



**LINDT & SPRÜNGLI**

**Umsatz- und Gewinnsteigerung in anspruchvollstem Markt- und Wirtschaftsumfeld.  
Wachstum in Lokalwährungen 7,9% – in Schweizer Franken 2,9%.  
Verbesserung des operativen Ergebnisses (EBIT) um 11,6% auf CHF 33,6 Mio.  
Weiterführung der erfolgreichen und bewährten Geschäftsstrategie.**

## Kommentar

In einem äusserst anspruchsvollen Markt- und Wirtschaftsumfeld bestätigt die Lindt & Sprüngli Gruppe ihr mittel- bis langfristiges Wachstumsziel von 6% bis 8% und eine kontinuierliche Verbesserung der EBIT-Marge um 20 bis 40 Basispunkte.

Aufgrund der für Lindt & Sprüngli teilweise unvorteilhaften Währungsentwicklung resultiert das erzielte organische Wachstum in Lokalwährungen von 7,9% in einer Umsatzsteigerung in Schweizer Franken von 2,9% auf CHF 1,17 Mia. Mit dieser weiterhin soliden, über dem Marktdurchschnitt liegenden Entwicklung gewinnt Lindt & Sprüngli weitere Marktanteile.

Die Abschwächung der Konjunktur sowie aufkommende Inflationsängste beginnen sich auf die Konsumentenstimmung auszuwirken, insbesondere in den USA. Im Rahmen der weltweit massiv gestiegenen Rohstoffpreise ist es seit 2007 und verstärkt noch seit Jahresbeginn 2008 in den Beschaffungsmärkten zu aussergewöhnlich starken Aufwärtsbewegungen gekommen: Der Milchpreis verdoppelte sich bereits im zweiten Halbjahr 2007, während der Kakaopreis an der Londoner Terminbörse zwischen Anfang Januar und Ende Juni 2008 nochmals um über 70% anstieg. Darüber hinaus wurde die Wirtschaft mit rasant steigenden Energie- und Transportkosten konfrontiert.

Diesen schwierigen Rahmenbedingungen konnte sich auch Lindt & Sprüngli nicht gänzlich entziehen. In den letzten Monaten erfolgten deshalb Preiserhöhungen auf das kurante und saisonale Produktsortiment, was wie erwartet zu einem reduzierten Volumenwachstum führte. Im Vergleich zur Vorjahresperiode schwächten sich zudem die für die Unternehmensgruppe besonders relevanten Währungen USD, CAD sowie GBP gegenüber dem CHF um bis zu 15% ab.

Vor dem Hintergrund dieses weltweit herausfordernden Markt- und Wirtschaftsumfelds erwies sich die seit Jahren konsequent verfolgte Strategie der exklusiven Positionierung im Premium-Schokoladesegment und der kompromisslosen Produktqualität, aber auch die hohe Innovationsfrequenz als äusserst wertvolle und standhafte Basis für die Kontinuität des Unternehmenserfolgs.

Bei der Interpretation des Gewinnausweises für das erste Semester muss wie immer berücksichtigt werden, dass die Lindt & Sprüngli Gruppe im saisonalen, geschenkorientierten Premium-Schokoladesegment tätig ist, in dem im ersten Halbjahr unter 40% des Gesamtjahresumsatzes 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 deshalb bei der Lindt & Sprüngli Gruppe im ersten Halbjahr stets deutlich unter dem Ausweis für das Gesamtjahr.

Basierend auf der Umsatzentwicklung, verbunden mit den vorgenommenen Preiserhöhungen im ersten Halbjahr 2008, wie auch dank einer optimalen Kostenkontrolle und dank weiterer Effizienzsteigerungen wurden das operative Ergebnis (EBIT) um CHF 3,5 Mio. oder 11,6% auf CHF 33,6 Mio. und der Halbjahresgewinn um CHF 1,0 Mio. oder 4,6% auf CHF 22,9 Mio. gesteigert.

## Markt

Die Krise im Finanzsektor führte weltweit zu grossen Verunsicherungen, was sich im ersten Halbjahr 2008 nicht nur empfindlich auf die Kaufkraft der Konsumentinnen und Konsumenten in den USA, sondern auch in Europa auswirkte. Aufgrund der massiven Preissteigerungen für Lebensmittel, Energie und Transport entwickelte sich die Konsumentenstimmung in den europäischen und nordamerikanischen Hauptmärkten in der Folge zusehends negativ.

In diesem besonders herausfordernden Umfeld verzeichneten die meisten bedeutenden Schokolademärkte in Europa und den USA insgesamt einen gegenüber der Vorjahresperiode nur leicht positiven Wertzuwachs von 2% bis 3%, während aufgrund der Preiserhöhungen volumemässig teilweise sogar ein Rückgang zu beobachten war.

Die in den Vorjahren immer deutlichere Segmentierung des Schokolademarkts in einen Premium- und einen preisgünstigen Eigenmarkenbereich bestätigte sich weiterhin. Nachdem das dunkle Schokoladesegment in den letzten Jahren jeweils zweistellig gewachsen war, schwächte sich diese Entwicklung im Vergleich zur Vorjahresperiode leicht ab, bewegte sich aber nach wie vor

deutlich über jener des Gesamtschokolademarkts. Der Premium-Schokoladebereich legte auch im schwierigen Markt- und Wirtschaftsumfeld des ersten Halbjahrs 2008 merklich zu und bestätigte damit eindrücklich den Trend der vergangenen Jahre hin zu qualitativ hochstehender Schokolade. Lindt & Sprüngli ist deshalb überzeugt, dass sich die Wachstumsraten im Premium-Schokoladebereich auch mittel- und langfristig über der Entwicklung des Gesamtmarkts bewegen werden.

## Umsatz

Lindt & Sprüngli erzielte per 30. Juni 2008 einen Umsatz von CHF 1,17 Mia., was im Vergleich zur Vorjahresperiode einer Steigerung von 7,9% in Lokalwährung oder 2,9% in Schweizer Franken entspricht. In der Berichtsperiode wurde die vorteilhafte Währungsentwicklung der Vorjahre durch eine Abwertung von bis zu 15% der für Lindt & Sprüngli relevanten Währungen USD, CAD und GBP gegenüber dem CHF unterbrochen.

## Produktsegmente

Mit ihren neu konzipierten Kollektionen setzten die *Maîtres Chocolatiers* von LINDT im für die Unternehmensgruppe besonders wichtigen *Saisongeschäft* weiterhin internationale Standards. Um die Konsumentenbedürfnisse und -erwartungen stets wieder aufs Neue zu erfüllen, basieren die jährlich eigens für den entsprechenden Anlass konzipierten Kollektionen auf intensiv betriebenen Markt- und Konsumentenforschungen. Das Frühjahrgeschäft war deshalb wie immer von hochwertigen, geschenkorientierten Kreationen geprägt.

Im Rahmen der konstanten Erneuerung des Produktsortiments gelang ein starker Auftakt ins Saisongeschäft 2008. Am *Valentinstag* erzielten die Kreationen von LINDT ein insgesamt zweistelliges Wachstum gegenüber dem Vorjahr. Insbesondere in den angelsächsischen Märkten (UK, Australien, USA, Kanada) verzeichnete die Unternehmensgruppe an diesem besonderen Anlass ein erfreuliches Umsatzplus. Aus der Reihe von Innovationen stechen die festlich anmutenden, mit edlen Kristallen besetzten LINDOR Metallherzdosen heraus, die als Geschenkartikel immer beliebter werden.

Der sehr frühe, kurz nach dem Valentinstag anfallende *Ostertermin* stellte die gesamte Schokoladeindustrie vor besondere Herausforderungen. Ungeachtet dieser Rahmenbedingungen erzielte die neue Osterkollektion von LINDT mit einer breiten Palette von Produktinnovationen und attraktiven Marketingmassnahmen ein deutliches Wachstum. LINDT konnte ihre Stellung in diesem wichtigen Segment aber auch dank etablierter Osterfestikonen wie dem GOLDHASEN und Eierspezialitäten weiter festigen und ausbauen.

Im *Tafelsegment* setzte die erfolgreiche EXCELLENCE Linie das erfreuliche Wachstum der vergangenen Jahre mit

einer soliden Umsatzsteigerung deutlich fort. Nebst den bewährten EXCELLENCE Tafeln mit hohem Kakaoanteil löste die EXCELLENCE «Chili» eine besonders hohe Nachfrage aus. Bei den gefüllten Tafeln wurde das in Deutschland mit beachtlichem Erfolg lancierte, innovative Produktkonzept CREATION 70% im ersten Halbjahr 2008 in den meisten Märkten eingeführt. Die Kombination von erlesener, dunkler Schokolade mit aussergewöhnlichen Füllungen wie etwa «Cherry/Chili» oder «Feige/Caramel» stiess auf grosses Interesse. Ein besonders eindrucksvolles Beispiel der hohen Handwerkskunst der *Maîtres Chocolatiers* von LINDT lieferte die im Frühjahr sehr erfolgreich lancierte PETITS DESSERTS «Mousse au Chocolat» Tafellinie. Die unvergleichliche Luftigkeit der Füllung, umhüllt von feinsten LINDT Schokolade, verspricht ein einzigartiges Genusserebnis. Das in der Schweiz kreierte Erfolgskonzept wird in den nächsten Monaten in den meisten Märkten angeboten.

Im *Pralinés-Segment* erzielten die LINDOR Kugeln weltweit nach wie vor bemerkenswerte Zuwachsraten und verfügen über einen sehr hohen Bekanntheitsgrad. Die drei Hauptrezepturen – Milch, Weiss und Dunkel (60% Kakaoanteil) – sprechen eine breite Kundschaft an. In einigen angelsächsischen Märkten runden weitere Rezepturen wie beispielsweise solche mit Orange oder Minze das Basiskonzept ab. Bei den assortierten Pralinés handelt es sich um ein eher saisonorientiertes Geschäft. Dank ausgewählter Rezepturen und hochwertiger Verpackungsdesigns wurde die neue Pralinés-Kollektion schon im Hinblick auf das Weihnachtsgeschäft 2007 äusserst positiv vom Handel aufgenommen. Für die Herbst- und Weihnachtssaison 2008 sind zusätzliche neue Produktkonzepte und Innovationen in sämtlichen Märkten in Vorbereitung.

## Gesellschaften

*Europäische Gesellschaften:* In der Region Europa und Naher Osten erzielte Lindt & Sprüngli insgesamt ein Wachstum in Schweizer Franken von 3,8% auf CHF 830,9 Mio. respektive um 5,9% in Lokalwährungen. Die Unternehmensgruppe verzeichnete dabei in den meisten Märkten ein Umsatzplus gegenüber dem Vorjahr und gewann praktisch überall Marktanteile hinzu. Insbesondere die Lindt & Sprüngli Gesellschaften in der Schweiz, in Frankreich, Österreich und Spanien sowie die Exportmärkte in Nord- und Osteuropa sowie im Nahen Osten verbuchten ein überdurchschnittliches Wachstum. In den Aufbaumärkten Polen und Schweden entwickelte sich die Umsatzsteigerung weiterhin auf einem hohen zweistelligen Niveau. Während die Tochtergesellschaften in Deutschland und Italien in den letzten Jahren jeweils hohe Wachstumsraten verzeichneten, wurde diese Entwicklung im ersten Halbjahr 2008 gebremst. Der sehr frühe Ostertermin 2008 und das insgesamt schlechte Wetter rund um das für Lindt & Sprüngli besonders wichtige Ostergeschäft führten zu unterdurchschnittlichen Wachstumsraten. In diesem

anspruchsvollen Umfeld wurde der Konkurrenzdruck insbesondere in der deutschen Handelslandschaft zudem erheblich verschärft. Neben starken Aktivitäten der Mitbewerber im Markenbereich beeinflusste eine Fülle an Eigenmarken-Produkteinführungen aus dem Discount-Segment das Geschäft im ersten Halbjahr 2008 ganz wesentlich. Dies verdeutlichte zugleich, wie – vor allem im immer beliebteren dunklen Schokoladenbereich – Erfolgskonzepte von etablierten Marken wie LINDT vermehrt kopiert werden. Dank breit lancierter, einzigartiger Produktinnovationen, intensiver Werbung und zielgerichteter Aktivitäten am Verkaufspunkt wird die deutsche Tochtergesellschaft das Wachstum in den nächsten Monaten beschleunigen.

*Nord- und lateinamerikanische Gesellschaften:* Geprägt wurde das Umfeld weiterhin durch zahlreiche Vorstösse von Konkurrenten, die erhebliche Anstrengungen unternahmen, um sich im Premium-Bereich zu etablieren. In Lokalwährungen legte der Umsatz weiterhin um insgesamt 12,1% auf USD 223,6 Mio. zu. Vor dem Hintergrund der massiven Währungsabwertungen von USD, CAD und MXN gegenüber dem CHF betrug der durchschnittliche Wachstumsrückgang in Schweizer Franken der vier nordamerikanischen Lindt & Sprüngli Gesellschaften allerdings 4,1%.

Als treibende Kraft bei Lindt & Sprüngli (USA) Inc. erwies sich erneut die erfolgreiche LINDOR Linie, während bei Ghirardelli Chocolate Company die SQUARES massgeblich zum Erfolg beitrugen. Obschon von Mitbewerbern immer häufiger nachgeahmt, überzeugte die Spitzenqualität der Produkte von LINDT und GHIRARDELLI die Konsumentinnen und Konsumenten immer mehr. Der Bekanntheitsgrad der Marken LINDT und GHIRARDELLI sowie die Marktstellung als klare Leader im Premium-Schokoladenbereich führten zu einer verstärkten Unterstützung seitens des Handels.

*Übrige Märkte:* Im Rest der Welt wurde gegenüber dem Vorjahr ein Wachstum von insgesamt 14,1% auf CHF 105,3 Mio. respektive um 15,0% in Lokalwährungen erzielt. In diesen Märkten erwiesen sich die relevanten Währungen als verhältnismässig stabil. Lindt & Sprüngli gehört inzwischen auch in Australien, im grössten Markt in diesem geografischen Segment, zu den führenden Schokoladenanbietern. Das wichtige Ostergeschäft verlief erneut sehr erfreulich, was in diesem Bereich zu einer signifikanten Umsatzsteigerung gegenüber dem Vorjahr führte. Im Pralinés-Segment entwickelten sich die Mehrverkäufe ebenfalls sehr positiv. Dementsprechend gelang es, insgesamt zusätzliche Marktanteile zu gewinnen. Das Konzept der drei bereits bestehenden «Lindt Chocolate Cafés» in Sydney ist äusserst erfolgreich, was die Eröffnung von zwei weiteren Cafés binnen Jahresfrist zur Folge haben wird. Sehr gute Fortschritte mit zweistelligen Zuwachsraten verzeichneten auch das Duty-Free-Geschäft und die Exportmärkte in Übersee.

## Kosten

Die weltweit massiven Preiserhöhungen für *Agrarrohstoffe* wie Kakao, Kakaobutter und Milchprodukte haben in den letzten zwölf Monaten eine in diesem Ausmass einmalige Entwicklung erfahren. Seit Jahresbeginn stieg der Preis für Kakao und Kakaobutter an der Londoner Terminbörse von einem bereits hohen Niveau nochmals um über 70% an und erreichte dabei teilweise historische, seit über 20 Jahren unerreichte Rekordwerte. Da das Verhältnis zwischen Angebot und Nachfrage grundsätzlich ausgeglichen und die aktuelle Versorgungslage im Prinzip gesichert ist, kann der extrem steile Preisanstieg zum grossen Teil auf die zahlreichen institutionellen Marktteilnehmer, die eine geeignete, inflationsresistente Anlage suchen, zurückgeführt werden. Auch Milchprodukte verteuerten sich um das Doppelte gegenüber dem Vorjahr. Im Gleichschritt mit der gegenwärtigen Inflation stiegen auch die Kosten für das Verpackungsmaterial, während der Höhenflug des Ölpreises die Transportkosten deutlich nach oben trieb.

Dank einer sorgfältigen mittel- bis langfristigen Einkaufspolitik gelang es Lindt & Sprüngli, die Auswirkungen der erheblichen Preisschwankungen für Agrarrohstoffe unter Kontrolle zu halten. Dennoch stieg der *Materialaufwand* als Folge der erhöhten Eindeckungspreise im Verhältnis zum Umsatz und verzeichnete im ersten Halbjahr 2008 mit 33,1% eine Erhöhung um 1,1 Prozentpunkte im Vergleich zur Vorjahresperiode.

Die *Personalkosten* im Verhältnis zum Umsatz reduzierten sich um 0,7 Prozentpunkte auf 24,2%. Der durchschnittliche Personalbestand der Gruppe wurde gegenüber dem Vorjahr um 445 Vollzeitmitarbeiterinnen und -mitarbeiter auf insgesamt 7249 aufgestockt. Gemessen am Umsatz hat der *Betriebsaufwand* im Vergleich zur Vorjahresperiode um 0,2 Prozentpunkte abgenommen und belief sich auf 37,9%. Trotz äusserst anspruchsvoller Markt- und Wirtschaftsbedingungen wurden die darin enthaltenen Marketinginvestitionen wie in den Vorjahren erneut erhöht, da diese zu einer weiteren Stärkung und Profilierung der Marke LINDT in sämtlichen wichtigen Schokolademärkten beitragen. Wie bereits in den Vorjahren war die Zunahme der übrigen Betriebskosten im Bereich *Administration* im Verhältnis zum Umsatz unterproportional.

## Ertrag

Die massive Kostensteigerung im Bereich der Rohmaterialien konnte durch die erfolgten Preis Anpassungen im Produktbereich nicht vollumfänglich kompensiert werden, was gegenüber der Vorjahresperiode eine leicht tiefere Bruttomarge zur Folge hatte. Dank einer weiter optimierten Kostenkontrolle und stetig vorangetriebener Effizienzsteigerungen in allen Bereichen konnte das operative Ergebnis (EBIT) im Vergleich zum ersten Halbjahr 2007 dennoch um erfreuliche CHF 3,5 Mio. oder 11,6% auf CHF 33,6 Mio. erhöht werden. Erhebliche

Investitionen und eine höhere Dividendenausschüttung resultierten in einer leicht tieferen Netto-Finanzposition, was wiederum – vor dem Hintergrund äusserst volatiler Währungs- und Anlagemärkte – zu einem abgeschwächten Netto-Finanzergebnis führte. Der Steueraufwand der Gruppe reduzierte sich dagegen, namentlich dank der Senkung der deutschen Körperschaftssteuer, so dass sich der Halbjahresgewinn 2008 um CHF 1,0 Mio. oder rund 4,6% auf CHF 22,9 Mio. verbesserte.

## Bilanz

Per 30. Juni 2008 erfolgte die Rückzahlung aus eigenen Mitteln der fälligen CHF-100-Mio.-Obligation 1998–2008. Dadurch, aber auch im Rahmen des üblichen saisonalen Abbaus des Umlaufvermögens, reduzierte sich die Bilanzsumme gegenüber dem Jahresende 2007 um rund CHF 424 Mio., während das Anlagevermögen als Folge der hohen Investitionstätigkeit um insgesamt CHF 16,7 Mio. auf CHF 886,7 Mio. stieg. Mit einer Eigenkapitalquote per Ende Juni 2008 von 64% verfügt die Unternehmensgruppe über eine weiterhin solide Finanzierung, welche die langfristig nötigen Investitionen für das zukünftige Wachstum sichert. Die Netto-Finanzposition erreichte zum Halbjahresstichtag komfortable CHF 171,1 Mio., was einer Abnahme im Vergleich zum ersten Semester 2007 von CHF 46,9 Mio. entspricht.

## Aussichten für das Gesamtjahr 2008

Lindt & Sprüngli erwartet für die zweite Jahreshälfte und darüber hinaus ein weiterhin angespanntes Marktumfeld.

*Umsatz:* Das organische Wachstum der Lindt & Sprüngli Gruppe liegt in der ersten Jahreshälfte 2008 mit 7,9% in der Bandbreite der mittel- bis langfristigen Zielgrösse von 6% bis 8%. In Anbetracht der Erfahrungen des ersten Semesters sollten sich die Auswirkungen der im Frühjahr erfolgten Preiserhöhungen im zweiten Semester beschleunigen und – im Zusammenspiel mit einem optimierten Produktmix – ein organisches Wachstum von 8% bis 10% ergeben.

In ihrer mittel- bis langfristigen Betrachtung erwartet Lindt & Sprüngli einen Rückgang des Kakaopreises. Sollte diese Stabilisierung allerdings nicht bereits per Ende 2008 eintreten, ist in der Schokoladeindustrie – und auch bei Lindt & Sprüngli – ab Frühjahr 2009 voraussichtlich von erneuten Preisanpassungen, vor allem bei hochwertigen Produkten, auszugehen. Lindt & Sprüngli ist allerdings überzeugt, dass eine solche Preiserhöhung von den Konsumentinnen und Konsumenten dank der exklusiven Positionierung von LINDT im Premium-Schokoladesegment, der kompromisslosen Produktqualität, aber auch wegen des innovativen Produktangebots akzeptiert wird.

*Investitionen:* Vor dem Hintergrund eines auch in Zukunft sehr dynamischen Premium-Schokoladesegments setzt

Lindt & Sprüngli weiterhin auf die bewährte und erfolgreiche Strategie der ausschliesslichen Konzentration auf die Herstellung von Schokolade höchster Qualität und auf die vollumfängliche Kontrolle jedes einzelnen Produktionsschritts, von der Auswahl der edelsten Kakaobohnen aus den besten Anbaugebieten der Welt bis hin zum fertig verpackten Produkt. Angesichts der starken Nachfrage nach Premium-Produkten in den bestehenden, aber auch des immer ausgeprägteren Umsatzpotenzials in schnell wachsenden Aufbaumärkten braucht die Gruppe zusätzliche Kapazitäten an allen Produktionsstandorten. Unter vielen anderen Projekten werden in den USA, im mittlerweile wichtigsten Absatzmarkt für LINDOR Kugeln, per Ende 2008 eine weitere LINDOR Anlage sowie ein Jahr später eine neue Tafellinie in Betrieb genommen. Mit dem Aufbau einer Kakaomasse-Verarbeitungsanlage realisiert Lindt & Sprüngli (USA) Inc. ab 2009 zudem die gesamte Produktionskette auf dem amerikanischen Kontinent.

Diese Investitionen haben zum Ziel, die Abhängigkeit von europäischen Importen und damit von Währungseinflüssen zu vermindern, die Zoll- und Transportkosten zu reduzieren und gleichzeitig die Lieferbereitschaft am Markt substantiell zu optimieren. Ausserdem widerspiegelt diese Entscheidung unsere Bemühungen um einen umsichtigen und nachhaltigen Umgang mit der Umwelt.

*Resultate:* Lindt & Sprüngli hält weiterhin an einer mittel- bis langfristigen Steigerung des Umsatzes von 6% bis 8% und an der operativen Gewinnmarge (EBIT) in der Grössenordnung von jährlich 20 bis 40 Basispunkten fest. Die Erreichung dieser Ziele wird weitere Marktanteilgewinne und eine kontinuierliche Verbesserung der Profitabilität zur Folge haben.

Ungeachtet der diesjährigen schwierigen Rahmenbedingungen ist Lindt & Sprüngli zuversichtlich, im Gesamtjahr 2008 eine Erhöhung von 20 Basispunkten bei der Gewinnmarge zu erreichen. Das Jahresergebnis sollte bei einem in etwa unveränderten Finanzergebnis zusätzlich von Verbesserungen bei der Steuerrate profitieren.

# Konsolidierte Bilanz (ungeprüft)

	30.6.2008		31.12.2007	
	CHF Mio.	%	CHF Mio.	%
<b>AKTIVEN</b>				
Sachanlagen	821.8		802.0	
Immaterielle Anlagen	15.1		16.5	
Finanzanlagen	47.4		48.3	
Latente Steueraktiven	2.4		3.2	
<b>Total Anlagevermögen</b>	<b>886.7</b>	<b>43.3%</b>	<b>870.0</b>	<b>35.2%</b>
Warenvorräte	487.5		442.4	
Kundenforderungen	325.5		834.6	
Sonstige Forderungen	95.6		70.0	
Aktive Rechnungsabgrenzungen	10.9		10.8	
Derivative Vermögenswerte	13.9		14.9	
Wertschriften und kurzfristige Finanzanlagen	14.5		37.6	
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	211.1		189.1	
<b>Total Umlaufvermögen</b>	<b>1 159.0</b>	<b>56.7%</b>	<b>1 599.4</b>	<b>64.8%</b>
<b>Total Aktiven</b>	<b>2 045.7</b>	<b>100.0%</b>	<b>2 469.4</b>	<b>100.0%</b>
<b>PASSIVEN</b>				
Aktien- und PS-Kapital	22.6		22.4	
Kapital- und Gewinnreserven	1 286.2		1 367.0	
<b>Total Eigenkapital</b>	<b>1 308.8</b>	<b>64.0%</b>	<b>1 389.4</b>	<b>56.3%</b>
Darlehen	1.0		0.9	
Latente Steuerpassiven	30.7		30.6	
Vorsorgeverpflichtungen	140.7		143.1	
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	8.5		11.8	
Rückstellungen	36.1		35.2	
<b>Total langfristiges Fremdkapital</b>	<b>217.0</b>	<b>10.6%</b>	<b>221.6</b>	<b>8.9%</b>
Lieferantenverbindlichkeiten	141.2		237.4	
Sonstige Verbindlichkeiten	32.5		41.5	
Laufende Ertragssteuerverpflichtungen	22.7		32.9	
Passive Rechnungsabgrenzungen	244.9		377.2	
Derivative Verpflichtungen	25.1		13.7	
Banken und Finanzverpflichtungen	53.5		155.7	
<b>Total kurzfristiges Fremdkapital</b>	<b>519.9</b>	<b>25.4%</b>	<b>858.4</b>	<b>34.8%</b>
<b>Total Fremdkapital</b>	<b>736.9</b>	<b>36.0%</b>	<b>1 080.0</b>	<b>43.7%</b>
<b>Total Passiven</b>	<b>2 045.7</b>	<b>100.0%</b>	<b>2 469.4</b>	<b>100.0%</b>

Die Erläuterungen im Anhang sind Bestandteil der Konzernrechnung.

# Konsolidierte Erfolgsrechnung (ungeprüft)

	Januar–Juni 2008		Januar–Juni 2007	
	CHF Mio.	%	CHF Mio.	%
<b>ERTRÄGE</b>				
Umsatz	1 171.5	100.0%	1 138.2	100.0%
Übrige Erträge	6.5		5.8	
<b>Total Erträge</b>	<b>1 178.0</b>	<b>100.6%</b>	<b>1 144.0</b>	<b>100.5%</b>
<b>AUFWAND</b>				
Materialaufwand	-388.3	-33.1%	-363.7	-32.0%
Bestandesänderung Lager	17.3	1.5%	13.7	1.2%
Personalaufwand	-283.1	-24.2%	-283.8	-24.9%
Betriebsaufwand	-443.7	-37.9%	-434.7	-38.1%
Abschreibungen	-46.6	-4.0%	-45.4	-4.0%
<b>Total Aufwand</b>	<b>-1 144.4</b>	<b>-97.7%</b>	<b>-1 113.9</b>	<b>-97.9%</b>
Operatives Ergebnis	33.6	2.9%	30.1	2.6%
Netto-Finanzergebnis	-1.8		1.0	
Gewinn vor Steuern	31.8	2.7%	31.1	2.7%
Steuern	-8.9		-9.2	
<b>REINGEWINN</b>	<b>22.9</b>	<b>2.0%</b>	<b>21.9</b>	<b>1.9%</b>
Anteil Aktionäre	22.9		21.9	
Reingewinn je Aktie/10 PS (in CHF)	101.7		98.5	
Verwässerter Reingewinn je Aktie/10 PS (in CHF)	99.6		95.9	

Die Erläuterungen im Anhang sind Bestandteil der Konzernrechnung.

## Veränderung des konsolidierten Eigenkapitals (ungeprüft)

CHF Mio.	Aktien-/ PS-Kapital	Eigene Aktien/PS	Kapital- reserven	Hedge Accounting	Gewinn- reserven	Kumulierte Umrechnungs- differenzen	Total Eigen- kapital
<b>Bilanz per 31.12.2006</b>	<b>22.2</b>	<b>-8.3</b>	<b>263.3</b>	<b>2.5</b>	<b>866.0</b>	<b>12.2</b>	<b>1 157.9</b>
Reingewinn <sup>1)</sup>					21.9		21.9
Kapitalerhöhung <sup>2)</sup>	0.191		14.4				14.6
Verkauf eigener Aktien <sup>3)</sup>		0.9					0.9
Aktienbasierte Entschädigung					6.5		6.5
Dividende					-61.7		-61.7
Direkt im Eigenkapital erfasste Erträge und Aufwendungen:							
Hedge Accounting				-1.4			-1.4
Marktwertanpassungen Finanzanlagen					-0.1		-0.1
Währungsumrechnung						20.7	20.7
<b>Bilanz per 30.6.2007</b>	<b>22.4</b>	<b>-7.4</b>	<b>277.7</b>	<b>1.1</b>	<b>832.6</b>	<b>32.9</b>	<b>1 159.3</b>
<b>Bilanz per 31.12.2007</b>	<b>22.4</b>	<b>-</b>	<b>283.1</b>	<b>-1.7</b>	<b>1 072.5</b>	<b>13.1</b>	<b>1 389.4</b>
Reingewinn <sup>1)</sup>					22.9		22.9
Kapitalerhöhung <sup>2)</sup>	0.193		17.7				17.9
Aktienbasierte Entschädigung					5.6		5.6
Dividende					-74.5		-74.5
Direkt im Eigenkapital erfasste Erträge und Aufwendungen:							
Hedge Accounting				-3.7			-3.7
Marktwertanpassungen Finanzanlagen					-1.4		-1.4
Währungsumrechnung						-47.4	-47.4
<b>Bilanz per 30.6.2008</b>	<b>22.6</b>	<b>-</b>	<b>300.8</b>	<b>-5.4</b>	<b>1 025.1</b>	<b>-34.3</b>	<b>1 308.8</b>

<sup>1)</sup> Die Lindt & Sprüngli Gruppe hat im Geschäftsjahr 2007 rückwirkend IFRIC 14 eingeführt. Die Berücksichtigung von IFRIC 14 im ersten Halbjahr 2008 führte zu einem Aufwand in der Höhe von CHF 2.6 Mio. Die Zahlen im ersten Halbjahr 2007 wurden gemäss IFRIC 14 angepasst, was zu einer Erhöhung des Personalaufwands von CHF 1.6 Mio und zu einer Abnahme des latenten Steueraufwands von CHF 0.5 Mio. führte.

<sup>2)</sup> Kapitalerhöhung aus Mitarbeiteroptionsplan: Alle Transaktionskosten werden mit den Konzernreserven verrechnet (Betrag 2008: TCHF 265, Vorjahr: TCHF 266).

<sup>3)</sup> Am 5. Januar 2007 hat die Gruppe 29 eigene Namenaktien für durchschnittlich CHF 30 836 pro Aktie verkauft. Der daraus resultierende Gewinn betrug TCHF 53.

Die Erläuterungen im Anhang sind Bestandteil der Konzernrechnung.

# Konsolidierte Geldflussrechnung (ungeprüft)

	Januar–Juni 2008		Januar–Juni 2007	
	CHF Mio.	CHF Mio.	CHF Mio.	CHF Mio.
Reingewinn	22.9		21.9	
Abschreibungen/Wertbeeinträchtigungen	46.6		45.4	
Veränderung Rückstellungen und Wertberichtigungen	4.4		1.9	
Übrige nicht geldwirksame Einflüsse	18.6		7.0	
<b>Geldfluss aus Geschäftstätigkeit vor Veränderungen im Nettoumlaufvermögen (Cash Flow)</b>		<b>92.5</b>		<b>76.2</b>
Abnahme (+)/Zunahme (–) Kundenforderungen	477.6		422.3	
Abnahme (+)/Zunahme (–) Warenvorräte	–64.9		–55.7	
Abnahme (+)/Zunahme (–) Vorauszahlungen und sonstige Forderungen	–6.3		–1.7	
Abnahme (+)/Zunahme (–) aktive Rechnungsabgrenzung	7.1		2.6	
Abnahme (–)/Zunahme (+) Lieferantenkreditoren	–87.8		–77.4	
Abnahme (–)/Zunahme (+) übrige Kreditoren/ passive Rechnungsabgrenzung	–158.1	167.6	–108.7	181.4
<b>Geldfluss aus Geschäftstätigkeit</b>		<b>260.1</b>		<b>257.6</b>
Investitionen Sachanlagen	–97.3		–102.8	
Desinvestitionen Sachanlagen	0.2		0.1	
Investitionen immaterielle Anlagen	–2.3		–2.6	
Investitionen Finanzanlagen	–1.7		–0.3	
Desinvestitionen (+)/Investitionen (–) in Wertschriften und kurzfristige Finanzanlagen	21.8		–5.1	
<b>Geldfluss aus Investitionstätigkeit</b>		<b>–79.3</b>		<b>–110.7</b>
Aufnahme Bankverbindlichkeiten	26.8		–	
Rückzahlung Bankverbindlichkeiten	–25.4		–25.2	
Rückzahlung Darlehen	–		–10.4	
Rückzahlung Anleihen	–100.0		–	
Kapitalerhöhung (inklusive Agio)	17.9		14.6	
Verkauf eigener Aktien	–		0.9	
Dividende	–74.5		–61.7	
<b>Geldfluss aus Finanzierungstätigkeit</b>		<b>–155.2</b>		<b>–81.8</b>
<b>Zunahme (+)/Abnahme (–) der Zahlungsmittel</b>		<b>25.6</b>		<b>65.1</b>
<b>Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am 1.1.</b>		<b>189.1</b>		<b>223.0</b>
<b>Einfluss von Kursänderungen</b>		<b>–3.6</b>		<b>0.8</b>
<b>Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am 30.6.</b>		<b>211.1</b>		<b>288.9</b>
Erhaltene Zinsen <sup>1)</sup>		8.2		5.6
Bezahlte Zinsen <sup>1)</sup>		7.5		2.2
Bezahlte Ertragssteuern <sup>1)</sup>		36.1		37.3

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

# Anhang zum Halbjahresabschluss

## 1. Rechnungslegungsgrundsätze

Der konsolidierte Halbjahresabschluss per 30. Juni 2008 wurde in Übereinstimmung mit den im Finanzbericht 2007 beschriebenen Rechnungslegungsgrundsätzen sowie mit den Regeln von IAS 34 betreffend Zwischenberichterstattung erstellt. IAS 23 «Borrowing Costs», IFRS 8 «Operating Segments» und IFRIC 13 «Kundentreueprogramme», die am 1. Januar 2009 in Kraft treten, werden nicht vorzeitig angewendet. Es wurde die verkürzte Darstellungsart gewählt.

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 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 2008 total 548 216 Partizipationsscheine (PS) (30. Juni 2007: 574 467) mit einem Nominalwert von CHF 10.–. Von diesem Total sind 193 766 Titel (30. Juni 2007: 220 017) für Mitarbeiterbeteiligungsprogramme bestimmt und die verbleibenden 354 450 (30. Juni 2007: 354 450) Titel für Kapitalmarkttransaktionen. Im ersten Halbjahr 2008 wurden insgesamt 19 292 Optionen zu einem durchschnittlichen Ausübungspreis von CHF 939.47 ausgeübt (Vorjahr: 19 142, durchschnittlicher Ausübungspreis: CHF 774.17).

## 4. Dividenden

Die Generalversammlung vom 25. April 2008 hat einer Dividendenzahlung von CHF 330.– pro Namenaktie und CHF 33.– pro Partizipationsschein zugestimmt. Die Auszahlung erfolgte ab dem 2. Mai 2008.

## 5. Segmentinformation nach geografischen Segmenten

Die Segmentsberichterstattung basiert auf der Managementstruktur und der internen Berichterstattung. Die Aufteilung des Segmentergebnisses der geografischen Segmente richtet sich nach dem Standort der Aktiven. Die Standorte der Kunden weichen nicht wesentlich von den Standorten der Aktiven ab.

CHF Mio.	Europa und Naher Osten		Nord- und Lateinamerika		Rest der Welt		Total	
	2008	2007	2008	2007	2008	2007	2008	2007
Umsatz	<b>830.9</b>	800.6	<b>235.3</b>	245.3	<b>105.3</b>	92.3	<b>1 171.5</b>	1 138.2
Operatives Ergebnis	<b>32.4</b>	24.5	<b>-13.1</b>	-8.5	<b>14.3</b>	14.1	<b>33.6</b>	30.1

# Informationen

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

## Termine

20. Januar 2009	Bekanntgabe Umsatz 2008
17. März 2009	Bilanzpressekonferenz: Abschluss 2008 (Vormittag) Finanzanalystenpräsentation: Abschluss 2008 (Nachmittag)
16. April 2009	111. ordentliche Generalversammlung
Zweite Hälfte August 2009	Halbjahreszahlen Januar bis Juni 2009

## 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

## Internet

[www.lindt.com](http://www.lindt.com)



CHOCOLAFABRIKEN  
LINDT & SPRÜNGLI AG

SEESTRASSE 204, CH-8802 KILCHBERG  
SCHWEIZ/SWITZERLAND

[WWW.LINDT.COM](http://WWW.LINDT.COM)

