



LINDT & SPRÜNGLI

Kurzbericht 2025

Den vollständigen integrierten
Geschäftsbericht 2025 mit
Nachhaltigkeitsbericht finden
Sie unter nachfolgendem QR-Code
oder unter:

[lindt-spruengli.com/investors/
financial-reporting/publications](https://lindt-spruengli.com/investors/financial-reporting/publications)



Lagebericht

Auf einen Blick	2
Aktionärsbrief	4
Unsere Leistung	10
Unsere Märkte	12

Nachhaltigkeitsbericht

Nachhaltigkeit auf einen Blick	20
--------------------------------	----

Corporate governance

Verwaltungsrat	22
Konzernleitung	26

Finanzbericht

Konsolidierte Bilanz	30
Konsolidierte Erfolgsrechnung	32
Konsolidierte Gesamtergebnisrechnung	33
Konsolidierte Geldflussrechnung	34
Fünf-Jahres-Überblick	36

Informationen

Termine & Impressum	38
---------------------	----

Kennzahlen 2025

Die Lindt & Sprüngli Gruppe erzielte trotz eines volatilen Umfelds ein starkes Finanzergebnis. Geopolitische und wirtschaftliche Unsicherheiten dämpften die Konsumentenstimmung, während rekordhohe Kakaopreise zu zweistelligen Preisanstiegen führten, wodurch das Verkaufsvolumen branchenweit sank. Lindt & Sprüngli erwies sich als widerstandsfähig, nutzte ihre Premiumpositionierung und konnte einmal mehr über dem Marktdurchschnitt wachsen.

Gruppenumsatz (CHF)

5,92 Mrd.

2024: 5,47 Mrd.

EBIT (CHF)

971,0 Mio.

2024: 884 Mio.

Operatives Ergebnis (EBIT)
Millionen CHF

2025	971
2024	884
2023	813
2022	745
2021	645

Organisches Umsatzwachstum

+12,4%

2024: +7,8%

EBIT-Marge

16,4%

2024: 16,2%

Umsatz
Milliarden CHF

2025	5,92
2024	5,47
2023	5,20
2022	4,97
2021	4,59

Free Cashflow (CHF)

446,3 Mio.

2024: 635 Mio.

Volumen-/Mixwachstum

-6,6 %

2024: +1,5 %

Free-Cashflow-Marge

7,5%

2024: 11,6%

Personalbestand (FTE)

15'351

2024: 14.973

HIGHLIGHTS IM BEREICH NACHHALTIGKEIT

Kakao aus dem Farming Program oder anderen verantwortungsvollen Beschaffungsstandards

100,0 %

2024: 84,2 %

Reduktion der Treibhausgasemissionen (Scope 1, 2 und 3) im Vergleich zum Vorjahr

11%

Recyclingfähige¹ Verpackungen

92,4 %

2024: 91,4 %

Rohstoffe und Verpackungsmaterialien mit Nachhaltigkeitsrisiken, die über einen verantwortungsvollen Beschaffungsstandard bezogen wurden

93,2 %

2024: 82,2 %



¹ Wir stufen ein Material als recyclingfähig ein, wenn eine industriell skalierbare Infrastruktur gemäss aktuellstem Stand der Technik für die Sammlung, Sortierung und Wiederverwertung vorhanden ist. Wir haben keinen Einfluss darauf, ob Verpackungen letztendlich recycelt werden, und geben diesbezüglich keine Zusicherung.

Lindt 
MAÎTRE CHOCOLATIER SUISSE
DEPUIS 1845

«Lindt wurde zur wertvollsten Schokoladenmarke der Welt gekürt. Dieser Erfolg basiert auf einem hohen und kontinuierlich gesteigerten Markenwert, gestützt durch intensive Markenpflege, klare Premium-Positionierung und konsequenten Fokus auf Qualität.»

Ernst Tanner

Exekutiver Verwaltungsratspräsident der Lindt & Sprüngli Gruppe

180 Jahre Leidenschaft und Innovation

Im Jahr 2025 haben wir unsere Führungsposition als Premium-Schokoladenherstellerin trotz volatiler Märkte durch kontinuierliches Wachstum ausgebaut. Unser Erfahrungsschatz aus 180 Jahren ist die Basis für kühne Innovationen und unverändert leidenschaftliche Handwerkskunst. Auch für die Zukunft bleibt unser Ziel, Schokoladenfans in aller Welt mit unseren Produkten Freude zu bereiten.

Verehrte Aktionärinnen und Aktionäre

Im vergangenen Jahr hat sich bei der Lindt & Sprüngli Gruppe viel getan: Auf der ordentlichen Generalversammlung feierten wir – gemeinsam mit unserem Markenbotschafter Roger Federer als Überraschungsgast – unser 180-jähriges Bestehen. Dieser inspirierende Meilenstein erinnerte an unsere Erfolge von den Anfängen in der Schweiz bis in die Gegenwart als internationales Unternehmen mit starken Marken und weltweit beliebten Produkten. Unsere Erfahrung aus 180 Jahren zeigt, wie robust und widerstandsfähig wir sind. Mit Disziplin und unerschütterlichem Fokus auf langfristige, nachhaltige Wertschöpfung für unser Aktionariat steuern wir durch stürmische Zeiten.

2025 war auch geprägt von geopolitischen und wirtschaftlichen Unwägbarkeiten, gedämpfter Konsumentenstimmung und Kakaokosten in Rekordhöhe, was branchenweit zu zweistelligen Preiserhöhungen und weniger Volumen führte. Marktforschungsdaten zufolge wuchs der weltweite Schokoladenmarkt 2025 umsatzmässig um 7,4%, schrumpfte aber volumenmässig um -5,9%. Das Premium-Segment schnitt weiterhin überdurchschnittlich ab. Dank Premium-Positionierung sowie eines starken Portfolios an Saisonartikeln und Geschenkformaten lag unser Wachstum erneut über dem Marktdurchschnitt.

Aufgrund der Umstände bleiben die Konsumenten vorsichtig. Sie setzen auf Qualität und achtsamen Genuss, was den anhaltenden Trend hin zur Premium-Schokolade unterstreicht.

Gruppenumsatz (CHF)

5,92 Mrd.

2024: 5,47 Mrd.

Organisches Umsatzwachstum

+12,4%

2024: +7,8 %

Angesichts des volatilen Umfelds war es umso ermutigender, dass das Kantar BrandZ Ranking Lindt 2025 erstmals zur wertvollsten Schokoladenmarke der Welt gekürt hat. Der globale Richtwert kombiniert zur Analyse von Markenwerten Finanzzahlen und Konsumentenwahrnehmung. Unter 21 000 bewerteten Marken in 532 Kategorien und 54 Märkten belegte Lindt zudem den achten Platz in der globalen Kategorie Lebensmittel & Getränke. Dieser Erfolg basiert auf einem hohen und kontinuierlich gesteigerten Markenwert dank

intensiver Markenpflege, klarer Premium-Positionierung und konsequentem Fokus auf Qualität – Werte, die bei Konsumenten Anklang finden und langfristig für Kundentreue und Wachstum sorgen.

Starkes Wachstum über den Erwartungen

Lindt & Sprüngli wuchs 2025 organisch um 12,4% auf CHF 5,92 Mrd. (Vorjahr: CHF 5,47 Mrd.). Das Umsatzwachstum in Schweizer Franken betrug CHF 8,2%, hauptsächlich beeinflusst durch einen negativen Währungseffekt von -3,9%. Das organische Wachstum wurde durch gruppenweite Preiserhöhungen von 19,0% getrieben, die teilweise durch einen geringer als erwartet ausgefallenen Volumen/Mix-Rückgang von -6,6% beeinflusst wurden. Zum Umsatzwachstum trugen alle Regionen und vor allem Europa mit einem starken organischen Umsatzwachstum von 15,3% bei. Nordamerika erzielte im Gesamtjahr solide 8,9% mit zweistelligen Wachstumsraten in der zweiten Jahreshälfte. Der Rest der Welt erreichte insgesamt 11,7% ebenso mit starken Ergebnissen im zweiten Halbjahr.

Der operative Gewinn stieg im Jahresvergleich um 9,8% auf CHF 971,0 Mio., die EBIT-Marge lag bei 16,4% (Vorjahr: CHF 884,2 Mio., EBIT-Marge: 16,2%), hauptsächlich beeinflusst durch höhere Kakaokosten, die jedoch durch Effizienzsteigerungen, Kostenkontrolle und Preiserhöhungen kompensiert wurden.

«Seit 1845 verzaubern wir die Welt mit Schokolade höchster Qualität. Unsere 180 Jahre lange Geschichte spiegelt unsere Verpflichtung gegenüber Konsumenten, Mitarbeitenden, Geschäftspartnern und der Umwelt wider. Unser Ziel ist und bleibt langfristige, nachhaltige Wertschöpfung für unsere Aktionärinnen und Aktionäre.»

Adalbert Lechner

CEO der Lindt & Sprüngli Gruppe

Daraus resultierte ein um 8,1% höherer Reingewinn von CHF 726,7 Mio., was 12,3% des Umsatzes entspricht (Vorjahr: CHF 672,3 Mio., 12,3%).

Der Free Cashflow belief sich auf CHF 446,3 Mio., die Cashflow-Marge lag bei 7,5%. Beeinflusst wurde dieser durch höhere Lagerbewertungen aufgrund gestiegener Kakaokosten.

Investitionen in künftiges Wachstum

Dank dieser starken Ergebnisse konnten wir unsere Investitionen vor allem in Infrastruktur und die Erweiterung unseres Ladennetzwerks um 5,2% auf CHF 330,5 Mio. steigern. Gemäss unserem strategischen Wachstumsplan bauen wir unsere Produktionskapazitäten für stark nachgefragte Produktkategorien aus. Hierzu gehören mehr Kapazitäten für den weltweiten Start unserer Waffel 2027 und die Produktionssteigerung jüngster Innovationen wie der Lindt Dubai Style Schokolade, die marktübergreifend hervorragend aufgenommen wurde.

Gleichzeitig haben wir weiter in ein besseres Ressourcenplanungssystem (ERP) investiert, das 2025 in den ersten Tochtergesellschaften, darunter in Grossbritannien, Südafrika und Benelux, erfolgreich eingeführt wurde. Hierdurch straffen wir nicht nur Prozesse und verbessern die Datenqualität, sondern schaffen auch die Voraussetzungen für eine künftig stärkere Nutzung künstlicher Intelligenz.

Robuste Bilanz und höhere Dividende

Unsere Bilanz zeigte sich 2025 robust. Zum 31. Dezember 2025 betrug die Eigenkapitalquote 54,5% (Vorjahr: 52,8%), wodurch wir den Unternehmenserfolg in Form einer zum 30. Mal in Folge steigenden Dividende mit unserem Aktionariat teilen können. An der 128. Generalversammlung am 16. April 2026 wird der Verwaltungsrat eine Ausschüttung von CHF 1 800 (Vorjahr: CHF 1 500) pro Namenaktie und CHF 180 (Vorjahr: CHF 150) pro Partizipationsschein beantragen.

Das 2024 gestartete Rückkaufprogramm von Namenaktien und Partizipationsscheinen in Höhe von bis zu CHF 500 Mio. läuft noch bis spätestens 31. Juli 2026. Zum

31. Dezember 2025 waren Namenaktien und Partizipationsschein im Wert von CHF 467,5 Mio. zurückgekauft worden.

Global Retail macht Produkte zu Erlebnissen

Der Bereich Global Retail, in dem wir Läden unter den Marken Lindt, Ghirardelli und Russell Stover betreiben, erzielte im Berichtsjahr beträchtliche Gewinne. Der Umsatz in eigenen Geschäften und E-Shops legte in allen Märkten stark um insgesamt 20,8% zu. Zudem bauten wir unser Ladennetzwerk 2025 auf 621 Geschäfte (Vorjahr: 568) aus.

So eröffneten wir 2025 zwei Flagship-Stores in London und Wien, die weit mehr bieten als das herkömmliche Einkaufserlebnis. Dort tauchen Besucher tief in die Welt der Schokolade ein, wo unsere Mâitres Chocolatiers vor ihren Augen frische Schokolade herstellen, exklusive oder personalisierte Geschenke warten und faszinierende Schaufenster fesseln – das ultimative Produkterlebnis. Die Flagship-Stores stärken die Markentreue und sorgen für unvergessliche Einkaufsmomente. Diesem erprobten und bewährten Konzept wird 2026 ein weiterer Flagshi-Store in Luzern folgen.

Das Global-Travel-Retail-Geschäft, wo Lindt Produkte in Duty-Free-Läden verkauft werden, wuchs im Berichtsjahr um 19,6%, was insbesondere dem durchschlagenden Erfolg der Lindt Dubai Style Schokolade zu verdanken ist, die Reisende weltweit begeisterte.

Wachstumsdynamik in den Regionen

Die Ergebnisse der drei Regionen spiegeln die soliden Unternehmenszahlen für 2025 mit anhaltendem organischem Wachstum wider.

Europa erzielte ein starkes organisches Umsatzwachstum um 15,3% auf CHF 2,96 Mrd. Alle europäischen Lindt & Sprüngli Märkte wuchsen zweistellig, wobei Benelux, Mittel- und Osteuropa, die Nordischen Länder sowie Spanien und Portugal mit über 20% besonders gut abschnitten. Auch andere Schlüsselmärkte wie Deutschland, Italien, Frankreich, Grossbritannien und die Schweiz trugen solide zweistelligen Zuwächse bei. Als zentrale Treiber erwiesen sich in allen Märkten dunkle Excellence

Tafeln, Lindor, die saisonalen Verkaufsschlager Goldhase und Teddy sowie die neue Lindt Dubai Style Schokolade.

Trotz wirtschaftlicher Unwägbarkeiten, Inflation und gedämpfter Konsumentenstimmung wuchs Nordamerika organisch um 8,9% auf CHF 2,18 Mrd. Die Region behielt ihre Wachstumsdynamik selbst in einem überaus herausfordernden Marktumfeld dank der Widerstandsfähigkeit und starken Ergebnisse unserer Premium-Marken Lindt und Ghirardelli bei. Beachtlich war die zweite Jahreshälfte mit einem organischen Wachstum von 11,9% dank des herausragenden Erfolgs der Dubai Style Schokolade im Einzel- und Grosshandel sowie des Backwarenssegments von Ghirardelli. Beides fand bei Konsumenten grossen Anklang und trug massgeblich zum Wachstum in Nordamerika bei.

Der Rest der Welt erzielte ein organisches Wachstum von 11,7% auf CHF 0,78 Mrd., mit zweistelligen Zuwächsen in Schlüsselmärkten wie Japan, Brasilien, Südafrika, China und Chile. Im Berichtsjahr eröffneten wir die ersten sechs Geschäfte unserer neu gegründeten chilenischen Tochtergesellschaft. Darüber hinaus schlossen wir ein Joint Venture in Saudi-Arabien, eröffneten eine Niederlassung in Bulgarien und starteten eine Kooperation mit einem Partner für die Expansion unseres Ladennetzwerks in Malaysia.

Innovationskurs und Ausweitung des Portfolios

Im Berichtsjahr haben wir Innovationen marken- und formatübergreifend intensiviert. Das Highlight war die Einführung der Lindt Dubai Style Schokolade, der grössten Innovation 2025. Neben dem ursprünglichen Tafelformat haben wir die Linie um Pralines, Riegel und Varianten mit dunkler und weisser Schokolade erweitert. Basierend auf diesem Welterfolg haben wir auch bei Ghirardelli und Russell Stover in den USA neue Dubai Style Linien eingeführt, um das einzigartige Produkt einem breiteren Konsumentenkreis zugänglich zu machen. Mit der Dubai Style Schokolade erreichen wir neue, jüngere Konsumentengruppen, was die Markenbekanntheit steigert und für zukünftiges Wachstum im gesamten Produktsortiment sorgt.

Im Jahresverlauf gingen wir mit Lindt Tokyo Style Schokolade den nächsten Schritt: Die handgefertigte limitierte Edition mit Matcha und Erdbeere erfreut ein weltweites Publikum mit regional inspirierten Geschmackstrends. Ausserdem erweiterten wir unser Kernsortiment um Excellence Fusion, die dunkle Schokolade neuen Konsumenten näherbringt. Lindt Extra Creamy, eine Premium-Vollmichtafel mit einzigartig schmelzender Textur, ging hauptsächlich über Vertriebspartner an den Start. Zudem führten wir etwa mit Shortbread und Golden Caramel neue Geschmacksrichtungen bei Lindor ein, die unsere Pipeline stärken und unserem Portfolio eine erfrischende, aktuelle Note hinzufügen.

Mensch, Umwelt und verantwortungsvolle Beschaffung im Fokus

Stolz dürfen wir verkünden, dass wir den Grossteil unserer Unternehmensziele für 2025 erreicht und teilweise sogar übertroffen haben. Über 90% unserer Rohstoffe und Verpackungsmaterialien mit wesentlichen Nachhaltigkeitsrisiken beziehen wir nun über verantwortungsvolle Beschaffungsstandards – und damit weit mehr als unser angestrebtes Ziel von 80%. Zudem beziehen wir nun all unsere Kakaoprodukte, einschliesslich Bohnen, Butter und Pulver, „Rainforest Alliance“-zertifiziert. Auch mit unserem Farming Program machen wir Fortschritte, mit dem Ziel, die Widerstandsfähigkeit von Kakaobauernhaushalten zu stärken, das Risiko von Kinderarbeit zu reduzieren sowie Artenvielfalt und natürliche Ökosysteme zu erhalten.

Während wir diese Erfolge feiern, ist uns bewusst, dass noch viel zu tun ist. Wir arbeiten auch in den nächsten Jahren weiter an unseren Nachhaltigkeitszielen. So haben wir etwa ein neues Programm zur Förderung der Gesundheit und Sicherheit unserer Beschäftigten eingeführt. Basierend auf dem Prinzip einer unfallfreien Arbeitsumgebung kombiniert es technische Standards mit Elementen zur Stärkung der richtigen Verhaltensweisen, um so das Risikobewusstsein und die Intervention zu fördern – damit niemand zu Schaden kommt.

Kollaboration ist im Kakaosektor weiterhin zentral. Gemeinsam mit anderen bedeutenden Unternehmen haben wir die TogetherCocoa Foundation gegründet. Die Stiftung baut auf unseren bisherigen Bemühungen auf, die Lücke zu einem existenzsichernden Einkommen bei Kakaobauern in der Elfenbeinküste und in Ghana zu schliessen. Die Initiative bildet einen wegweisenden Meilenstein, um die Widerstandsfähigkeit in der Kakaolieferkette in Westafrika durch branchenweite Massnahmen zu stärken.

Basierend auf unseren Erfolgen haben wir unseren strategischen Ansatz für anhaltenden Fortschritt feinjustiert und gestärkt. Im Berichtsjahr haben wir durch die Bekräftigung unserer Nachhaltigkeitsbestrebungen einen klaren Kurs für die kommenden Jahre eingeschlagen. Unser Nachhaltigkeitsplan 2030 baut auf den bisherigen Fortschritten auf und definiert einen kühnen Pfad für die Zukunft. So will die Gruppe ihre vorrangigen Roh- und Verpackungsmaterialien bis 2030 zu 100% über verantwortungsvolle Beschaffungsstandards beziehen. Zudem hat sich Lindt & Sprüngli dazu verpflichtet, bis 2050 Netto-Null-Treibhausgasemissionen entlang der gesamten Wertschöpfungskette zu erreichen. Wir sind davon überzeugt, dass wir durch Zusammenarbeit, Innovation und Engagement zu einer nachhaltigen Zukunft beitragen können.

Ausblick

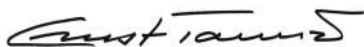
Wir gehen mit Vertrauen in unsere Strategie ins neue Geschäftsjahr. Der fortgesetzte Wandel der Konsumentenpräferenzen hin zu Premium-Schokolade stützt unsere langfristige Positionierung als eine Marktführerin in diesem Segment. 2026 wollen wir die Haushaltspenetration und unseren Marktanteil erhöhen sowie unsere Marke in Einzel- und Grosshandelskanälen sichtbarer machen. Im Sinne nachhaltigen Wachstums investieren wir weiterhin in Markenpflege, Infrastruktur sowie digitale Fähigkeiten. Gleichzeitig bleiben wir agil, begeistern unsere Konsumenten mit aufregenden Neuheiten und widerstehen der anhaltenden Marktunsicherheit.

Aufgrund geopolitischer Unsicherheiten erwartet Lindt & Sprüngli für das Geschäftsjahr 2026 ein leicht geringeres organisches Umsatzwachstum von 4–6% mit einer Verbesserung der operativen Gewinnmarge von 20–40 Basispunkten (unverändert).

Für 2027 sowie die folgenden Jahre bestätigt die Gruppe unverändert ihre strategischen mittel- bis langfristigen Ziele eines organischen Umsatzwachstums von 6–8% mit einer Verbesserung der operativen Gewinnmarge von 20–40 Basispunkten pro Jahr.

Unser aufrichtiger Dank gilt allen Beschäftigten der Lindt & Sprüngli Gruppe. Ihr Engagement ist der Schlüssel zu unserem Erfolg. Ihre Widerstandsfähigkeit und ihr bemerkenswerter Teamgeist haben uns sicher durch die letzten Jahre gebracht. Wir sind stolz auf ihre Leidenschaft und ihren unermüdlichen Einsatz, um alle Welt mit Schokolade zu verzaubern.

Auch Ihnen, unseren Aktionärinnen und Aktionären, danken wir für Ihr Vertrauen. Wir freuen uns darauf, Sie zahlreich an unserer anstehenden Generalversammlung am 16. April 2026 wie gewohnt im Kongresshaus in Zürich begrüßen zu dürfen.



Ernst Tanner

Exekutiver Verwaltungsratspräsident der
Lindt & Sprüngli Gruppe



Adalbert Lechner

CEO der Lindt & Sprüngli Gruppe



Gruppenergebnis und Marktmix

Im Berichtsjahr erzielte Lindt & Sprüngli in ihren drei Regionen – Europa, Nordamerika und Rest der Welt solide Ergebnisse trotz steigender Preise aufgrund hoher Kakaokosten, gedämpfter Konsumentenstimmung in mehreren Märkten und zunehmenden Werbedrucks.



Europa trug als weiterhin grösste Region mit starken Ergebnissen aus allen Märkten bei. Alle europäischen Märkte verzeichneten zweistelliges organisches Wachstum, angeführt von Excellence, Lindor, Lindt Dubai Style Schokolade und saisonalen Verkaufsschlagnern wie dem Goldhasen.

Nordamerika lieferte ein solides Gesamtergebnis mit starkem Wachstum in der zweiten Jahreshälfte. Lindt & Sprüngli USA und Ghirardelli übertrafen – dank Trend zu Premium-Schokolade und Markteinführungen der Dubai Style Schokolade – die Erwartungen. Kanada wuchs im mittleren einstelligen Bereich, während Russell Stover nach Preissteigerungen und der Insolvenz eines Grosskunden einen vorübergehenden Umsatzrückgang verzeichnete.

Der Rest der Welt verzeichnete starkes zweistelliges Wachstum in Brasilien, China, Japan, Südafrika und Chile und setzte weiter auf Markenaufbau und Ausbau von Vertriebskanälen. Das organische Wachstum erreichte im zweiten Halbjahr den zweistelligen Bereich. Einzelhandel und E-Commerce werden in dieser Region zunehmend zu wichtigen Wachstumstreibern.

Wachstumstreiber

Produktinnovation

Starke Dynamik rund um das Sortiment der Dubai Style Schokolade und Innovationen auf Pistazienbasis, mittlerweile auf vielen Märkten als Tafeln, Pralinés und Saisonartikeln erhältlich.

Anhaltende Expansion

Anhaltende Expansion der Präsenz im Direktvertrieb (D2C) in wichtigen Städten und Touristen-Hotspots, ergänzt durch schnell wachsende Online- und Social-Commerce-Kanäle, z. B. Social-Media-Plattformen, auf denen Nutzer Produkte direkt in der App entdecken und kaufen können.

Preisgestaltung

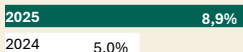
Preiserhöhungen zur Kompensierung massiv gestiegener Kakaokosten bei zweistelligem Wertzuwachs in lokaler Währung und relativ moderatem Volumenrückgang in den meisten Märkten.

Organisches Umsatzwachstum

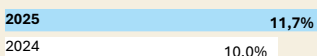
Europa



Nordamerika



Rest der Welt



Gruppenumsatz

CHF



- Europa CHF 2,96 Mrd.
- Nordamerika CHF 2,18 Mrd.
- Rest der Welt CHF 0,78 Mrd.



Europa

Europa erzielte 2025 ein starkes organisches Wachstum von 15,3% mit zweistelligen Wachstumsraten in den meisten Märkten, gestützt von Preiserhöhungen, einem starken Saisongeschäft und erfolgreichen Innovationen. Marktübergreifend erwiesen sich dunkle Tafelschokolade von Excellence, Lindor und die saisonalen Verkaufsschlager Goldhase und Teddy sowie der Start der Lindt Dubai Style Schokolade als Hauptwachstumstreiber. Gestützt wurde das Wachstum durch den Ausbau des Einzelhandels, was die Widerstandsfähigkeit und das Erfolgspotenzial der Marke inmitten von Inflationsdruck und gedämpfter Konsumentenstimmung unterstrich. Trotz anhaltenden Preisdrucks und starker Eigenmarken und Billigprodukte in einigen Märkten war Lindt als Premium-Marke weiterhin stark nachgefragt und gewann Marktanteile.

Die Schweiz erzielte – dank der erfolgreichen Einführung der Lindt Dubai Style Schokolade, des Ausbaus des Einzelhandels und robuster Ergebnisse bei Lindor und Excellence – trotz Konsumententrend zu günstigeren Alternativen starke Ergebnisse. Deutschland verzeichnete ein zweistelliges Wachstum in Grosshandel und Direktvertrieb, gestützt durch den Start der Lindt Dubai Style Schokolade, neue Excellence Sortimentserweiterungen wie Excellence Fusion, neue Lindt Store-Eröffnungen und eine starke Online-Dynamik trotz Drucks durch Eigenmarken. Frankreich blieb im Premium-Segment resilient und wuchs trotz Inflation und gestärktem Discount-Segments dank des neuen Signature-Praliné-Sortiments «La Haute Chocolaterie» unserer Maîtres Chocolatiers sowie Excellence, Lindt Dubai Style Schokolade, Verpackungsinnovationen, neuer Pralinés-Linien

und stärkerer Sichtbarkeit im Ladengeschäft. Italien stärkte seine Führungsposition im Premium-Geschäft mit neuen, modernisierten Geschäften an frequentierten Standorten, der Ausweitung des Tafelsortiments mit Pistazie, Markteinführungen von Lindt Dubai Style Schokolade und hohem Markenwert in einem schwierigen Umfeld.

Grossbritannien und Irland lagen über dem Marktdurchschnitt mit Zugewinn bei Marktanteilen dank Lindt Dubai Style Schokolade und dem Rekordstart von Lindor Pistazie, eines raschen Ausbaus des Direktvertriebs unter anderem mit der Eröffnung des Flagship-Stores am Piccadilly Circus und wirkungsvollen Massnahmen zur Markenpflege. Iberia verzeichnete trotz starker Discounter-Produkte und Eigenmarken herausragendes Wachstum, angeführt von Lindor, Excellence und

Saisonartikeln sowie Innovationen wie Lucky Monkey, einer Vollmilchschokolade-Linie für Familien. Österreich schnitt solide ab, gestützt durch das resiliente Geschäft von Lindor und Excellence, die starke Aufnahme von Lindt Dubai Style Schokolade, den neuen Flagship-Store in Wien sowie erfolgreiche Saisonkampagnen. Die Nordischen Länder steigerten ihr Wachstum in allen Märkten dank anhaltender Investitionen in Excellence und Lindor sowie die erfolgreiche Einführung der Lindt Dubai Style Schokolade. Benelux übertraf die Erwartungen dank Excellence, Lindt Dubai Style Schokolade, des Wachstums im E-Commerce und neuen Laden-Eröffnungen in Belgien. Auch Mittel- und Osteuropa gewann durch den Fokus auf Kernprodukte, den Ausbau von Nuxor und das Vordringen in neue Grosshandelskanäle in allen Ländern Marktanteile hinzu.



IM FOKUS

Weltklasse: geröstete Haselnüsse aus dem Piemont

Im Piemont hat Lindt & Sprüngli im historischen Werk von Caffarel eine hochmoderne Haselnussrösterei eröffnet. Das weltweite Exzellenzzentrum von Lindt & Sprüngli soll die Qualität und Verarbeitung piemonteser Haselnüsse hervorheben. Der Standort stärkt auch Italiens Stellung als wichtiger Produktionsknoten mit 80% lokalen Lieferanten und einer Produktion mit über 80% Exportanteil. Das Röstverfahren selbst ist streng auf gleichbleibende Qualität ausgelegt, damit jede Charge die höchsten Standards erfüllt. Die Investition spiegelt unsere unermüdlichen Bestrebungen nach operativer Exzellenz, lokaler Beschaffung und dem Erhalt traditioneller Handwerkskunst wider.

IM FOKUS

Flagship-Stores in aller Welt

Nach dem Erfolg des ersten Konzept-Stores in Paris eröffnete Lindt & Sprüngli 2025 die ersten Flagship-Stores in London und Wien. Hier wird der gewöhnliche Einkauf zum Eintauchen in die spannende Welt der Schokolade, in der unsere Marke erlebbar wird. Einzigartige Produkte als Hommage an die jeweilige Stadt – wie der Schokoladen-Eiffelturm in Paris oder Riegel mit dem Tower of London in der britischen Hauptstadt – sind nur dort erhältlich. Die Besucher sehen in atemberaubendem Ambiente den Maitres Chocolatiers von Lindt beim Schokolade machen zu und genießen Signature-Schokoladendricks der Lindt Baristas. Unsere Flagship-Stores stehen für strategische Innovationen in den Einzelhandel und machen den Einkauf zu einem unvergesslichen Markenerlebnis.



Lindt Flagship-Store London, 14 Shaftesbury Ave, Piccadilly Circus, London W1D 7EA, UK



IM FOKUS

Goldene Weihnachten im Schloss Schönbrunn in Wien

Erstmals hat Lindt & Sprüngli gemeinsam mit dem Weihnachtsmarkt Schloss Schönbrunn auf 300 m² eine Erlebniswelt erschaffen, die die Magie der Weihnachtszeit zum Leben erweckt. Der interaktive Schokoladenworkshop mit unseren Lindt Mâitres Chocolatiers gehörte zu den Highlights. In liebevoll gestalteten Hütten erstanden die Besucher Schokoladenkreationen, exklusive Geschenke und unsere Lindt Hot Chocolate mit individuellem Topping. Die Marke Lindt wurde so auf Österreichs meistbesuchtem Weihnachtsevent zur Hauptattraktion, was für Kundenbindung und erhebliche Markensichtbarkeit sorgte.



Nordamerika

Zu Nordamerika zählen Lindt & Sprüngli USA, Kanada, Mexiko, Ghirardelli und Russell Stover. Insgesamt erzielte die Region ein solides organisches Wachstum von 8,9% in einem herausfordernden inflationären Marktumfeld mit massiv gestiegenen Kakaokosten und volatilen Zöllen, veränderten Vertriebskanälen und anhaltendem Druck durch die gedämpfte Konsumentenstimmung. Der Onlinehandel wuchs in der gesamten Region erheblich, wobei Lindt & Sprüngli USA, Ghirardelli und Russell Stover jeweils durch Online-Marktplätze, Click & Mortar und eigene E-Shops online zweistellig wuchsen.

Lindt & Sprüngli USA übertraf die Erwartungen trotz inflationsbedingten Volumendrucks dank starker Ergebnisse bei Lindor und Excellence sowie des erfolgreichen Starts der Lindt Dubai Style Schokolade im Einzel- und Grosshandel.

Ghirardelli blieb auf Wachstumskurs, vor allem dank Backwaren und Konfekt mit Innovationen wie dem Dubai Style Hot Fudge Eisbecher. Russell Stover verzeichnete aufgrund von Preiserhöhungen, weniger Rabattaktionen und der Insolvenz von Rite Aid, einem wichtigen Grosshandelskunden, einen Umsatzrückgang, was teilweise von Dubai Style Schokolade, Konfekt- und Dessert-Innovationen sowie der anhaltenden Nachfrage nach zuckerfreien Produkten aufgefangen wurde. Kanada schnitt trotz der schwierigen Preislage gut ab, gestützt von Excellence, Lindt Dubai Style Schokolade, dem Ausbau des Einzelhandels und dem wachsenden Onlinehandel. Mexiko punktete mit starken Kernprodukten, dem Start der Lindt Dubai Style Schokolade und der Eröffnung eines zweiten Lindt Stores.

IM FOKUS

Backen mit Ghirardelli

Für Ghirardelli war 2025 auf dem Weg zur Verankerung der Marke als Premium-Anbieter von Hobbybackwaren in Nordamerika ein Meilenstein. Als Reaktion auf die wachsende

Konsumentennachfrage nach Zutaten in Profiqualität hat Ghirardelli sein Sortiment an Schokoladenstückchen und -tafeln mit hohem Kakaoanteil um

Schokoladenwaffeln und Kakaopulver zum Backen in ganz Amerika erweitert.

Der Innovationsgeist der Marke zeigte sich auch in neuen Produkteinführungen und hochkarätigen Partnerschaften, etwa der Kooperation mit dem Food Network in der «Christmas Cookie Challenge». Das Ergebnis war beachtlich: zweistelliges Umsatzwachstum, über eine Million neuer Haushalte wurden erreicht und die Führungsposition von Ghirardelli im Premium-Backsegment weiter ausgebaut.





Rest der Welt

Der Rest der Welt umfasst Märkte wie Chile, China, Japan, Südafrika, Australien, Neuseeland und Brasilien sowie unser Distributorengeschäft. Die Region erzielte 2025 11,7% organisches Wachstum, das sich im zweiten Halbjahr mit Wachstumsraten im hohen zweistelligen Bereich in einigen Märkten und dem Ausbau des Einzelhandels beschleunigte.

Australien und Neuseeland erreichten solide Ergebnisse, die hauptsächlich auf dem Einzelhandel, hoher Nachfrage nach Excellence und einem kanalübergreifend überaus erfolgreichen Start der Lindt Dubai Style Schokolade beruhten. Südafrika setzte trotz Preissensibilität durch starken Einzelhandel und Exklusivprodukte bei Woolworths, aber auch Kernprodukte wie Excellence, Lindor und Lindt Dubai Style Schokolade seinen Expansionskurs fort. China erfüllte die Erwartungen durch die

Stärkung von Markenwert und Penetration sowie dem Ausbau der Vertriebskanäle in einem gedämpften, preissensiblen Umfeld. Zudem bauten wir in China unsere Präsenz auf der führenden Social-Media-Plattform Douyin mit integrierten E-Commerce-Plattformen und Mitglied-Stores aus, wo gegen eine Jahresgebühr Exklusivprodukte, Premium-Dienste und Vergünstigungen erhältlich sind, was treuen Kunden das Gefühl von Exklusivität und Wertigkeit vermittelt. Unsere Niederlassung in Japan verzeichnete mit ihrem 100%igen Einzelhandelsmodell satte Gewinne dank Lindor Pick & Mix, individueller Geschenk- und Aktionsverpackungen, fortgesetzter Ausweitung des Ladennetzwerks und der Lindt Dubai Style Schokolade, die rasch hinter Lindor zur Nummer 2 aufstieg. Brasilien schnitt stark

ab mit dem anhaltenden Erfolg von Panettone, zweistelligem Wachstum bei Lindor, Pistazien-Varianten und Markenkampagnen im D2C- und B2B-Bereich sowie im Grosshandel. Chile übertraf die Erwartungen im ersten vollen Betriebsjahr mit rasantem Wachstum in Gross- und Einzelhandel.

Im Berichtsjahr eröffneten wir die ersten sechs Läden unserer neu gegründeten chilenischen Tochtergesellschaft. Darüber hinaus schlossen wir ein Joint Venture in Saudi-Arabien, eröffneten eine Zweigniederlassung in Bulgarien und starteten eine Kooperation mit einem Partner für die Expansion des Einzelhandels in Malaysia.



IM FOKUS

Kioskmodell in Brasilien

Um unsere Präsenz an wichtigen Standorten zu stärken, setzt Brasilien erfolgreich auf das «Kiosk-Modell». Mit den besonders flexiblen Kiosken können wir Einkaufszentren mit hohem Potenzial vorab testen und vor der Eröffnung eines dauerhaften Ladens eine Markenpräsenz aufbauen. Jeder Kiosk zeichnet sich auf seinen nur 12 m² durch eine prominent platzierte «Pick & Mix»-Theke sowie andere Topseller, etwa Tafeln und Saisonartikel, aus. Durch das Kioskmodell greifen wir schnell und effizient stark frequentierte Standorte ab. Für den künftigen Ausbau wurden bereits 30 Einkaufszentren identifiziert. Der Ansatz verdeutlicht unsere strategische Flexibilität. So ergreifen wir neue Chancen rasch, ohne unsere Markenstandards zu senken.

Die Weichen für 2030 gestellt

In einem Jahr geprägt von globalen Unwägbarkeiten hat Lindt & Sprüngli ihre Nachhaltigkeitsagenda konsequent vorangetrieben, ihre Ziele für 2025 weiterverfolgt und zugleich die Weichen für 2030 gestellt.

Ungewissheit und sich verändernde regulatorische Rahmenbedingungen waren 2025 bestimmend für globale Nachhaltigkeitsentwicklungen. Trotz dieses anspruchsvollen Umfelds setzte Lindt & Sprüngli ihre Strategie entschlossen um. Parallel zur Arbeit an unseren Zielen für 2025 haben wir die künftige Ausrichtung der Gruppe definiert. Lindt & Sprüngli hat den Grossteil ihrer Ziele erreicht und einzelne sogar übertroffen. Gleichzeitig haben wir unseren strategischen Ansatz weiter geschärft und gestärkt.

Der Nachhaltigkeitsplan 2030 von Lindt & Sprüngli

2025 haben wir die strategische Richtung für die nächsten fünf Jahre definiert. Unser Nachhaltigkeitsplan 2030 baut auf bisherigen Fortschritten und Zielen auf. Er steht für unseren Anspruch, Verantwortung für Mensch und Umwelt zu übernehmen, insbesondere indem wir Kakaooexzellenz fördern, dazu beitragen, Emissionen zu reduzieren, und Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz stärken. Genussmomente zu schaffen, ist Kern des Geschäfts von Lindt & Sprüngli. Entscheidend ist für uns, dass dieser Genuss in Verantwortung verankert ist, im Einklang mit unseren Werten. Weitere Informationen zu den künftigen Zielen finden Sie im Nachhaltigkeitsbericht innerhalb des integrierten Geschäftsberichts von Lindt & Sprüngli.

Meilensteine 2025 im Bereich Nachhaltigkeit

Kakao aus dem Farming Program oder anderen verantwortungsvollen Beschaffungsstandards

100,0 %

2025 erzielten wir für 100,0% unserer Kakaoprodukte, einschliesslich Bohnen, Butter, Pulver und Schokoladenmasse, Rückverfolgbarkeit im ersten Schritt der Lieferkette

Zudem haben wir ein Programm für existenzsichernde Einkommen ins Leben gerufen, das dabei helfen soll, die Einkommenslücke für Kakaobauernhaushalte zu schliessen.



11%

Reduktion der Treibhausgasemissionen
(Scope 1, 2 und 3) im Vergleich zum Vorjahr

Lindt & Sprüngli hat sich zu wissenschaftlich fundierten Zielen (verifiziert durch die Science Based Targets initiative) verpflichtet und setzt konkrete Massnahmen zur Minderung von Klimarisiken um.



92,4 %

unserer Verpackungen sind recyclingfähig
(Ziel 2025: über 90%).

EcoVadis Silbermedaille

Top 7 %

in unserer Branche



2025 wurden

45,6 %

unserer Verpackungen
sowie 19% der Kunststoffverpackungen
aus recycelten Materialien hergestellt.



Nachhaltigkeitsplan 2030

lanciert

Verwaltungsrat

Von links nach rechts:

Monique Bourquin

Vorsitzende des CNC

Nationalität: Schweiz

Mitglied des Verwaltungsrats seit 2023

Dr. Dieter Weisskopf

Vizepräsident

Vorsitzender des SC und Mitglied des AC

Nationalität: Schweiz

Mitglied des Verwaltungsrats seit 2022

Dr. Thomas Rinderknecht

Vorsitzender des AC

Nationalität: Schweiz

Mitglied des Verwaltungsrats seit 2016

Ernst Tanner

Exekutiver Verwaltungsratspräsident

Mitglied des SC

Nationalität: Schweiz

Mitglied des Verwaltungsrats seit 1993

Dkfm. Elisabeth Gürtler

Mitglied des SC

Nationalität: Österreich

Mitglied des Verwaltungsrats seit 2009

Silvio Denz

Mitglied des CNC und AC

Nationalität: Schweiz und Italien

Mitglied des Verwaltungsrats seit 2018

Dr. Rudolf K. Sprüngli

Mitglied des CNC

Nationalität: Schweiz

Mitglied des Verwaltungsrats seit 1988





Ernst Tanner

Ernst Tanner wurde 1993 vom Verwaltungsrat zum CEO und Vizepräsidenten gewählt, 1994 übernahm er das Präsidium des Verwaltungsrats. Er ist Mitglied des Sustainability Committee. Nach seiner Grundausbildung als Diplomkaufmann bildete er sich an Business Schools in London und Harvard weiter. Vor seiner Tätigkeit bei Lindt & Sprüngli war Herr Tanner über 25 Jahre in führenden Managementpositionen für Johnson & Johnson in Europa und den USA tätig, zuletzt als Company Group Chairman Europe. Seit 1995 ist Herr Tanner Mitglied des Verwaltungsrats der Schweizer Swatch-Gruppe, seit 2011 Vizepräsident des Verwaltungsrats, seit 2002 Mitglied des Vergütungsausschusses und seit Mai 2014 dessen Vorsitzender. Zudem ist er Mitglied des Beirats der Krombacher Brauerei GmbH & Co. KG. Ende September 2016 trat Herr Tanner als CEO der Lindt & Sprüngli Gruppe zurück und amtet seither als Exekutiver Verwaltungsratspräsident.

Dr. Dieter Weisskopf

Dieter Weisskopf ist seit April 2022 Mitglied des Verwaltungsrats und seit dem 27. Oktober 2022 Vizepräsident. Zudem ist er Vorsitzender des Sustainability Committee und Mitglied im Audit Committee. Nach einem Studium der Volkswirtschaftslehre (lic. rer. pol.) promovierte er in Betriebswirtschaft. Herr Weisskopf begann seinen beruflichen Werdegang beim Schweizerischen Bankverein. Nach weiteren Stationen im Bankwesen in Südamerika wechselte er in die Lebensmittelindustrie zur Jacobs Suchard Gruppe. Dort sowie bei der Klaus Jacobs Holding war er in leitender Position im Finanzbereich, zuletzt als CFO in Kanada und der Schweiz, tätig. 1995 trat Herr Weisskopf in die Lindt & Sprüngli Gruppe ein und übernahm die Leitung der Bereiche Finanzen, Administration, Informatik, Personal, Einkauf und Nachhaltigkeit. Ab 2004 war er ausserdem für Produktion und Logistik verantwortlich. Von Oktober 2016 bis September 2022 amtierte er als CEO der Lindt & Sprüngli Gruppe und war zudem für den Bereich Kommunikation verantwortlich und leitete die Transformationsinitiative. Seit 8. Dezember 2023 ist er Mitglied des Verwaltungsrats der World Cocoa Foundation (WCF).

Dr. Rudolf K. Sprüngli

Rudolf Sprüngli gehört dem Verwaltungsrat seit 1988 an und ist Mitglied des Compensation & Nomination Committee (CNC). Er promovierte in Wirtschaftswissenschaften. Aufgrund seiner früheren exekutiven Tätigkeit für den Konzern und für ein internationales Unternehmen im Handel mit hochwertigen Lebensmitteln sowie seiner aktuellen Tätigkeit für einen internationalen Hersteller von Premium-Food-Produkten, gilt Herr Sprüngli als erfahrener Kenner des Schokoladengeschäfts und der internationalen Lebensmittelbranche. Er ist Strategieberater, Investor sowie Verwaltungsratspräsident und -mitglied verschiedener Food- und Non-Food-Unternehmen, darunter Mitglied des Verwaltungsrats der Peter Halter AG, Mitglied des Fachbeirats der Felix Partner AG, Präsident des Verwaltungsrats der Pusta Invest AG, Präsident der Trufo Hungary Kft. und Beirat des Instituts für Wirtschaftsberatung.

Dkfm. Elisabeth Gürtler

Elisabeth Gürtler ist seit 2009 Mitglied des Verwaltungsrats und gehört dem Sustainability Committee an. Sie schloss ihr Studium der Handelswissenschaften mit einem Magistertitel ab und hat sich in der Folge insbesondere als Geschäftsführerin des renommierten Hotels Sacher in Wien und Salzburg einen hervorragenden Namen in einem Bereich gemacht, in dem Premium-Qualität eine zentrale Rolle spielt. Von 1998 bis 2012 war Frau Gürtler Mitglied des Aufsichtsrats der Erste Group Bank AG sowie von 2004 bis 2014 Mitglied des Generalrats der Österreichischen Nationalbank. Heute ist Frau Gürtler Verwaltungsrätin der ATP Planungs- und Beteiligungs-AG in Innsbruck und seit 2019 Präsidentin des Aufsichtsrats der Tiroler Landesmuseen.

Dr. Thomas Rinderknecht

Thomas Rinderknecht ist seit April 2016 Mitglied des Verwaltungsrats und derzeit Vorsitzender des Audit Committee. 1982 erwarb der promovierte Rechtswissenschaftler das Anwaltspatent im Kanton Zürich. Seit 1984 ist er als selbstständiger Wirtschaftsanwalt und seit 2021 als Senior Counsel bei Badertscher Rechtsanwälte AG in Zürich und Zug tätig. Zudem besetzte Herr Rinderknecht seit 1984 zahlreiche Verwaltungsratsmandate in börsenkotierten und nicht kotierten Unternehmen im Industrie-, Medien- und Family-Office-Bereich. Herr Rinderknecht bringt als Wirtschaftsanwalt vor allem auch seine juristische Expertise in den Verwaltungsrat ein.

Monique Bourquin

Monique Bourquin ist seit April 2023 Mitglied des Verwaltungsrats und derzeit Vorsitzende des CNC. Nach einigen Jahren in der Unternehmensberatung war Monique Bourquin, lic. oec. HSG, den grössten Teil ihrer Karriere in der Konsumgüterindustrie in verschiedenen Marketing- und Verkaufsfunktionen bei der Knorr Nahrungsmittel AG, der Rivella AG und der Mövenpick Foods GmbH tätig. 14 Jahre lang arbeitete sie für Unilever, zuletzt bis 2012 als CEO von Unilever Schweiz sowie bis 2016 als CFO für die DACH-Region in Hamburg. Seit über zwölf Jahren engagiert sie sich in Verwaltungsräten, aktuell bei der Swisscom AG, Emmi AG, Kambly SA Spécialités de Biscuits Suisses, Rivella AG und W. Kündig & Cie AG. Mehrere Jahre lang war sie ausserdem Mitglied des Verwaltungsrats der Straumann Holding AG und der Weleda AG. Zudem ist sie Präsidentin des Schweizer Markenartikelverbands Promarca und Mitglied des Stiftungsratsausschusses von Swisscontact.

Silvio Denz

Silvio Denz ist seit Mai 2018 Mitglied des Verwaltungsrats und gehört dem CNC sowie dem Audit Committee an. Er ist als Unternehmer in den Bereichen Luxusgüter, Wein, Gastronomie, Hotellerie, Kunst und Immobilien tätig. Nach einer kaufmännischen Ausbildung und beruflichen Stationen in Finanz-, Handels- und Marketingfunktionen in der Schweiz und den USA übernahm er 1980 die Leitung der Alrodo AG in Zürich und baute sie zur grössten Parfümeriekette der Schweiz aus. Im Jahr 2000 gründete er die Lalique Group SA (vormals Art & Fragrance SA), die in der Herstellung, Vermarktung und dem weltweiten Vertrieb von Luxusgütern tätig ist und zu der seit 2008 auch die Kristallmanufaktur Lalique gehört. Herr Denz ist Vorsitzender des Verwaltungsrats dieser Gruppe und ihr Hauptaktionär. Darüber hinaus ist er Mitglied verschiedener nicht kotierten Schweizer Investmentgesellschaften.

Konzernleitung



Dr. Adalbert Lechner

Doktor der Rechtswissenschaften

**Chief Executive Officer, Global Retail,
Group Communications, Corporate
Development, Country Responsibility**

Nationalität: Österreich

Bei Lindt & Sprüngli seit 1993

Adalbert Lechner promovierte in Rechtswissenschaften und übernahm anschliessend mehrere Führungsfunktionen in Marketing und Verkauf bei L'Oréal und Johnson & Johnson. 1993 trat er als CEO der österreichischen Tochtergesellschaft in die Lindt & Sprüngli Gruppe ein. 1997 wurde er CEO der deutschen Tochtergesellschaft Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli GmbH. Von 2011 bis 2016 war er Mitglied der erweiterten Konzernleitung, seit dem 1. Januar 2017 Mitglied der Konzernleitung. Am 1. Oktober 2022 übernahm er die Funktion des CEO der Lindt & Sprüngli Gruppe. Die Bereiche Group Communications, Global Retail und Corporate Development sind ihm direkt unterstellt.



Martin Hug

lic. oec.

Chief Financial Officer

Nationalität: Schweiz

Bei Lindt & Sprüngli seit 2004

Martin Hug begann seine Laufbahn bei einem führenden globalen Kaffeehandelsunternehmen in Lateinamerika (Costa Rica, Ecuador und Honduras), zuletzt als Finance Director in Costa Rica. 2004 trat er als Senior Controller bei Lindt & Sprüngli (International) AG ein. Wenig später wurde er zum CFO von Lindt & Sprüngli Grossbritannien berufen. Von 2011 bis Ende 2016 war er CFO der Ghirardelli Chocolate Company im US-amerikanischen Kalifornien. Seit dem 1. Januar 2017 ist er Group CFO und Mitglied der Konzernleitung. Er verantwortet die Bereiche Finanzen, IT, Einkauf und Nachhaltigkeit. Als CFO hat er den Vorsitz des Executive Sustainability Committee inne, dem der Group General Counsel sowie das für Operations zuständige Mitglied der Konzernleitung angehören.



Alain Germiquet

lic. oec.

Country Responsibility, Global Sales

Nationalität: Schweiz

Bei Lindt & Sprüngli seit 2007

Alain Germiquet startete seine berufliche Laufbahn im Verkauf von zwei namhaften internationalen Mineralölkonzernen, bevor er 1999 zu Hiestand wechselte und dort rasch vom Marketing Director zum Managing Director aufstieg. 2005 wurde er Commercial Director bei Nestlé. 2007 trat er in die Lindt & Sprüngli Gruppe ein, zunächst als CEO von Lindt & Sprüngli Grossbritannien, anschliessend von 2009 bis 2016 als CEO von Lindt & Sprüngli Frankreich. Seit dem 1. Januar 2017 ist er Mitglied der Konzernleitung und verantwortet die Entwicklung spezifischer Märkte sowie Global Sales.



Dr. Jennifer Picenoni

Dr. iur.

Group General Counsel & Corporate Secretary

Nationalität: Schweiz

Bei Lindt & Sprüngli seit 2007

Jennifer Picenoni startete ihre Karriere nach ihrer Promotion 2002 als Rechtsanwältin in einer Anwaltskanzlei. 2007 trat sie als Senior Legal Counsel in die Lindt & Sprüngli (International) AG ein. 2008 wurde sie Head of Corporate Legal, 2014 Group General Counsel. 2017 übernahm sie zusätzlich die Funktion der Corporate Secretary der Gruppe. Seit Januar 2020 ist sie Mitglied der Konzernleitung und verantwortlich für die Bereiche Group Legal, Intellectual Property und Legal Compliance. Gemeinsam mit dem CFO (Vorsitz) und dem für Operations zuständigen Mitglied der Konzernleitung gehört sie dem Executive Sustainability Committee an.



Guido Steiner

Dipl. Lm-Ing. ETH

Group Operations

Nationalität: Schweiz

Bei Lindt & Sprüngli seit 1990

Guido Steiner begann seine Laufbahn als wissenschaftlicher Assistent am Lehrstuhl für Business Administration an der ETH Zürich, bevor er 1990 als Assistant Manager Group Production Planning zur Lindt & Sprüngli Gruppe kam. Zwei Jahre später wurde er zum Group Production Planning Manager berufen. Von 1998 bis 2003 war er Vice President Operations bei Lindt & Sprüngli USA. 2003 kehrte er an den Hauptsitz zurück und übernahm erneut die Verantwortung für den Bereich Operations. Seit dem 1. Januar 2017 ist er Mitglied der Konzernleitung und weiterhin für den Bereich Group Operations verantwortlich. Zusammen mit dem CFO (Vorsitz) und dem Group General Counsel ist Herr Steiner auch Mitglied des Executive Sustainability Committee.



Daniel Studer

lic. iur.

Country Responsibility, Global Marketing

Nationalität: Schweiz

Bei Lindt & Sprüngli seit 2003

Daniel Studer begann seine berufliche Laufbahn bei Unilever im Brand Marketing. 2003 wechselte er zur Tochtergesellschaft von Lindt & Sprüngli Schweiz, wo er verschiedene Führungspositionen im Verkauf innehatte, bevor er Head of International Sales am Hauptsitz wurde. 2009 wurde er Country Manager von Lindt & Sprüngli Mexiko. Zwei Jahre später ging er in die USA, zunächst als VP Sales und 2016 dann als CEO von Lindt & Sprüngli USA. Seit dem 1. September 2022 ist er Mitglied der Konzernleitung und verantwortlich für die Entwicklung spezifischer Märkte und das Global Marketing.



Nicole Uhrmeister

MAS Human Capital Management ZHAW

Chief Human Resources Officer

Nationalität: Schweiz und Deutschland

Bei Lindt & Sprüngli seit 2023

Nicole Uhrmeister war zunächst in lokalen HR-Funktionen in verschiedenen Unternehmen tätig, bevor sie 2004 als Compensation & Benefits Specialist zu Coca-Cola HBC (Schweiz) AG wechselte. 2006 wurde sie HR Controlling Manager, 2010 Country HR Director Switzerland. 2015 übernahm sie die Funktionen Group Labor Relations und Regional HR Director. 2016 trat sie als Chief Human Resources Officer (CHRO) in die Capri Sun Group Holding ein. Seit dem 1. November 2023 ist sie CHRO der Lindt & Sprüngli Gruppe und Mitglied der Konzernleitung.



Ana Dominguez

MBA

Country Responsibility

Nationalität: Kolumbien und Kanada

Bei Lindt & Sprüngli seit 2019

Ana Dominguez schloss 1996 ihr Masterstudium in Betriebswirtschaft ab und übernahm anschliessend verschiedene Führungsfunktionen in Marketing, Verkauf und allgemeiner Geschäftsführung bei Procter & Gamble, SC Johnson und Campbell's in Süd- und Nordamerika. 2019 trat sie als CEO der kanadischen Tochtergesellschaft in die Lindt & Sprüngli Gruppe ein. 2022 wurde sie CEO von Lindt & Sprüngli USA und leitete damit die Tochtergesellschaft im weltweit grössten Schokoladenmarkt. Seit dem 1. Juli 2024 ist sie Mitglied der Konzernleitung der Lindt & Sprüngli Gruppe, wo sie für die Entwicklung spezifischer Märkte verantwortlich ist.

Konsolidierte Bilanz

CHF Mio.	31. Dezember 2025		31. Dezember 2024	
Aktiven				
Sachanlagen	1.521,5		1.506,4	
Nutzungsrechte	486,4		430,1	
Immaterielle Anlagen	1.187,7		1.316,3	
Finanzanlagen	2.530,7		2.174,0	
Latente Steueraktiven	144,7		169,8	
Total Anlagevermögen	5.871,0	64,5%	5.596,6	61,1%
Warenvorräte	1.190,1		941,3	
Kundenforderungen	1.184,8		1.184,4	
Sonstige Forderungen	122,1		112,9	
Aktive Rechnungsabgrenzungen	54,2		53,7	
Derivative Vermögenswerte	7,7		252,8	
Wertschriften und kurzfristige Finanzanlagen	0,6		0,7	
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	668,2		1.014,5	
Total Umlaufvermögen	3.227,7	35,5%	3.560,3	38,9%
Total Aktiven	9.098,7	100,0%	9.156,9	100,0%
Passiven				
Aktien- und Partizipationskapital	23,3		23,3	
Eigene Aktien und Partizipationsscheine	-323,1		-289,2	
Kapital- und Gewinnreserven	5.256,0		5.105,5	
Total Eigenkapital der Aktionäre der Muttergesellschaft	4.956,2		4.839,6	
Nicht beherrschende Anteile	0,5		—	
Total Eigenkapital	4.956,7	54,5%	4.839,6	52,8%
Vorsorgeverpflichtungen	88,8		95,3	
Anleihen	1.173,8		1.173,5	
Leasingverbindlichkeiten	442,2		393,6	
Latente Steuerpassiven	647,2		612,7	
Rückstellungen	23,2		24,2	
Sonstige Verbindlichkeiten	6,9		6,5	
Total langfristiges Fremdkapital	2.382,1	26,2%	2.305,8	25,2%

CHF Mio.	31. Dezember 2025		31. Dezember 2024	
Lieferantenverbindlichkeiten	343,0		415,1	
Sonstige Verbindlichkeiten	120,8		353,9	
Leasingverbindlichkeiten	83,6		76,6	
Laufende Ertragssteuerverpflichtungen	110,2		116,0	
Passive Rechnungsabgrenzungen	1.021,7		999,8	
Derivative Verpflichtungen	6,5		13,4	
Rückstellungen	8,7		15,9	
Banken- und Finanzverpflichtungen	65,4		20,8	
Total kurzfristiges Fremdkapital	1.759,9	19,3 %	2.011,5	22,0 %
Total Fremdkapital	4.142,0	45,5 %	4.317,3	47,2 %
Total Passiven	9.098,7	100,0 %	9.156,9	100 %

Konsolidierte Erfolgsrechnung

CHF Mio.	31. Dezember 2025		31. Dezember 2024	
Erträge				
Umsatz	5.915,8	100,0%	5.468,5	100,0%
Übrige Erträge	34,6		80,3	
Total Erträge	5.950,4	100,6%	5.548,8	101,5%
Aufwendungen				
Bestandesänderung Warenvorräte	214,8	3,6%	9,8	0,2%
Materialaufwand	-2.429,3	-41,1%	-1.913,8	-35,0%
Personalaufwand	-1.122,3	-19,0%	-1.065,6	-19,5%
Betriebsaufwand	-1.342,8	-22,7%	-1.397,7	-25,6%
Abschreibungen/Wertbeeinträchtigungen	-299,8	-5,1%	-297,3	-5,4%
Total Aufwendungen	-4.979,4	-84,2%	-4.664,6	-85,3%
Operatives Ergebnis (EBIT)	971,0	16,4%	884,2	16,2%
Finanzertrag	11,7		13,7	
Finanzaufwand	-59,2		-46,6	
Gewinn vor Steuern (EBT)	923,5	15,6%	851,3	15,6%
Steuern	-196,8		-179,0	
Reingewinn	726,7	12,3%	672,3	12,3%
davon zurechenbar an nicht beherrschende Anteile	-0,5		—	
davon zurechenbar an Aktionäre der Muttergesellschaft	727,2		672,3	
Unverwässerter Reingewinn je Aktie /10 PS (in CHF)	3.164,0		2.917,0	
Verwässerter Reingewinn je Aktie /10 PS (in CHF)	3.136,8		2.897,7	

Konsolidierte Gesamtergebnisrechnung

CHF Mio.	2025	2024
Reingewinn	726,7	672,3
Sonstige Ergebnisse nach Steuern	-165,1	315,6
Positionen, welche nicht in die Erfolgsrechnung reklassifiziert werden		
Neubewertung von leistungsorientierten Vorsorgeplänen	272,0	63,7
Positionen, welche künftig in die Erfolgsrechnung reklassifiziert werden könnten		
Hedge Accounting ¹	-178,3	130,6
Währungsumrechnung	-258,8	121,3
Gesamtergebnis der Periode	561,6	987,9
davon zurechenbar an nicht beherrschende Anteile	-0,5	—
davon zurechenbar an Aktionäre der Muttergesellschaft	562,1	987,9

- 1 Seit dem 1. Januar 2025 wendet die Lindt & Sprüngli Gruppe die "Own-Use Exemption" nach IFRS 9 auf Termingeschäfte für den Kauf von nicht-finanziellen Bilanzpositionen an. Dies führt zu einer Änderung der bisherigen Geschäftsabwicklung dieser Termingeschäfte. Weitere Informationen hierzu sind in der Anmerkung „3. Accounting Principles“ in unserem integrierten Geschäftsbericht aufgeführt.

Die Posten in der obigen Aufstellung werden nach Steuern ausgewiesen. Die Ertragsteuern, die sich auf jede Komponente des sonstigen Ergebnisses beziehen, sind in Anmerkung 12 unseres integrierten Geschäftsberichts aufgeführt.

Konsolidierte Geldflussrechnung

CHF Mio.	2025	2024
Reingewinn	726,7	672,3
Steuern	196,8	179,0
Zinsaufwand	52,1	46,1
Zinsertrag	-7,8	-13,2
Abschreibungen/Wertbeeinträchtigungen	299,8	297,3
Abnahme (-)/Zunahme (+) Rückstellungen	-6,5	-16,0
Abnahme (-)/Zunahme (+) Wertberichtigungen des Umlaufvermögens	18,2	8,1
Abnahme (+)/Zunahme (-) Vorsorgepläne	-1,4	-45,7
Gewinn (-)/Verlust (+) aus Abgängen des Anlagevermögens	1,4	0,4
Abnahme (+)/Zunahme (-) Kundenforderungen	-74,5	-157,9
Abnahme (+)/Zunahme (-) Warenvorräte	-320,6	5,8
Abnahme (+)/Zunahme (-) sonstige Forderungen	-17,6	12,2
Abnahme (+)/Zunahme (-) aktive Rechnungsabgrenzung und derivative Vermögenswerte und -verpflichtungen	-2,6	-9,5
Abnahme (-)/Zunahme (+) Lieferantenverbindlichkeiten	-54,9	100,9
Abnahme (-)/Zunahme (+) sonstige Verbindlichkeiten und passive Rechnungsabgrenzung	-146,5	245,9
Erhaltene Zinsen	8,4	15,6
Bezahlte Zinsen	-47,8	-43,2
Bezahlte Steuern	-145,9	-138,8
Übrige nicht geldwirksame Einflüsse ¹	43,1	22,7
Geldfluss aus Geschäftstätigkeit (operativer Cash Flow)	520,4	1.182,0
Investitionsausgaben Sachanlagen	-271,5	-269,0
Desinvestitionseinnahmen Sachanlagen	0,7	2,3
Investitionsausgaben immaterielle Anlagen	-57,3	-44,5
Investitionsausgaben Nutzungsrechte ²	-1,7	-0,5
Desinvestitionseinnahmen (+) / Investitionsausgaben (-) Finanzanlagen (exkl. Vorsorgevermögen)	-2,9	—
Desinvestitionseinnahmen (+) / Investitionsausgaben (-) Wertschriften und kurzfristige Finanzanlagen	—	-0,3
Geldfluss aus Investitionstätigkeit	-332,7	-312,0

1 Die Veränderung von CHF 24,1 Millionen resultiert aus aktienbasierten Vergütungen (CHF 21,6 Millionen im Vorjahr). Darüber hinaus enthält diese Position auch Auswirkungen aus Währungsumrechnungen.

2 Diese Position besteht aus Zahlungen, die vor Beginn des Leasingverhältnisses geleistet wurden.

CHF Mio.	2025	2024
Aufnahme Bankverbindlichkeiten	49,0	12,7
Rückzahlung Bankverbindlichkeiten	-3,8	-2,4
Rückzahlung Leasingverbindlichkeiten	-80,8	-77,0
Zuflüsse aus emittierter Anleihe	—	424,7
Rückzahlung Anleihe	—	-250,0
Kapitalerhöhung (inklusive Agio)	200,5	167,0
Erwerb eigener Aktien und Partizipationsscheine	-332,9	-304,9
Verkauf eigener Aktien und Partizipationsscheine	—	21,4
Dividende	-344,8	-321,7
Geldfluss mit nicht beherrschenden Anteilen	1,0	—
Geldfluss aus Finanzierungstätigkeit	-511,8	-330,2
Zunahme (+)/Abnahme (-) der Zahlungsmittel	-324,1	539,8
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am 1. Januar	1.014,5	462,2
Einfluss von Kursänderungen	-22,2	12,5
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am 31. Dezember	668,2	1.014,5

Fünf-Jahres-Überblick: Konzernkennzahlen

		2025	2024	2023	2022	2021
Erfolgsrechnung						
Umsatz	CHF Mio.	5.915,8	5.468,5	5.201,2	4.970,2	4.585,5
Operatives Ergebnis vor Abschreibungen/ Wertbeeinträchtigungen (EBITDA)	CHF Mio.	1.270,8	1.181,5	1.093,9	1.017,7	921,5
in % des Umsatzes	%	21,5	21,6	21,0	20,5	20,1
Operatives Ergebnis (EBIT)	CHF Mio.	971,0	884,2	813,1	744,6	644,9
in % des Umsatzes	%	16,4	16,2	15,6	15,0	14,1
Reingewinn	CHF Mio.	726,7	672,3	671,4	569,7	490,5
in % des Umsatzes	%	12,3	12,3	12,9	11,5	10,7
in % des durchschnittlichen Eigenkapitals	%	14,8	14,8	15,5	11,8	10,0
Abschreibungen/Wertbeeinträchtigungen	CHF Mio.	299,8	297,3	280,8	273,1	276,6
Bilanz						
Bilanzsumme	CHF Mio.	9.098,7	9.156,9	7.860,0	7.945,1	8.956,1
Umlaufvermögen	CHF Mio.	3.227,7	3.560,3	2.609,0	2.889,8	3.024,8
in % der Bilanzsumme	%	35,5	38,9	33,2	36,4	33,8
Anlagevermögen	CHF Mio.	5.871,0	5.596,6	5.251,0	5.055,3	5.931,3
in % der Bilanzsumme	%	64,5	61,1	66,8	63,6	66,2
Langfristiges Fremdkapital	CHF Mio.	2.382,1	2.305,8	1.759,4	1.967,2	2.246,8
in % der Bilanzsumme	%	26,2	25,2	22,4	24,8	25,1
Eigenkapital	CHF Mio.	4.956,2	4.839,6	4.257,6	4.400,6	5.223,6
in % der Bilanzsumme	%	54,5	52,8	54,2	55,4	58,3
Geldfluss						
Operativer Cash Flow	CHF Mio.	520,4	1.182,0	778,6	756,0	826,8
in % des Umsatzes	%	8,8	21,6	15,0	15,2	18,0
Investitionsausgaben in Sachanlagen/ immaterielle Anlagen/Nutzungsrechte ³	CHF Mio.	330,5	314,0	301,8	229,9	240,8
in % des operativen Cash Flow	%	63,5	26,6	38,8	30,4	29,1
Mitarbeiter						
Durchschnittlicher Personalbestand		15.351,0	14.973,0	14.745,8	14.465,9	14.134,9
Umsatz pro Mitarbeiter	TCHF	385,4	365,2	352,7	343,6	324,4

- 1 Beinhaltet den Effekt der bezahlten Variation Margin von 23,7 Mio. CHF per 31. Dezember 2025 (erhaltene Variation Margin von 232,7 Mio. CHF per 31. Dezember 2024). Ohne diesen Effekt beläuft sich der operative Cashflow auf 544,1 Mio. CHF im Jahr 2025 und 949,3 Mio. CHF im Jahr 2024.
- 2 Im Jahr 2023 enthält der Reingewinn einen einmaligen positiven Steuereffekt von CHF 69,7 Millionen, der auf die Schweizer Steuerreform („STAF“) und die damit verbundene Erfassung von latenten Steuerguthaben zurückzuführen ist. Ohne diesen Effekt hätte der Reingewinn 2023 CHF 601,7 Millionen betragen und die Reingewinnmarge läge bei 11,6%.
- 3 Die Position „Investitionen in Nutzungsrechte“ besteht aus Zahlungen, die vor Beginn des Leasingverhältnisses geleistet wurden und im Cashflow aus der Investitionstätigkeit ausgewiesen werden.



Termine und Impressum

Termine

16. April 2026	128. Ordentliche Generalversammlung
23. April 2026	Auszahlung der Dividende
21. Juli 2026	Halbjahresbericht 2026
Mitte Januar 2027	Bekanntgabe Umsatz 2026
Anfang März 2027	Jahresabschluss 2026
22. April 2027	129. Ordentliche Generalversammlung

Investor Relations

Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli AG
Seestrasse 204
CH-8802 Kilchberg
Telefon: +41 44 716 25 37
E-Mail: investors@lindt.com
www.lindt-spruengli.com

Group Communications

Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli AG
Seestrasse 204
CH-8802 Kilchberg
Telefon: +41 44 716 22 33
E-Mail: media@lindt.com
www.lindt-spruengli.com

Aktienregister

Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli AG
Aktienregister
c/o Nimbus AG
Ziegelbrückstrasse 82
CH-8866 Ziegelbrücke
Telefon: +41 55 617 37 56
E-Mail: lindt@nimbus.ch

Impressum

Projektverantwortung: Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli AG, Group Communications, Schweiz
Druck: Neidhart & Schön Print AG, Schweiz
Fotografie: Boris Baldinger / Gaëtan Bally, Keystone / Krentz Photography / Samuel Avril, Agence Odds / Axel Fassio / Lindt & Sprüngli

Die in diesem Kurzbericht geäusserten Erwartungen beruhen auf Annahmen. Die tatsächlichen Ergebnisse können davon abweichen. Dies ist eine Kurzfassung des veröffentlichten Geschäftsberichts. Der Geschäftsbericht ist online als PDF in englischer Sprache verfügbar.
© Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli AG, 2026

Designed by **emperor**
emperor.works 



Druckprodukt mit finanziellem
Klimabeitrag
ClimatePartner.com/53232-2602-1003



LINDT & SPRÜNGLI