verlust im ersten Halbjahr

ECKDATEN

	2004 Januar – Juni	2003 Januar – Juni	Veränderung
Umsatzwachstum Lokalwährungen			+12,1%
Umsatz (CHF Mio.)	778,0	673,0	+15,6%
Operatives Ergebnis EBIT (CHF Mio.)	0,1	(10,3)	+10,4 CHF Mio.
Ergebnis vor Steuern (CHF Mio.)	(2,5)	(13,4)	+10,9 CHF Mio.
Personalbestand	5 644	5 431	+3,9%

Entwicklung im Tafelbereich mit EXCELLENCE. Auch externe Faktoren wie eine leicht verbesserte Konsumentenstimmung und bislang kühle Sommer-temperaturen haben die guten Resultate unterstützt. An dem langfristigen strategischen Wachstumsziel von jährlich 5% bis 7% wird unverändert festgehalten. Dieses scheint nach den Resultaten von 2003 und vom ersten Semester 2004 auch in schwierigen Marktverhältnissen erreichbar.

KOMMENTAR

Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli AG setzte im ersten Semester 2004 die positive Entwicklung der letzten Jahre fort. Das organische Wachstum in Lokalwährungen stieg um +12,1% (Wachstum in Schweizer Franken: 15,6%). Bei der Interpretation des Halbjahres-Gewinnausweises muss berücksichtigt werden, dass die Lindt & Sprüngli Gruppe im saisonalen, geschenkorientierten Premium-Schokoladesegment tätig ist, wo im ersten Halbjahr unter 40% des Gesamtjahresumsatzes erzielt werden. Diesen Halbjahresumsätzen stehen jedoch per Ende Juni jeweils rund die Hälfte der Fixkosten aus Produktion, Administration und Marketing gegenüber. Aus diesem Grund schloss die Lindt & Sprüngli Gruppe bis anhin das erste Semester mit einem operativen Verlust ab. Dank dem ausgezeichneten Umsatzwachstum im ersten Halbjahr 2004 konnte jedoch erstmals ein positives operatives Ergebnis verzeichnet werden.

nien entwickelten sich der Pralines- und Tafelschokolademarkt positiv, wobei das Tafelsegment dank einer grossen Anzahl an neuen Produkten, hauptsächlich aus dem Hause Lindt & Sprüngli, eine spezielle Dynamik aufzeigte. Gerade in diesem Bereich, wie auch im Oster-Geschäft, setzte Lindt & Sprüngli mit innovativen Produkteinführungen und kreativen Marketing-Aktivitäten bemerkenswerte Akzente.

UMSATZ

Die Lindt & Sprüngli Gruppe steigerte im ersten Halbjahr 2004 ihren Umsatz in Schweizer Franken um 15,6% auf CHF 778 Mio. und stärkte damit ihre Marktposition in allen Segmenten. Das organische Wachstum in Lokalwährungen entspricht 12,1%. Zu dieser überaus positiven und klar über dem Marktdurchschnitt liegenden Entwicklung trugen sämtliche Tochtergesellschaften, mit Ausnahme von Polen, bei. Erwähnenswert ist die Tatsache, dass das Wachstum in Schweizer Franken seit drei Jahren erstmals über demjenigen in Lokalwährungen liegt. Grund dafür ist die Stärkung des Euro und des U.K.-Pfund Wechselkurses gegenüber dem Schweizer Franken und die per Saldo unveränderten Dollar Währungen. Die erfreuliche Wachstumsdynamik im ersten Semester 2004 beruht unter anderem auf einem erfolgreichen Frühjahrgeschäft mit den Festanlässen Valentinstag und Ostern wie auch auf einer äusserst positiven

PRODUKTSEGMENTE

Im durchwegs sehr erfolgreichen **Frühjahrgeschäft** konnte vor allem in den USA, Kanada und Australien der Umsatz am Valentine's Day mit den besonders beliebten LINDOR Kugeln weiter ausgebaut werden. In allen anderen Märkten, insbesondere auch in den «neuen Ostermärkten» England und Frankreich, verlief das Ostergeschäft sehr erfreulich. Der LINDT GOLDHASE setzte seinen Erfolg der vergangenen Jahre unaufhaltsam fort, und dies selbst in Ländern ohne bisherige Schokoladetradition zu Ostern. Dank zunehmendem Interesse des Handels konnte die Distribution des attraktiven LINDT Osterangebots überall ausgebaut werden. Der erweiterten Distribution der EXCELLENCE Tafeln in bestehenden Märkten und der Erschliessung neuer Märkte wie auch der Einführung innovativer Rezepturen (Caramel Croquant, Orange Intense) ist es zu verdanken, dass im **Tafelsegment** die Marktanteile von LINDT noch weiter verankert und ausgebaut werden konnten. Besonders in Deutschland und in den USA erhielt der Tafelmarkt, der sich in den letzten Jahren flach bis rückläufig entwickelt hatte, durch die innovativen Premium-Tafeln von EXCELLENCE eine neue Dynamik. Mit der erfolgreichen Neueinführung von «Les Grandes» in der Schweiz und «Les Blocs» in Frankreich

MARKT

In den wichtigsten Absatzmärkten von Lindt & Sprüngli kann in den letzten Monaten ein leichter konjunktureller Aufwärtstrend festgestellt werden. Detailhandelsumsätze und Konsumentenstimmung erhalten sich langsam. In den europäischen Absatzmärkten Deutschland, Frankreich, Schweiz, Italien, Spanien und Grossbritan-

setzte Lindt & Sprüngli auch im Bereich der 150-Gramm und 200-Gramm Massivtafeln mit raffinierten Rezepturen und einem höheren Anteil an speziell veredelten Nüssen und Mandeln wichtige Akzente. Fortschritte in der Distribution wurden ebenfalls im gefüllten 150-Gramm Tafelsegment mit «Les Petits Desserts» und «Les Intenses» erzielt. In der Schweiz und in Deutschland versprechen auch dieses Jahr wieder Sommertafeln mit neuen, leichten Rezepturen ein besonderes Genuss-erlebnis während der warmen Jahreszeit. Im **Pralinéssegment** setzt sich die über 50-jährige Erfolgsgeschichte von LINDOR ungebremst fort. Besonders dynamisch entwickelten sich die LINDOR Kugeln in den angelsächsischen Märkten, aber auch im Heimmarkt Schweiz konnten dank intensiver Verkaufsförderung und attraktiven Angeboten weitere Fortschritte erzielt werden. Neuartige Pralinémischungen wie die erfolgreich lancierten «Petits Desserts au Chocolat» kurbeln das Geschäft im assortierten Pralinésbereich zusätzlich an.

GESELLSCHAFTEN

Europäische Gesellschaften: Dank dem Weiterausbau des Ostergeschäftes, den innovativen Produkt-Neueinführungen und einer voranschreitenden Distributionsausweitung erzielten die Ländergesellschaften in England, Spanien und Frankreich im ersten Halbjahr 2004 zweistellige Zuwachsraten. Der Heimmarkt Schweiz wie auch Deutschland, Italien und Österreich verzeichneten ein Wachstum von 3% bis 6%. Die gute Umsatzentwicklung bewirkte, dass sämtliche Gesellschaften in den ersten sechs Monaten 2004 wiederum Marktanteile hinzu gewinnen konnten.

Nordamerikanische Gesellschaften: Der Detailhandel reagiert sehr positiv auf das stetig steigende Interesse der amerikanischen und kanadischen KonsumentInnen an Schokoladen von Premium-Qualität. Diese Entwicklung wirkt sich überaus erfreulich auf die Verkäufe von LINDT und GHIRARDELLI Produkten aus. So konnte die Distribution von LINDOR, EXCELLENCE und von GHIRARDELLI SQUARES, nicht zuletzt auch dank intensiver Werbeunterstützung, in den nationalen Handelskanälen weiter ausgebaut werden. Auch im saisonalen Geschäft (Valentine's Day und Ostern) wurden beachtliche Fortschritte verzeichnet. All diese Erfolgs-

elemente resultieren in zweistelligen Wachstumsraten bei den drei nordamerikanischen Lindt & Sprüngli-Tochtergesellschaften. Besonders erfreulich ist, dass das enorme Potenzial für die Marken LINDT und GHIRARDELLI im riesigen nordamerikanischen Markt noch lange nicht ausgeschöpft ist. Per 30. Juni 2004 waren insgesamt 12 GHIRARDELLI und 88 LINDT Boutiquen in Betrieb. Hier trugen das breite, attraktive Produktangebot sowie die verbesserte Konsumentenstimmung dazu bei, dass auf der Basis «same stores» ein erfreuliches Umsatzwachstum erzielt werden konnte. In der zweiten Jahreshälfte wird das LINDT Boutique-Netz um weitere 8 bis 10 Stores ausgebaut.

Übrige Märkte:

In **Australien** setzt sich das hohe zweistellige Wachstum der vergangenen Jahre ungebrochen fort. Neben der weiteren Zunahme des Pralinés- und Ostergeschäftes erlangte die australische Tochtergesellschaft gute Ergebnisse beim erstmaligen Eintritt in das Tafelsegment mit EXCELLENCE. Gestützt durch den andauernden Erfolg und den zunehmenden Bekanntheitsgrad der Marke LINDT wird in der zweiten Jahreshälfte die Eröffnung eines «Flagship Store» in Sydney geplant. Das **Duty Free-Geschäft** wie auch sämtliche **Exportmärkte** in allen Regionen verzeichnen ebenfalls gute, zum Teil hervorragende Fortschritte.

KOSTEN

Im ersten Halbjahr 2004 sind die Roh- und Verpackungsmaterialkosten per Saldo gegenüber dem Vorjahr unverändert geblieben. Während die Preise für **Kakao-Bohnen** am Terminmarkt sanken, notierten **Kakao-Butter** wie auch **Haselnüsse** und **Mandeln** auf einem höheren Niveau. Die Kosten für **Verpackungsmaterial** blieben in etwa unverändert. Die beachtliche Zunahme im Produktionsvolumen führte zu einem zusätzlichen Personalbedarf und entsprechend auch zu höheren Personalkosten. Aufgrund gleichzeitiger Effizienzoptimierungen liegt die Steigerung der **Personalkosten** dennoch proportional unter dem ausgewiesenen Umsatzwachstum. In sämtlichen wichtigen Märkten konnten die **Marketing-Investitionen** angesichts der überaus erfreulichen Geschäftsentwicklung weiter erhöht und somit die Marke LINDT kontinuierlich gestärkt werden.

ERTRAG

Dank des markanten Umsatzwachstums, einer höheren Produktionsauslastung, Effizienzsteigerungen in allen Bereichen und einer optimierten Kostenkontrolle konnte das **Operative Ergebnis (EBIT)** per 30. Juni 2004 um beachtliche CHF 10,4 Mio. auf CHF 0,1 Mio. gesteigert werden. Trotz der saisonal bedingten, überproportionalen Fixkostenzumessung in den ersten sechs Monaten (vgl. einleitender Kommentar) schliesst die Lindt & Sprüngli Gruppe erstmals in ihrer Geschichte das erste Semester mit einem positiven Betriebsergebnis ab (Vorjahr minus CHF 10,3 Mio.). Ebenso markant verbesserte sich das **Ergebnis vor Steuern** um CHF 10,9 Mio. auf minus CHF 2,5 Mio. (Vorjahr: minus CHF 13,4 Mio.), was auf eine Reduktion des Netto-Finanzaufwandes zurückzuführen ist.

AUSSICHTEN FÜR DAS GESAMTJAHR 2004

Umsatz: Bei unveränderten makroökonomischen und politischen Parametern ist Lindt & Sprüngli zuversichtlich, das strategisch gesetzte, jährliche Wachstumsziel von 5 bis 7% in 2004 zu übertreffen. **Investitionen:** Um mit dem erhöhten Volumenwachstum Schritt zu halten, werden zusätzliche Investitionen zur Kapazitätserweiterung getätigt. Das Investitionsniveau wird daher im laufenden wie auch im kommenden Jahr die Marke von CHF 90 Mio. überschreiten. **Gewinnzahlen:** Das Operative Ergebnis (EBIT) wie auch das Jahresergebnis für das Gesamtjahr sollten sich aus heutiger Sicht auf Höhe der gegenwärtigen Markterwartungen bewegen.

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

- **25. Januar 2005**
Umsatzzahlen für 2004
- **15. März 2005**
Bilanzpressekonferenz:
Abschluss 2004 (Vormittag)
Finanzanalystenpräsentation:
Abschluss 2004 (Nachmittag)
- **28. April 2005**
107. ordentliche Generalversammlung
- **Erste Hälfte August 2005**
Halbjahreszahlen Januar bis Juni 2005