



LINDT & SPRÜNGLI

HALBJAHRESBERICHT
JANUAR – JUNI 2010

LINDT & SPRÜNGLI FÜHRT LANGFRISTIGE ERFOLGSDYNAMIK WEITER

ORGANISCHES WACHSTUM IN LOKALWÄHRUNGEN VON 9,2%

STEIGERUNG OPERATIVER GEWINN (EBIT) UM 40,7%

UMSATZ- UND GEWINNZIELE FÜR DAS GESAMTJAHR BESTÄTIGT

VEREHRTE AKTIONÄRINNEN UND AKTIONÄRE

Es freut mich, Ihnen mitzuteilen, dass Lindt & Sprüngli – nach dem Übergangsjahr 2009, das von einer regressiven Wirtschaftslage und von Restrukturierungen innerhalb der Gruppe geprägt war – die langfristige Erfolgsgeschichte der vergangenen Jahre in Bezug auf Wachstum und Gewinn weiter führt.

In einer sich langsam stabilisierenden Weltwirtschaft mit erkennbaren Anzeichen eines beginnenden Aufschwungs verbesserte sich die Konsumentenstimmung generell wieder etwas. Die meisten Schokolademärkte verzeichneten im ersten Halbjahr 2010 ein leichtes wertmässiges Wachstum. Auf Volumenbasis entwickelten sich diese jedoch, insbesondere in Europa und in den USA, weiterhin verhalten. Der Wettbewerb, der sich während der weltweiten Konjunkturkrise noch weiter verhärtet hatte, spielt sich nach wie vor sehr stark über den Preis ab. Die steigenden Rohstoffnotierungen, besonders für Kakaobohnen, und die höchst volatile Entwicklung von wichtigen Währungen verschärfen die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen.

Vor dem Hintergrund dieser Herausforderungen gelang es Lindt & Sprüngli, die im vergangenen März veröffentlichten Wachstums- und Gewinnprognosen im Halbjahresabschluss nicht nur zu bestätigen, sondern leicht zu übertreffen. Gegenüber der Vorjahresperiode erzielte die Gruppe per 30. Juni 2010 ein organisches Wachstum in Lokalwährungen von 9,2%, das weit über der Entwicklung des Gesamtschokolademarkts liegt. In Schweizer Franken entspricht dies einem Umsatz von CHF 1,057 Mrd. und einer Steigerung von 7,9%. Der Unterschied zwischen dem Wachstum in Lokalwährungen und Schweizer Franken ist hauptsächlich auf die weitere Abschwächung von US-Dollar, Euro und britischem Pfund zurückzuführen.

Das Wachstum wurde hauptsächlich von Volumensteigerungen und Produktmix-Optimierungen, wie auch von der Lancierung innovativer Angebote getragen. Die Absatzfolge neuer Produkte widerspiegeln die Anerkennung der Kreativität und der Qualität von LINDT seitens der Konsumentinnen und Konsumenten. Angesichts der noch immer unsicheren Wirtschaftslage wurden Preisanpassungen infolge steigender Kakaonotierungen bisher nur zurückhaltend und punktuell vorgenommen. Das Unternehmen wird auch weiterhin versuchen, die rekordhohen Rohstoffkosten so weit wie möglich mit Effizienzsteigerungen und strengem Kostenmanagement zu kompensieren. So werden mögliche Preiserhöhungen hauptsächlich von der Inflations- und Währungslage der verschiedenen Länder abhängen.

Am erzielten Wachstum waren alle Tochtergesellschaften und Regionen beteiligt. Dieser guten Entwicklung ist es zu verdanken, dass Lindt & Sprüngli in allen Märkten wiederum Marktanteile hinzugewinnen konnte. Zweistellige Zuwachsraten wurden in Nordamerika erzielt. In Europa verzeichneten sämtliche Länder, insbesondere England, Frankreich und Schweden, erfreuliche Fortschritte. Auch in Italien, wo die Wirtschaftskrise im letzten Jahr noch besonders grosse Auswirkungen auf die Konsumentenstimmung hatte, verbesserte sich im ersten Halbjahr 2010 der Absatz deutlich. Im Schweizer Heimmarkt wurden die Vorjahreszahlen ebenfalls übertroffen.

Die Exporttätigkeit nach Asien, in den Mittleren Osten und nach Lateinamerika, wie auch das Duty-Free/Travel-Retail-Geschäft verliefen sehr erfreulich. Besonders hervorzuheben ist die Inbetriebnahme einer neuen Kakao-massenanlage am Produktionsstandort in Stratham, New Hampshire, dank der in den USA fortan die volle Kontrolle aller Herstellungsschritte von der Bohne bis zum fertigen Produkt gewährleistet ist. Die Gruppe verfügt damit vor Ort über einen ultramodernen Maschinenpark mit entsprechenden Kapazitäten, um die steigende Nachfrage effizient, schnell und flexibel zu bedienen.

Der Betriebsgewinn (EBIT) beträgt per Ende Juni 2010 CHF 33,9 Mio. und entspricht einer Steigerung von CHF 9,8 Mio. oder 40,7% gegenüber dem um die Restrukturierungskosten bereinigten Vorjahresresultat von CHF 24,1 Mio. Diese positive Entwicklung ist das Resultat der in den letzten 18 Monaten umgesetzten Rationalisierungs- und Effizienzsteigerungsmassnahmen in allen Bereichen. Vor dem Hintergrund einer sich zwar erholenden, jedoch noch nicht nachhaltig gefestigten Konjunkturlage und nach wie vor volatiler Rahmenbedingungen im Rohstoff- und Währungssektor setzt Lindt & Sprüngli weiterhin auf die bewährte Premium-Strategie, die auf Qualität, Innovation, Leidenschaft und exklusivem Schokolade-Know-how von der Kakaobohne bis zum fertigen Produkt basiert.

Lindt & Sprüngli bestätigt die im März 2010 bekannt gegebenen Umsatz- und Gewinnvorgaben für das Gesamtjahr 2010 und erwartet ein organisches Wachstum von 5 bis 7% respektive ein operatives Ergebnis von CHF 300 bis 340 Mio. Dabei liegt die Priorität weiter auf der Stärkung der Marke und dem Zugewinn von Marktanteilen.



Ernst Tanner

Präsident und Delegierter des Verwaltungsrats

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

MARKT

Das erste Halbjahr 2010 stand im Zeichen eines beginnenden, wenn auch noch allgemein verhaltenen wirtschaftlichen Aufschwungs. Die Konjunktur in den meisten Hauptabsatzmärkten von Lindt & Sprüngli hat sich gegenüber der Vorjahresperiode weitgehend stabilisiert. Als indirekte Auswirkung der staatlichen Interventionen erhöhten sich die Volatilitäten an den Währungsmärkten. An den Rohstoffmärkten, insbesondere im Kakaobereich, waren und sind ebenfalls enorme Schwankungen zu verzeichnen. So stiegen die Notierungen für eine Tonne Kakao am Terminmarkt in London seit Ende 2008 um rund 60%. Ein Teil dieser Preissteigerung ist auf die Angebots- und Nachfragesituation zurückzuführen. Die Hauptursachen sind jedoch vermehrte spekulative Transaktionen im Zusammenhang mit dem steigenden Interesse von Anlegern an Rohstofffonds.

Die Konsumentenstimmung in den Hauptmärkten von Lindt & Sprüngli verbesserte sich generell gegenüber der Vorjahresperiode. Die meisten Schokolademärkte sind über die letzten zwölf Monate wertmässig wieder leicht gewachsen. Auf Volumenbasis blieb das Wachstum – insbesondere in Europa und Nordamerika – jedoch weiterhin verhalten. Das Handelsumfeld wird von eher deflationären Tendenzen geprägt. Die Detailhandelspartner versuchen sich im gegenwärtigen Wirtschaftsumfeld vor allem über die Preise zu differenzieren. Auch die Vollsortimenter setzen auf Preispromotionen, um mit den Discountern mithalten zu können. Als anerkannter Premium-Anbieter distanziert sich Lindt & Sprüngli grundsätzlich von einem Wettbewerb, der fast ausschliesslich über den Preis ausgetragen wird, und partizipiert nur in begrenztem Ausmass an Promotionsaktivitäten.

Auf der Basis der verbesserten Konsumentenstimmung und des stabilisierten wirtschaftlichen Ausblicks hat sich der langjährige Trend des Trading ups im Schokoladesegment über die letzten Monate wiederum bestätigt. Vor dem Hintergrund eines jedoch weiterhin herausfordernden Markt- und Wirtschaftsumfelds erwies sich die seit Jahren konsequent verfolgte Strategie der exklusiven Positionierung im Premium-Schokoladesegment und der kompromisslosen Produktqualität erneut als wertvolle und solide Grundlage für die Kontinuität des Unternehmenserfolgs.

UMSATZ

Die Lindt & Sprüngli Gruppe erzielte per 30. Juni 2010 einen Umsatz von CHF 1,057 Mrd., was gegenüber der Vorjahresperiode einer Steigerung von 9,2% in Lokalcwährungen oder 7,9% in Schweizer Franken entspricht. Das schwächere Wachstum in der Heimwährung erklärt sich hauptsächlich durch eine weitere Abschwächung von US-Dollar, Euro und britischem Pfund gegenüber dem Schweizer Franken. Die erzielten Fortschritte liegen substanziell über der Entwicklung des Gesamtschokolademarkts, was wiederum zu entsprechenden Marktanteils gewinnen führte.

Wie bereits anlässlich der Bilanzpressekonferenz im März 2010 mitgeteilt, wurden aufgrund der gegenwärtigen Rahmenbedingungen und trotz weiter gestiegener Kakaopreise nur punktuelle Preiserhöhungen durchgeführt. Der überwiegende Anteil der Umsatzerhöhung im ersten Halbjahr wurde dank Volumensteigerungen und Mixoptimierungen sowie der Lancierung neuer Produkte erzielt, wodurch die Marktposition von LINDT in allen Märkten weiter gefestigt wurde. Ungeachtet der nach wie vor bestehenden Unsicherheiten in einem noch schwachen wirtschaftlichen Umfeld, das von volatilen Währungen und Rohstoffkosten gezeichnet ist, hält Lindt & Sprüngli weiterhin konsequent an der langfristigen Premium- und Qualitätsstrategie fest. Die Gruppe ist überzeugt, mit dieser kompromisslosen Kontinuität die gegenwärtigen Herausforderungen zu meistern. Höchste Produktqualität, Innovation, vollständige Kontrolle der Beschaffungskette und der Produktionsprozesse wie auch nachhaltiges Handeln auf allen Ebenen sind und bleiben auch vor dem Hintergrund einer schwierigen Konjunktur unangefochtene Erfolgsfaktoren.

PRODUKTSEGMENTE

Dank der gut verankerten Positionierung im oberen Qualitätsbereich und des hochwertigen Markenimages finden innovative Pralinés-Kreationen und saisonale Spezialitäten mit Geschenkcharakter auch im gegenwärtig schwierigen Wirtschaftsumfeld grossen Zuspruch. Durch die Premiumness der Produkte generiert Lindt & Sprüngli in diesen beiden Bereichen eine besonders hohe Wertschöpfung und verzeichnet eine nachhaltig erfreuliche Entwicklung. Das Tafelsegment ist mit einem generell härteren Preiswettbewerb konfrontiert. Lindt & Sprüngli konnte jedoch mit einer hohen Anzahl von vielversprechenden Innovationen die führende Position ausbauen.

Saisonales Geschäft

Mit den wichtigen Festen rund um Valentinstag, Ostern und Muttertag verzeichnete das geschenkorientierte Saisongeschäft im ersten Halbjahr 2010 gute Zuwachsraten gegenüber dem Vorjahr. Lindt & Sprüngli konnte sich auch dieses Jahr wieder auf die sehr gute Markenpositionierung verlassen. Zu den umsatzstärksten Produkten zählten, nebst vielen anderen Angeboten, vor allem die LINDOR Geschenkboxen in Herzform am Valentinstag, der GOLDHASE an Ostern sowie die LINDOR Geschenkpackungen zum Muttertag. Dank zusätzlicher Werbeunterstützung und gesteigerter Aktivitäten an den Verkaufspunkten konnten sämtliche saisonale Produkte in den meisten Märkten erneut ein erfreuliches Wachstum verzeichnen.

Pralinés-Segment

Die LINDOR Kugeln mit ihren verschiedenen Geschmacksrichtungen und Darbietungsformen bleiben weiterhin das weltweit bedeutendste Aushängeschild von LINDT und erzielten in den ersten sechs Monaten 2010 erneut ein überproportionales Wachstum. Vor allem in angelsächsischen Märkten wie den USA und England stossen die zartschmelzenden LINDOR Kugeln auf immer breitere Akzeptanz bei den Konsumentinnen und Konsumenten. Zudem laufen die im letzten Jahr begonnenen Anstrengungen zur stärkeren Verankerung der LINDOR Kugeln in den wichtigen Märkten Deutschland und Frankreich sehr erfolgreich.

Tafelbereich

Die erfolgreichen Spezialitätentafeln EXCELLENCE, CREATION und PETITS DESSERTS verzeichneten im ersten Halbjahr sehr gute Fortschritte in allen Ländern. Die um neue Variationen erweiterte EXCELLENCE Tafellinie wird von den Konsumentinnen und Konsumenten aufgrund ihres hohen Kakaogehalts besonders geschätzt. Im Frühjahr 2010 lancierte LINDT unter dem Namen PASSION CHOCOLAT mit grossem Erfolg eine neue, unter jedem Aspekt innovative Premium-Tafellinie in der Schweiz. Aufgrund der ausserordentlich guten Akzeptanz dieser Produkte wird die Distribution in weiteren europäischen Ländern vorangetrieben.

GESELLSCHAFTEN

Europa

Der Umsatz im Segment «Europa» stieg im ersten Halbjahr 2010 in Lokalwährungen um 8,0%. Wegen einer weiteren Abwertung des Euros und des britischen Pfunds fiel die Umsatzsteigerung in der Heimwährung mit 5,2% etwas schwächer aus und erreichte ein Total von CHF 657,1 Mio. Sämtliche Märkte verzeichneten gute bis sehr gute Fortschritte. Speziell hervorzuheben sind England, Frankreich und Schweden, die ein zweistelliges Wachstum erzielten. Dank der Stabilisierung der wirtschaftlichen Situation wie auch der Konsumentenstimmung verbesserten sich auch die Verkäufe in Italien, die im letzten Jahr noch rückläufig waren. In der Schweiz konnte in einem rückläufigen Gesamtschokolademarkt der letztjährige Umsatz leicht übertroffen werden.

Nordamerika

Das konsolidierte organische Wachstum in Lokalwährungen der vier nordamerikanischen Firmen betrug 13,0%. Aufgrund des leicht schwächeren US-Dollars gegenüber der Vorperiode ergibt dies, bei einem Umsatz von insgesamt CHF 271,7 Mio., eine Steigerung in Schweizer Franken von 9,9%. Die Umsatzentwicklung im Bereich der eigenen US-Ladenkette wurde durch die im letzten Jahr eingeleitete Restrukturierung, die planmässig verläuft und bis Ende 2010 die Anzahl LINDT Boutiquen auf rund 30 Einheiten verringern wird, etwas beeinträchtigt. Im Gegenzug wurde das Geschäft mit dem Detailhandel deutlich erweitert. LINDT und GHIRARDELLI sind in der Zwischenzeit in den USA und in Kanada die unangefochtenen Marktführer im Premium-Segment. Dank

höheren Werbeinsatzes hat sich die Bekanntheit der beiden Marken noch weiter gesteigert. Das Umsatzwachstum basiert auf einer erhöhten Verkaufsfrequenz bei bestehenden Kunden wie auch auf der Gewinnung von Neukunden. So konnten in sämtlichen nordamerikanischen Märkten im letzten Halbjahr kontinuierlich Marktanteile hinzugewonnen werden. Die Inbetriebnahme der neuen Grossanlagen für Kakaomasse wie auch für die Tafelproduktion bei Lindt & Sprüngli (USA) Inc. verlief erfolgreich.

Rest der Welt

Im Ländersegment «Rest der Welt» erzielte das Unternehmen einen Gesamtumsatz von umgerechnet CHF 127,8 Mio. Dank einer Wertsteigerung des australischen Dollars gegenüber dem Schweizer Franken fiel das Wachstum in Schweizer Franken in diesem Segment mit 19,0% deutlich höher aus als in Lokalwährungen (7,8%). Beim Exportgeschäft war die Wachstumsdynamik in den einzelnen Ländern in den letzten sechs Monaten unterschiedlich und spiegelt die jeweilige wirtschaftliche Situation wider. So verzeichnen das Duty-Free/Travel-Retail-Geschäft dank steigender Flugpassagierzahlen wie auch der Export nach Asien, in den Mittlerer Osten und nach Lateinamerika gute Zuwachsraten. In Australien weihte der globale Markenbotschafter Roger Federer in Melbourne Anfang Jahr ein weiteres LINDT Chocolat Café ein. Darüber hinaus wurden im ersten Semester 2010 eine neue Firma in Japan gegründet und ein LINDT Chocolat Café in Tokio eröffnet.

KOSTEN

Die Materialkosten im Verhältnis zum Umsatz erhöhten sich von 34,7% in der Vorjahresperiode auf 38,0%. Hauptgrund für die erneute Erhöhung der Materialkosten sind die massiv angestiegenen Kakaonotierungen. Dank einer umsichtigen und langfristig ausgerichteten Einkaufspolitik und Währungseffekten konnte die Gruppe jedoch die Auswirkungen der erheblichen Preissteigerungen in Grenzen halten. Aufgrund des überdurchschnittlichen Wachstums verringerten sich die Personalkosten im Verhältnis zum Umsatz auf 26,4% (Vorjahr: 26,7%) — und dies trotz einer gruppenweiten Erhöhung des Personalbestands von 196 auf 6 984 Mitarbeitende. Die Betriebsaufwandmarge liegt im ersten Halbjahr 2010 mit 30,1% über der um ausserordentliche Kosten bereinigten und

damit vergleichbaren Vorjahreskennzahl von 27,7%. In absoluten Zahlen ist der Anstieg des Betriebsaufwands gegenüber 2009 hauptsächlich auf erhöhte Marketing- sowie Werbeinvestitionen zur weiteren Stärkung der Marktposition zurückzuführen.

ERTRAG

Der Betriebsgewinn beträgt CHF 33,9 Mio., was einer Steigerung von CHF 9,8 Mio. oder 40,7% gegenüber dem um die Restrukturierungskosten bereinigten Vorjahresergebnis von CHF 24,1 Mio. entspricht. Dieses Resultat zeugt von den Fortschritten im Zusammenhang mit den eingeleiteten Massnahmen zur Effizienzsteigerung in allen Bereichen. Aufgrund der minimalen Zinssätze für kurzfristige Anlagen in Schweizer Franken reflektiert das Finanzergebnis nicht die sehr hohe Nettoliquiditätsposition. Nach Abzug der prozentmässig unveränderten Ertragssteuern beläuft sich der Reingewinn für das erste Halbjahr 2010 auf CHF 24,8 Mio. Dies entspricht einer Steigerung von CHF 6,2 Mio. oder 33,3% gegenüber dem um die Restrukturierungskosten bereinigten Vorjahresresultat von CHF 18,6 Mio.

BILANZ

Im Rahmen des üblichen saisonalen Abbaus des Umlaufvermögens einerseits, aber auch aufgrund negativer Währungseffekte hat sich die Bilanzsumme im Vergleich zu Ende 2009 um CHF 261,8 Mio. reduziert. Infolge einer gegenüber den Vorjahren etwas verlangsamten Investitionstätigkeit haben sich die Sachanlagen um insgesamt CHF 38,1 Mio. auf CHF 796,1 Mio. verringert. Die Eigenkapitalratio beläuft sich per 30. Juni 2010 dank des positiven Effekts einer reduzierten Bilanzsumme gegenüber dem Jahresende auf sehr hohe 68,5%. Das gesamte Umlaufvermögen hat sich als Folge der geschäftstypischen Saisonalität gut entwickelt. So gingen die Kundenforderungen wegen der entsprechenden Zahlungen für das Saisongeschäft um CHF 366,0 Mio. auf CHF 290,0 Mio. zurück. Die Nettofinanzposition beläuft sich per Bilanzstichtag 30. Juni 2010 auf rekordhohe CHF 446,0 Mio. Dies entspricht einer Zunahme gegenüber dem Jahresende 2009 von CHF 90,9 Mio. und gegenüber dem Bilanzstichtag des Halbjahres 2009 von CHF 134,2 Mio.

AUSSICHTEN FÜR DAS GESAMTJAHR 2010

Umsatz

Lindt & Sprüngli hält weiterhin an der bereits im vergangenen März bekanntgegebenen organischen Umsatzzielgrösse für das laufende Geschäftsjahr von 5 bis 7% fest. Diese Annahme beruht auf einer eher verhaltenen Einschätzung der Konjunkturdaten und der Konsumentenstimmung in den Hauptmärkten von Lindt & Sprüngli für die kommenden Monate, die sich entsprechend auf die Wachstumsdynamik des Unternehmens in der zweiten Jahreshälfte niederschlagen werden. Dies hat wiederum Auswirkungen auf die Vergleichbarkeit mit der überproportional guten Entwicklung des zweiten Halbjahrs 2009.

Ertrag

Vor dem Hintergrund der oben genannten Rahmenbedingungen bestätigt Lindt & Sprüngli auch in Bezug auf das Betriebsergebnis die schon kommunizierte Prognose für das Gesamtjahr 2010 von CHF 300 bis 340 Mio. Das Unternehmen ist zuversichtlich, dass auf Kostenseite weder die Auswirkungen von weiterhin volatilen Kakaoquotierungen noch die geplante substanzielle Erhöhung der Marketinginvestitionen die Erreichung dieses Ziel massgeblich beeinträchtigen werden.

Investitionen

Lindt & Sprüngli kontrolliert sämtliche Produktionsschritte im Herstellungsprozess, beginnend bei der Selektion der Kakaobohnen bis hin zum fertig verpackten Produkt. Dieses Vorgehen erlaubt die sorgfältige Auswahl und den sozial verantwortungsvollen Einkauf der besten Kakaosorten, die Anwendung von LINDT spezifischen Produktionsprozessen wie auch eine strenge Qualitätskontrolle beim Endprodukt. Die Herstellung von Premium-Schokoladenprodukten über alle Produktionsstufen ist ein komplexer und investitionsintensiver Prozess. Dank des kürzlich erfolgten Ausbaus des LINDT Werks in den USA wird die Abhängigkeit von europäischen Importen und damit auch von Währungseinflüssen in Zukunft gemindert. Gleichzeitig wird die Lieferbereitschaft am Markt optimiert. Auf Basis der unveränderten jährlichen Unterhaltsinvestitionen und der geplanten Kapazitätserweiterungen erwartet die Gruppe für das laufende Jahr Gesamtinvestitionen in der Grössenordnung von CHF 110 bis 130 Mio.

VORSCHAU FÜR 2011

Lindt & Sprüngli geht davon aus, dass sich das Wirtschaftsumfeld in den wichtigen Hauptmärkten auf einem moderaten Wachstumskurs stabilisieren wird. Ungeachtet von fast überall geforderten und teilweise schon implementierten Sparpaketen seitens der verschiedenen Regierungen und von voraussichtlich leicht sinkenden Arbeitslosenzahlen sollte sich die Konsumentenstimmung langsam weiter verbessern. Es ist davon auszugehen, dass sowohl die Währungen wie auch die hohen, spekulativ getriebenen Rohstoffpreise, besonders im Kakaobereich, unverändert volatil bleiben. Unter Berücksichtigung dieser Annahmen erwartet Lindt & Sprüngli aus heutiger Sicht die Erreichung einer Umsatzsteigerung von 6 bis 8% im Jahr 2011 und damit die Rückkehr zu den langfristigen strategischen Zielgrössen für ein konstantes jährliches Wachstum. Lindt & Sprüngli wird auch im kommenden Jahr die Prioritäten auf die weitere Stärkung der Marke wie den konstanten Zugewinn von Marktanteilen setzen und auch die Erschliessung und Bearbeitung von neuen Märkten vorantreiben. Die geplante Steigerung des Betriebsgewinns von 8 bis 10% wird einerseits von der erfolgreichen Aktivität am Markt abhängig sein, wo Lindt & Sprüngli seit Jahren mit innovativen Produkten und Marketingkonzepten für profitables Wachstum sorgt. Auf der anderen Seite werden jedoch auch die Durchsetzung von eventuellen Preisanpassungen wie auch Sparmassnahmen auf allen operativen Ebenen nötig sein, um die Zielvorgaben zu erreichen. Voraussetzung für diese Annahmen ist allerdings, dass sich die Situation an den Währungs- und Rohstoffmärkten über die nächsten Monate nicht noch deutlich weiter verschärft.

KONSOLIDIERTE BILANZ (UNGEPRÜFT)

	30. Juni 2010		31. Dezember 2009	
	CHF Mio.	%	CHF Mio.	%
AKTIVEN				
Sachanlagen	796,1		834,2	
Immaterielle Anlagen	15,2		17,9	
Finanzanlagen	84,2		84,0	
Latente Steueraktiven	4,0		4,1	
Total Anlagevermögen	899,5	40,6 %	940,2	38,0 %
Warenvorräte	452,6		424,6	
Kundenforderungen	290,0		656,0	
Sonstige Forderungen	67,7		62,9	
Aktive Rechnungsabgrenzungen	6,9		9,0	
Derivative Vermögenswerte	23,3		8,2	
Wertschriften und kurzfristige Finanzanlagen	19,2		7,9	
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	455,0		367,2	
Total Umlaufvermögen	1 314,7	59,4 %	1 535,8	62,0 %
Total Aktiven	2 214,2	100,0 %	2 476,0	100,0 %
PASSIVEN				
Aktien- und PS-Kapital	22,9		22,8	
Eigene Aktien	-29,5		-29,5	
Kapital- und Gewinnreserven	1 522,3		1 624,4	
Total Eigenkapital	1 515,7	68,5 %	1 617,7	65,3 %
Darlehen	0,8		1,1	
Latente Steuerpassiven	21,9		25,6	
Vorsorgeverpflichtungen	127,8		135,6	
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	10,5		10,7	
Rückstellungen	45,8		47,9	
Total langfristiges Fremdkapital	206,8	9,3 %	220,9	8,9 %
Lieferantenverbindlichkeiten	105,5		172,7	
Sonstige Verbindlichkeiten	21,6		37,9	
Laufende Ertragssteuerverpflichtungen	15,3		30,3	
Passive Rechnungsabgrenzungen	296,1		364,3	
Derivative Verpflichtungen	25,8		13,4	
Banken- und Finanzverpflichtungen	27,4		18,8	
Total kurzfristiges Fremdkapital	491,7	22,2 %	637,4	25,8 %
Total Fremdkapital	698,5	31,5 %	858,3	34,7 %
Total Passiven	2 214,2	100,0 %	2 476,0	100,0 %

Die Erläuterungen im Anhang sind Bestandteil des Halbjahresabschlusses.

KONSOLIDIERTE ERFOLGSRECHNUNG (UNGEPRÜFT)

	Januar–Juni 2010		Januar–Juni 2009	
	CHF Mio.	%	CHF Mio.	%
ERTRÄGE				
Umsatz	1 056,6	100,0 %	979,0	100,0 %
Übrige Erträge	5,5		6,1	
Total Erträge	1 062,1	100,5 %	985,1	100,6 %
AUFWAND				
Materialaufwand	–401,0	–38,0 %	–340,0	–34,7 %
Bestandesänderung Lager	18,5	1,8 %	–32,8	–3,4 %
Personalaufwand	–279,3	–26,4 %	–261,3	–26,7 %
Betriebsaufwand	–317,8	–30,1 %	–293,7	–30,0 %
Abschreibungen / Wertbeeinträchtigungen	–48,6	–4,6 %	–55,4	–5,7 %
Total Aufwand	–1 028,2	–97,3 %	–983,2	–100,4 %
Operatives Ergebnis	33,9	3,2 %	1,9	0,2 %
Finanzertrag	3,8		5,3	
Finanzaufwand	–3,9		–3,5	
Gewinn vor Steuern	33,8	3,2 %	3,7	0,4 %
Steuern	–9,0		–1,0	
Reingewinn	24,8	2,3 %	2,7	0,3 %
Anteil Aktionäre	24,8		2,7	
Unverwässerter Reingewinn je Aktie/10 PS (in CHF)	108,90		11,90	
Verwässerter Reingewinn je Aktie/10 PS (in CHF)	108,90		11,90	

Die Erläuterungen im Anhang sind Bestandteil des Halbjahresabschlusses.

GESAMTERGEBNISRECHNUNG (UNGEPRÜFT)

CHF Mio.	Januar–Juni 2010	Januar–Juni 2009
Reingewinn	24,8	2,7
Sonstige Ergebnisse nach Steuern		
Hedge Accounting	0,3	26,3
Marktwertanpassungen Finanzanlagen	–0,6	0,8
Währungsumrechnung	–51,8	31,8
Gesamtergebnis der Periode	–27,3	61,6
Anteil Aktionäre	–27,3	61,6

VERÄNDERUNG DES KONSOLIDierten EIGENKAPITALS (UNGEPRÜFT)

CHF Mio.	Aktien-/ PS-Kapital	Eigene Aktien / PS	Kapital- reserven	Hedge Accounting	Gewinn- reserven	Kumulierte Umrech- nungs- differenzen	Total Eigen- kapital
Bestand per 1. Januar 2009	22,7	–0,8	307,1	–25,9	1 269,3	–93,4	1 479,0
Gesamtergebnis der Periode				26,3	3,5	31,8	61,6
Kapitalerhöhung ¹⁾	0,072		5,9				6,0
Kauf eigener Aktien ²⁾		–30,0					–30,0
Verkauf eigener Aktien ³⁾		0,4			–0,1		0,3
Aktienbasierte Entschädigung					5,5		5,5
Dividende					–82,4		–82,4
Bestand per 30. Juni 2009	22,8	–30,4	313,0	0,4	1 195,8	–61,6	1 440,0
Bestand per 31. Dezember 2009	22,8	–29,5	320,4	0,4	1 391,4	–87,8	1 617,7
Gesamtergebnis der Periode				0,3	24,2	–51,8	–27,3
Kapitalerhöhung ¹⁾	0,107		10,5				10,6
Aktienbasierte Entschädigung					6,4		6,4
Dividende					–91,7		–91,7
Bestand per 30. Juni 2010	22,9	–29,5	330,9	0,7	1 330,3	–139,6	1 515,7

1) Alle Transaktionskosten werden mit den Kapitalreserven verrechnet (2010: TCHF 110, 2009: TCHF 86).

2) Am 27. Mai 2009 erwarb die Gruppe 1 246 eigene Namenaktien. Die Erwerbskosten betragen CHF 24 018 pro Aktie.

3) Die Gruppe verkaufte am 22. April 2009 13 eigene Namenaktien zu CHF 22 300 pro Aktie. Der daraus resultierende Verlust betrug TCHF 84.

Die Erläuterungen im Anhang sind Bestandteil des Halbjahresabschlusses.

KONSOLIDIERTE GELDFLUSSRECHNUNG (UNGEPRÜFT)

CHF Mio.	Januar–Juni 2010		Januar–Juni 2009	
Reingewinn	24,8		2,7	
Abschreibungen/Wertbeeinträchtigungen	48,6		56,4	
Veränderung Rückstellungen und Wertberichtigungen	–2,0		–14,1	
Abnahme (+)/Zunahme (–) Kundenforderungen	347,6		429,6	
Abnahme (+)/Zunahme (–) Warenvorräte	–44,7		10,8	
Abnahme (+)/Zunahme (–) Vorauszahlungen und sonstige Forderungen	3,2		9,0	
Abnahme (+)/Zunahme (–) aktive Rechnungsabgrenzung	–0,8		13,7	
Abnahme (–)/Zunahme (+) Lieferantenverbindlichkeiten	–58,4		–50,4	
Abnahme (–)/Zunahme (+) sonstige Verbindlichkeiten und passive Rechnungsabgrenzung	–95,5		–85,9	
Übrige nicht geldwirksame Einflüsse	3,6		–3,3	
Geldfluss aus Geschäftstätigkeit (operativer Cash Flow)		226,4		368,5
Investitionen Sachanlagen	–38,6		–58,5	
Desinvestitionen Sachanlagen	0,3		0,1	
Investitionen immaterielle Anlagen	–1,7		–2,9	
Desinvestitionen (+)/Investitionen (–) Finanzanlagen	0,2		–1,0	
Wertschriften und kurzfristige Finanzanlagen				
Investitionen	–12,7		–1,0	
Desinvestitionen	–		1,6	
Geldfluss aus Investitionstätigkeit		–52,5		–61,7
Aufnahme Bankverbindlichkeiten	20,0		20,1	
Rückzahlung Bankverbindlichkeiten	–10,6		–89,8	
Kapitalerhöhung (inklusive Agio)	10,6		6,0	
Erwerb eigener Aktien	–		–30,0	
Verkauf eigener Aktien	–		0,4	
Dividende	–91,7		–82,4	
Geldfluss aus Finanzierungstätigkeit		–71,7		–175,7
Zunahme (+)/Abnahme (–) der Zahlungsmittel		102,2		131,1
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am 1. Januar	367,2		192,0	
Einfluss von Kursänderungen	–14,4	352,8	3,4	195,4
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am 30. Juni		455,0		326,5
Erhaltene Zinsen ¹⁾		3,1		3,4
Bezahlte Zinsen ¹⁾		3,5		3,3
Bezahlte Ertragssteuern ¹⁾		32,9		36,0

1) Im Geldfluss aus Geschäftstätigkeit enthalten.

Die Erläuterungen im Anhang sind Bestandteil des Halbjahresabschlusses.

ANHANG ZUM HALBJAHRESABSCHLUSS

1. RECHNUNGSLEGUNGSGRUNDSÄTZE

Der ungeprüfte Halbjahresabschluss per 30. Juni 2010 wurde in Übereinstimmung mit den Regeln von IAS 34 betreffend Zwischenberichterstattung sowie mit den im Finanzbericht 2009 beschriebenen Rechnungslegungsgrundsätzen erstellt. Es wurde die verkürzte Darstellungsart gewählt.

Neue IFRS-Standards und Interpretationen

Von den zahlreichen per 1. Januar 2010 in Kraft getretenen IFRS-Änderungen ergaben sich aus keinen Standards und Interpretationen Auswirkungen auf den vorliegenden Halbjahresabschluss.

Schätzungen und Annahmen

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

2. SAISONALITÄT

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

3. KAPITALSTRUKTUR

Das bedingte Kapital umfasst per 30. Juni 2010 total 666 229 Partizipationsscheine (PS) (30. Juni 2009: 533 758) mit einem Nominalwert von CHF 10.–. Von diesem Total sind 311 779 Titel (30. Juni 2009: 179 308) für Mitarbeiterbeteiligungsprogramme bestimmt und die verbleibenden 354 450 (30. Juni 2009: 354 450) Titel für Kapitalmarkttransaktionen. Im ersten Halbjahr 2010 wurden insgesamt 10 698 Optionen zu einem durchschnittlichen Ausübungspreis von CHF 1 006,28 ausgeübt (Vorjahr: 7 248, durchschnittlicher Ausübungspreis: CHF 836,92).

4. DIVIDENDEN

Die Generalversammlung vom 22. April 2010 hat einer Dividendenzahlung von CHF 400.– (Vorjahr: CHF 360.–) pro Namenaktie und CHF 40.– (Vorjahr: CHF 36.–) pro Partizipationsschein zugestimmt. Die Auszahlung erfolgte ab dem 29. April 2010.

5. SEGMENTBERICHTERSTATTUNG

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

Die Gruppe verfügt über die folgenden berichtspflichtigen Geschäftssegmente:

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

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

SEGMENTERGEBNIS

CHF Mio.	Segment Europa		Segment NAFTA		Alle übrigen Segmente		Total	
	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009
Umsatz	743,5	716,7	272,8	248,7	127,8	107,4	1 144,1	1 072,8
./ . Umsatz zwischen Segmenten	86,4	92,3	1,1	1,5	–	–	87,5	93,8
Umsatz Dritte	657,1	624,4	271,7	247,2	127,8	107,4	1 056,6	979,0
Operatives Ergebnis	30,0	13,0	–2,9	–19,2	6,8	8,1	33,9	1,9
Netto-Finanzergebnis							–0,1	1,8
Gewinn vor Steuern							33,8	3,7
Steuern							–9,0	–1,0
Reingewinn							24,8	2,7

6. EREIGNISSE NACH DEM BILANZSTICHTAG

Der ungeprüfte Halbjahresabschluss wurde von der Konzernleitung am 16. August 2010 zur Veröffentlichung genehmigt. Bis zum 16. August 2010 sind keine Ereignisse eingetreten, welche die Anpassung der Buchwerte von Aktiven oder Passiven des Konzerns erforderlich machten oder zusätzlich offengelegt werden müssten.

INFORMATIONEN

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

TERMINE

- 18. Januar 2011 Bekanntgabe Umsatz 2010
- 15. März 2011 Jahresabschluss 2010
- 28. April 2011 113. ordentliche Generalversammlung
- 23. August 2011 Halbjahresbericht Januar bis Juni 2011

INVESTOR RELATIONS

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

AKTIENREGISTER

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

Die im Halbjahresbericht geäusserten Erwartungen beruhen auf Annahmen. Die tatsächlichen Ergebnisse können davon abweichen. Der Halbjahresbericht erscheint in Deutsch und Englisch, wobei die deutsche Textversion bindend ist.

© Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli AG, 24. August 2010

Impressum

Konzept und Gestaltung: Eclat AG, Erlenbach ZH

Produktion: Multimedia Solutions AG, Zürich

Druck: Neidhart + Schön AG, Zürich

Papier: Munken Polar



klimateutral gedruckt 
2010080405 - www.nsgroup.ch



LINDT & SPRÜNGLI

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

www.lindt.com