



LINDT & SPRÜNGLI

Lindt & Sprüngli erzielt solide Ergebnisse im ersten Halbjahr und bestätigt Jahresausblick

Medienmitteilung: Halbjahresergebnisse 2026 | Ad-hoc-Mitteilung gemäss Art. 53 KR

- Organisches Umsatzwachstum von 4,3% auf CHF 2,33 Mrd., gestützt durch zweistelliges Wachstum in Nordamerika und im Rest der Welt sowie Preiserhöhungen
- Das operative Ergebnis (EBIT) erreichte CHF 260,2 Mio., was einer Marge von 11,2% entspricht (1. Halbjahr 2025: CHF 259,2 Mio., 11,0%)
- Gruppenweite Preiserhöhungen von 11,8% führten zu einem Volumen/Mix-Rückgang von 7,5%; gezielte Massnahmen eingeleitet zur Stabilisierung der Volumen in der zweiten Jahreshälfte 2026

Kilchberg, 21. Juli 2026 – **Die Lindt & Sprüngli Gruppe erzielte im ersten Halbjahr solide Ergebnisse. Das organische Umsatzwachstum von 4,3% führte zu einem Umsatz von CHF 2,33 Mrd. Der operative Gewinn (EBIT) belief sich auf CHF 260,2 Mio., die EBIT-Marge lag bei 11,2%. Anhaltende geopolitische Unsicherheiten und die weiterhin hohe Volatilität des Marktes dämpften die Konsumentenstimmung und den Tourismus, insbesondere in Europa, und wirkten sich auf die Ergebnisse der Gruppe aus. Die Regionen Nordamerika und Rest der Welt verzeichneten ein zweistelliges Wachstum. Mit gezielten Massnahmen zur Stabilisierung der Volumen im zweiten Halbjahr 2026 bestätigt die Gruppe ihren Ausblick für das Gesamtjahr und bleibt zuversichtlich hinsichtlich ihrer mittel- bis langfristigen Wachstumsziele.**

„In einem volatilen Marktumfeld haben wir Ergebnisse erzielt, die den Erwartungen entsprechen. Die von uns gestarteten Massnahmen zielen darauf ab, in der zweiten Jahreshälfte 2026 Volumen zu stabilisieren und den Grundstein für ein beschleunigtes Volumenwachstum im Jahr 2027 zu legen.“

Adalbert Lechner, Group CEO von Lindt & Sprüngli

Wachstum entspricht den Erwartungen

Im ersten Halbjahr 2026 erzielte Lindt & Sprüngli ein organisches Umsatzwachstum von 4,3% und einen Gesamtumsatz von CHF 2,33 Mrd. (1. Halbjahr 2025: 11,2%, CHF 2,35 Mrd.). Das Umsatzwachstum in Schweizer Franken betrug -0,9 %, hauptsächlich aufgrund schwächerer Fremdwährungen. Zum Wachstum trugen unter anderem gruppenweite Preiserhöhungen von 11,8% bei, die zur Kompensation der deutlich gestiegenen Inputkosten dienten.

Der operative Gewinn (EBIT) belief sich auf CHF 260,2 Mio., die EBIT-Marge lag bei 11,2% (1. Halbjahr 2025: CHF 259,2 Mio., 11,0%). Anhaltend straffe Kostenkontrolle, Effizienzsteigerungen und Prozessoptimierungen trugen zur Verbesserung der Profitabilität bei. Der Reingewinn betrug CHF 191,7 Mio. (1. Halbjahr 2025: CHF 188,9 Mio.). Der Free Cashflow verbesserte sich deutlich auf CHF 61,1 Mio. mit einer Marge von 2,6% (1. Halbjahr 2025: CHF -79,7 Mio., -3,4%). Die Eigenkapitalquote lag bei 53,7% (31. Dezember 2025: 54,5%).

Kennzahlen der Gruppe

		H1 2026	H1 2025	Veränderung in %
Umsatz	CHF Mio.	2.332,1	2.352,6	-0,9
Organisches Umsatzwachstum	%			4,3
EBITDA	CHF Mio.	415,8	401,8	3,5
in % des Umsatzes	%	17,8	17,1	
Operatives Ergebnis (EBIT)	CHF Mio.	260,2	259,2	0,4
in % des Umsatzes	%	11,2	11,0	
Reingewinn	CHF Mio.	191,7	188,9	1,5
in % des Umsatzes	%	8,2	8,0	
Free Cashflow	CHF Mio.	61,1	-79,7	Verbesserung: CHF Mio. 140,8 absolut
in % des Umsatzes	%	2,6	-3,4	

Gezielte Massnahmen zur Unterstützung der Volumenentwicklung

Die Gruppenergebnisse im ersten Halbjahr wurden durch mehrere Faktoren beeinflusst: notwendige gruppenweite Preiserhöhungen von 11,8%, anhaltende geopolitische Spannungen sowie eine weiterhin hohe Marktvolatilität und Inflation. Diese dämpften die Konsumentenstimmung und den Tourismus nach Europa, insbesondere aus Asien und dem Mittleren Osten. Vor diesem Hintergrund kam es zu einem Volumen/Mix-Rückgang von 7,5%. Diese Entwicklung spiegelt eine verhaltene Nachfrage wider, besonders in Europa. Lindt & Sprüngli reagierte darauf mit fortgesetzt straffer Kostenkontrolle und Effizienzmassnahmen und hat gezielte Preisanpassungen in ausgewählten Märkten und verstärkte Marketingaktivitäten für das zweite Halbjahr eingeleitet. Diese Massnahmen sollen dazu beitragen, die Volumen im zweiten Halbjahr 2026 zu stabilisieren und das Volumenwachstum anschliessend wieder zu beschleunigen.

Regionale Entwicklung von unterschiedlichen Marktdynamiken geprägt

Europa verzeichnete im ersten Halbjahr 2026 einen organischen Umsatzrückgang von 2,1%. Dies ist auf ein schwächeres Ostergeschäft, eine geringere Nachfrage aufgrund der gedämpften Konsumentenstimmung und einen Rückgang der Touristenzahlen aus Asien und dem Mittleren Osten infolge geopolitischer Unsicherheiten zurückzuführen. Nach dem starken zweistelligen Wachstum in den Vorjahren wirkten sich preissensiblere und etablierte Märkte wie Deutschland, die Schweiz und Grossbritannien auf die Gruppenergebnisse aus. Gleichzeitig erzielte die Gruppe in kleineren Märkten mit geringeren Marktanteilen und höherem Wachstumspotenzial ein starkes zweistelliges Wachstum, darunter Benelux, Mittel- und Osteuropa, Nordics, sowie Spanien und Portugal.

Nordamerika erzielte im ersten Halbjahr 2026 ein starkes Ergebnis mit einem organischen Wachstum von 12,7%. Die Region profitiert weiterhin vom Trend zur Premiumschokolade, wobei Lindt und Ghirardelli massgeblich zum Wachstum im Premiumsegment beitrugen. Auch die Kernprodukte der Gruppe wie Lindor, dunkle Schokolade, Saisonprodukte und Ghirardelli

Backwaren entwickelten sich in der Region sehr positiv. Hinzu kamen die Erfolge der kürzlich eingeführten Dubai Style-Produkte sowie das solide Wachstum von Russell Stover.

In der Region Rest der Welt wurde ein starkes organisches Wachstum von 10,2% erzielt. Besonders stark war das Wachstum in Märkten wie Australien, China, Japan und mit Distributoren, was die anhaltende Markenstärke und die Wachstumschancen in der Region widerspiegelt. Global Travel Retail verzeichnete aufgrund der anhaltenden Konflikte im Nahen Osten und dadurch gesunkenen Passagierzahlen an Flughäfen einen Umsatzrückgang.

Global Retail baut eigenes Ladennetzwerk weiter aus

Global Retail verzeichnete trotz rückläufiger Tourismusströme aus Asien und dem Mittleren Osten nach Europa, sowie einer ausserordentlichen Hitzewelle in Europa, ein organisches Wachstum von 4,3%. Das Ladennetzwerk von Global Retail wurde weiter auf 648 Standorte ausgebaut (31. Dezember 2025: 621). Lindt & Sprüngli eröffnete einen neuen Flagship-Store in Luzern in der Schweiz und erweiterte ihr Factory-Outlet am Produktionsstandort Aachen in Deutschland. Ein weiteres Highlight war die Eröffnung des Stores in Shanghai, der erste eigene Laden im chinesischen Markt.

Lindt steigert den Markenwert weiter

Lindt & Sprüngli baute ihre weltweite Markenstärke weiter aus. Lindt wurde im Kantar BrandZ Global Ranking 2026 erneut als wertvollste Schokoladenmarke der Welt ausgezeichnet. In der Kategorie Lebensmittel belegte Lindt den 7. Platz, steigerte ihren Markenwert um 24% auf USD 11,7 Mrd. und verbesserte sich damit gegenüber dem Vorjahr sowohl im Ranking als auch beim Markenwert.

Dieses Ergebnis untermauert die Stärke der Marke Lindt und zeigt, wie die Gruppe konsequent mit Premiumqualität, starken Innovationen wie Lindor Golden Caramel oder Lindt Tokyo Style Chocolate und Investitionen in die Marke das weltweite Vertrauen der Konsumentinnen und Konsumenten gewinnt. In einem Markt, der immer stärker von der Nachfrage nach hochwertigen und besonderen Erlebnissen geprägt ist, profitiert Lindt weiterhin von ihrer Premiumpositionierung, der Handwerkskunst und der laufenden Innovation bei Geschmacksrichtungen und Formaten.

Branchenweite Zusammenarbeit als Beitrag zu existenzsichernden Einkommen

Im Februar 2026 gründeten Lindt & Sprüngli, Mars Incorporated, Mondelēz International, Nestlé und The Hershey Company die Stiftung TogetherCocoa mit Sitz in Genf in der Schweiz. Die Stiftung baut auf den bestehenden Bemühungen der fünf Unternehmen auf, die Einkommenslücke für Kakaobauernfamilien in der Elfenbeinküste und Ghana zu schliessen. Sie treibt branchenweite Massnahmen voran, um die Widerstandsfähigkeit der Kakao-Lieferkette zu stärken. Neben den Investitionen in die Lebensgrundlagen der Kakaobauernfamilien über die Stiftung setzt sich Lindt & Sprüngli weiterhin uneingeschränkt für die Ziele ihres Lindt & Sprüngli Farming Programs ein.

Ausblick

Mit starken Massnahmen für das zweite Halbjahr ist die Gruppe zuversichtlich, ihren Ausblick für das Jahr 2026 zu erreichen. Demnach wird ein organisches Umsatzwachstum von 4–6% erwartet, bei einer Verbesserung der EBIT-Marge um 20–40 Basispunkte gegenüber dem Vorjahr.

Lindt & Sprüngli geht davon aus, dass sich der Trend zu Premium-Schokolade fortsetzt, was die langfristige Strategie der Gruppe als Marktführerin im Premium-Schokoladensegment unterstützt. Die Gruppe bestätigt ihre strategischen mittel- bis langfristigen Ziele und strebt weiterhin ein organisches Umsatzwachstum von 6–8% sowie eine jährliche Verbesserung der operativen Gewinnmarge um 20–40 Basispunkte an.

Link zum Halbjahresbericht 2026:

<https://www.lindt-spruengli.com/investors/financial-reporting/publications>

Nächste Veröffentlichung: Umsatz 2026 am Dienstag, 19. Januar 2027, 7:00 Uhr CET

Medienkontakt | +41 44 716 22 33 | media@lindt.com

Investorenkontakt | +41 44 716 25 37 | investors@lindt.com

Über Lindt & Sprüngli

Seit über 180 Jahren verzaubert Lindt & Sprüngli die Welt mit Schokolade. Das Schweizer Traditionsunternehmen mit Wurzeln in Zürich ist weltweit führend im Bereich der Premium-Schokolade. Qualitätsschokoladen von Lindt & Sprüngli werden heute an 12 eigenen Produktionsstandorten in Europa und den USA hergestellt. Diese werden von 41 Tochtergesellschaften und Zweigniederlassungen sowie über ein Netzwerk von rund 100 Distributoren rund um den Globus vertrieben. Zudem betreibt Lindt & Sprüngli rund 650 eigene Shops. Mit rund 15,500 Mitarbeitenden erzielte die Lindt & Sprüngli Gruppe 2025 einen Umsatz von CHF 5,92 Mrd. Unsere Verpflichtung, zu einer nachhaltigeren Zukunft beizutragen, leitet das Handeln und die Bestrebungen des Unternehmens. Seit 2008 ist das Lindt & Sprüngli Farming Program unser Standard für die verantwortungsvolle Beschaffung von Kakao.