



LINDT & SPRÜNGLI

HALBJAHRESBERICHT
JANUAR – JUNI 2012

INHALT

HALBJAHRESBERICHT 2012

- 4 Bericht des Präsidenten
- 6 Kommentar
- 11 Aussichten
- 12 Konzernrechnung
- 18 Informationen

Überdurchschnittliches organisches Wachstum von 5,3%, in Schweizer Franken von 2,6%
Marktanteilsgewinne in sämtlichen Hauptmärkten
Überproportionale Erhöhung des Betriebsgewinns (EBIT) um 16%
Bestätigung der strategischen Wachstums- und Gewinnziele für das Gesamtjahr

VEREHRTE AKTIONÄRINNEN UND AKTIONÄRE

Es freut mich Ihnen mitzuteilen, dass Lindt & Sprüngli gut in das Geschäftsjahr 2012 gestartet ist. Mit einem für das erste Halbjahr deutlich über dem Marktdurchschnitt liegenden Umsatz- und Gewinnausweis gelang es uns, die Marktanteile in allen Hauptmärkten weiter auszubauen.

Das erste Halbjahr 2012 war aufgrund der fortschreitenden Staatsverschuldungen und der entsprechend gedämpften Konjunkturlage abermals von nicht ganz einfachen Marktbedingungen geprägt. Die wichtigsten Schokolademärkte in Europa stagnierten wert- wie auch volumemässig. Gleichwohl entwickelte sich die Konsumentenstimmung eher verhalten und verschlechterte sich sogar, vor allem im südlichen Europa. Auch in Nordamerika reagierten die Konsumentinnen und Konsumenten vermehrt zurückhaltend auf die wirtschaftliche Unsicherheit.

Seit der Vergleichsperiode 2011 erfuhr der Euro gegenüber dem Schweizer Franken erneut eine leichte Abwertung. Dies stellt nach wie vor grosse Herausforderungen an den Produktionsstandort Schweiz, von dem aus LINDT Produkte in mehr als 80 Länder exportiert werden. Um auch weiterhin international wettbewerbsfähig zu bleiben, ergreifen wir kontinuierlich Massnahmen, mit dem Ziel, über Effizienzsteigerungen und Volumenwachstum den entstandenen Kostennachteil zu reduzieren.

Im Bereich der Rohstoffe pendelten sich die Notierungen für Kakaobohnen nach einer guten Welternte auf einem etwas tieferen Niveau ein, als es in den Vorjahren der Fall war. Die Preise für Milch, Zucker und Nüsse verharrten hingegen auf sehr hohem Niveau.

Die Handelsketten stehen in einem konstanten Preiswettbewerb. Mit bewährten Traditionsprodukten und ständigen Innovationen halten wir konsequent an der Premium-Positionierung unserer Marken fest und nehmen nur in sehr limitiertem Ausmass an Preispromotionen teil.

Per 30. Juni 2012 belief sich der Gruppenumsatz auf CHF 1,033 Mrd. Angesichts der zum Teil angespannten Lage in den Hauptmärkten von Lindt & Sprüngli entspricht dies einem guten organischen Wachstum gegenüber der Vorjahresperiode von 5,3% und hatte den erneuten Zugewinn von wichtigen Marktanteilen zur Folge.

Besonders gute Fortschritte wurden in den Stammmärkten Deutschland, Frankreich und Schweiz erzielt. Das Wachstum von Lindt & Sprüngli in Nordamerika verzeichnete ein Plus in Lokalwährungen von 6,7%. Zur positiven Entwicklung in unserem grössten Markt, den USA, sowie in Kanada trugen sowohl LINDT wie auch GHIRARDELLI bei. Speziell erwähnenswert war die Eröffnung eines GHIRARDELLI Restaurants im kalifornischen Vergnügungspark «Disneyland» in Anaheim im Juni. Dieser neue Standort wird dazu beitragen, den Markennamen GHIRARDELLI, unser zweites Standbein in den USA, noch breiter in Nordamerika zu verankern.

Innovative Ansätze zur Schaffung neuer Anlässe zum Verschenken von Premium-Schokolade belebten das Geschäft nachhaltig. So übernahm Lindt & Sprüngli in der Schweiz und in Kanada die Marktführerschaft am Valentinstag. In Deutschland wurde zum Frühlingsanfang erfolgreich eine FROSKÖNIG Linie lanciert und neue Rezepturen im einzigartigen CHOCOLETTI Format setzten einen innovativen Akzent zu Beginn des Sommers.

Die geografische Expansion schreitet weiter voran: Per 1. August 2012 nahm die neu gegründete Tochtergesellschaft in der Volksrepublik China die operative Tätigkeit auf. Damit verfügt die Unternehmensgruppe über eine zusätzliche Präsenz auf dem dynamischen asiatischen Markt, der noch grosses Potenzial birgt. Zudem wurden zwei weitere LINDT Chocolate Cafés in Tokio etabliert. Die Tochtergesellschaft in Südafrika entwickelt sich vielversprechend. Im April 2012 wurde dort eine LINDT Boutique mit angegliedertem «Chocolate Studio» eröffnet.

Das öffentliche Interesse an der LINDT «Chocolateria» in Kilchberg, wo seit der Einweihung im November 2011 durch Markenbotschafter Roger Federer die LINDT Mâitres Chocolatiers regelmässig Aktivitäten aller Art rund um das Thema Schokolade anbieten, hat von Anfang an alle Erwartungen übertroffen. Dieses neuartige Kommunikationsformat bietet die ideale Plattform, um unsere Leidenschaft, unser Know-how und unsere Markenwerte einem breiten Publikum eindrücklich näherzubringen.

Per 30. Juni 2012 betrug der Betriebsgewinn (EBIT) CHF 48,7 Mio., was einer Steigerung gegenüber der Vorjahresperiode von 16% entspricht. Die damit einhergehende Erhöhung der Betriebsgewinnmarge um 50 Basispunkte liegt über der anvisierten mittel- bis langfristigen Zielvorgabe. Der Reingewinn lag mit CHF 36,6 Mio. um 14% höher als per Ende Juni 2011 (CHF 32,1 Mio.). Per Bilanzstichtag liegt der operative Cash Flow bei CHF 159 Mio. (30.6.2011: CHF 228 Mio.). Die Reduktion gegenüber der Vorjahresperiode erklärt sich hauptsächlich durch die Steigerung der Warenvorräte infolge einer höheren Rohmaterialeindeckung. Die Netto-Liquidität beläuft sich auf CHF 416 Mio. (31.12.2011: CHF 486 Mio.).

Der Hauptgrund für die Abnahme ist das laufende Aktienrückkaufprogramm, das zügig voranschreitet. Per 30. Juni 2012 wurden Aktien und Partizipationsscheine in Höhe von 4,62% (der insgesamt festgelegten 5%) des Gesellschaftskapitals zurückgekauft. Das Programm sollte bis Ende Jahr planmässig abgeschlossen werden können. An der Generalversammlung vom 26. April 2012 wurde beschlossen, 3300 bereits zurückgekauft Namenaktien sowie 53 000 Partizipationsscheine zu vernichten und das Gesellschaftskapital entsprechend herabzusetzen.

Ausblick

Die Eurokrise und die gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen dürften sich in der zweiten Jahreshälfte weiter verschärfen und in manchen Ländern die Konsumentenstimmung entsprechend beeinträchtigen. Ungeachtet dieser schwierigen Voraussetzungen hält Lindt & Sprüngli an den mittel- bis langfristigen Umsatz- und Gewinnzielen fest und rechnet für das Gesamtjahr 2012 mit einem organischen Wachstum in Lokalwährungen von 6 bis 8% und einer Erhöhung der Betriebsgewinnmarge um 20 bis 40 Basispunkte. Dem kontinuierlichen Zugewinn von Marktanteilen in Schlüsselmärkten sowie der geografischen Expansion in Wachstumsmärkte wird weiterhin oberste Priorität eingeräumt. Ausserdem wird wiederum ein Schwergewicht auf der Intensivierung der Marketing- und Werbeaktivitäten liegen.



Ernst Tanner

Präsident und Delegierter des Verwaltungsrats
Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli AG

KOMMENTAR

Bei der Interpretation des Gewinnausweises für das erste Semester muss berücksichtigt werden, dass Lindt & Sprüngli im saisonalen, geschenkorientierten Premium-Schokoladesegment tätig ist, in dem unter 40% des Gesamtjahresumsatzes im ersten Halbjahr erzielt werden. Diesen Halbjahreszahlen 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.

MARKTUMFELD

Das wirtschaftliche Umfeld in Europa und in Nordamerika war vielerorts geprägt von den Auswirkungen der staatlichen Überschuldungsproblematik. Aufgrund der eingeleiteten Austeritätspolitik und des damit einhergehenden tiefen Wirtschaftswachstums entwickelte sich die Konsumentenstimmung in den Hauptmärkten

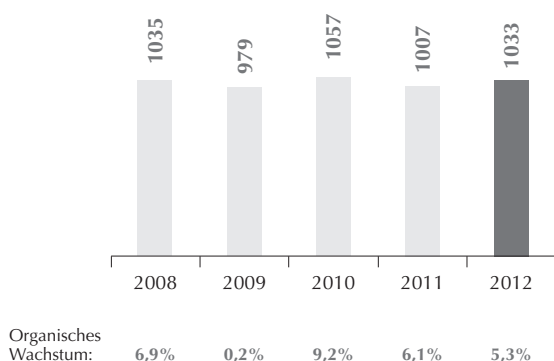
von Lindt & Sprüngli nicht nur zurückhaltend, sondern verschlechterte sich fortwährend, vor allem im südlichen Europa.

Schokolademarkt — Die meisten europäischen Schokolademärkte stagnierten wertmässig. Dementsprechend verzeichnete das Gesamtvolumen eine leicht rückläufige Tendenz. Etwas dynamischer entwickelten sich die Schokolademärkte in Nordamerika, blieben jedoch ebenfalls im unteren einstelligen Bereich. Dank der kompromisslosen Positionierung im Premium-Schokoladesegment und der hohen Produktakzeptanz gelang es Lindt & Sprüngli dennoch, über dem Marktdurchschnitt zu wachsen und praktisch überall die Marktanteile weiter auszubauen.

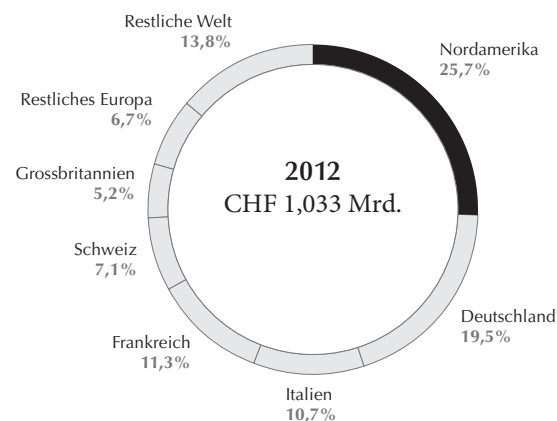
Währungen — Die unveränderte Stärke des Schweizer Frankens gegenüber dem Euro stellt weiterhin grosse Herausforderungen an den Produktionsstandort Schweiz, von dem aus die Lieferungen an eigene Tochtergesellschaften

GRUPPENUMSATZ

in CHF Mio.



UMSATZ NACH LÄNDERN



ten, an das Duty-Free-Geschäft und an die weltweiten Distributoren getätigt werden. Um auch weiterhin international wettbewerbsfähig zu bleiben, wurden Massnahmen eingeleitet, um über Effizienz- und Volumensteigerungen den währungsbedingten Kostennachteil so weit wie möglich zu kompensieren. Zudem stellt das gegenwärtige Währungsumfeld eine weitere Herausforderung an das Management der bestehenden Transaktions- und Translationsrisiken.

Rohstoffe — Nach den Rekordnotierungen der letzten Jahre haben sich die Preise an den Rohstoffmärkten im ersten Halbjahr 2012 etwas beruhigt. Dies gilt insbesondere für den wichtigsten Rohstoff, den Kakao, der sich allerdings in den letzten Wochen aufgrund verminderter Aussichten für die kommende Ernteperiode bereits wieder leicht verteuert. Die Kosten für Milch, Zucker und Nüsse befinden sich weiterhin auf historisch hohem Niveau.

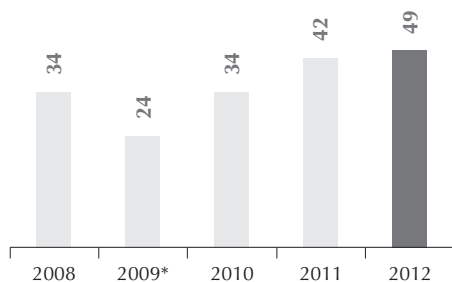
Handel — Im gegenwärtigen Wirtschaftsumfeld versuchen die Handelspartner, sich gegenüber ihren Kunden weiterhin hauptsächlich über den Preiswettbewerb abzuheben. Als Folge davon hat der Umfang der Promotionstätigkeiten des Handels in der ersten Jahreshälfte kontinuierlich zugenommen. Lindt & Sprüngli als Premium-Hersteller partizipiert nur in begrenztem Ausmass an diesen Aktivitäten und bietet den Konsumentinnen und Konsumenten mit innovativen Angeboten einen zusätzlichen Mehrwert.

UMSATZ

Die Lindt & Sprüngli Gruppe erzielte per 30. Juni 2012 einen Umsatz von CHF 1,033 Mrd. Verglichen mit der Vorjahresperiode und angesichts der teilweise schwierigen Konjunktur in den Hauptmärkten in Europa und Nordamerika entspricht dies einem deutlich überdurchschnittlichen organischen Umsatzwachstum von 5,3%, das wiederum zu Marktanteilsgewinnen führte. Die Haupttreiber dieser

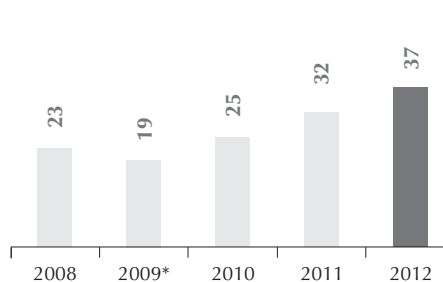
BETRIEBSERGEBNIS (EBIT)

* Vor Sonderaufwendungen
in CHF Mio.



REINGEWINN

* Vor Sonderaufwendungen
in CHF Mio.



positiven Entwicklung bildeten eine Volumensteigerung, die zu einem grossen Teil auf die Lancierung von neuen Kreationen zurückzuführen ist, sowie eine Optimierung des Produktemix. Im bestehenden wirtschaftlichen Umfeld wurden Preisanpassungen nur punktuell vorgenommen.

PRODUKTSEGMENTE

Saisonales Segment — Als anerkannter Marktführer im weltweiten saisonalen Geschäft ist Lindt & Sprüngli mit immer neuen Festtagskollektionen präsent. Mit dem Ziel, den jeweiligen Anlässen ein besonders attraktives Flair zu verleihen und den hochwertigen Geschenkcharakter sowie die Imagewerte der Marke LINDT bewusster und erlebbarer zu gestalten, wird das saisonale Produktangebot mit stimmungsvollen und innovativen Marketingaktivitäten begleitet. Festanlässe ohne LINDT Schokolade sind kaum mehr vorstellbar. Entsprechend lagen die Absatzzahlen im saisonalen Bereich im ersten Halbjahr 2012 in den meisten Ländern über dem Vorjahresniveau. In der Schweiz und in Kanada hält LINDT am Valentinstag die unangefochtene Nummer-1-Position. Die neue FROSKÖNIG Produktlinie, die von den LINDT Maitres Chocolatiers der deutschen Tochtergesellschaft zum Frühlingsanfang entwickelt wurde, fand auf Anhieb grossen Zuspruch. Wiederum besonders hervorzuheben ist der GOLDHASE, der anlässlich des vergangenen Osterfests seinen unaufhaltsamen Siegeszug um den Globus fortsetzte und damit die weltweite Bekanntheit der Marke LINDT nachhaltig unterstützt. Auch das übrige Ostersortiment entwickelte sich äusserst positiv und trug dazu bei, die Marktführerschaft von LINDT in diesem Segment weiter zu stärken. Von Lindt & Sprüngli eigens kreierte Anlässe mit begleitenden Marketingaktivitäten, wie beispielsweise die Lancierung von speziellen Produktlinien zum Start in den Sommer oder in den Herbst, sind weitere Beispiele für die

Kreativität und Innovationskraft von Lindt & Sprüngli im wichtigen saisonalen Segment.

Pralinéssegment — Die LINDOR Kugeln sind für die Unternehmensgruppe das weltweit bedeutendste Pralinésprodukt. Mit ihrer einzigartigen Rezeptur stossen diese zartschmelzenden, runden Köstlichkeiten weltweit auf konstant steigende Nachfrage bei den Konsumentinnen und Konsumenten, sei dies als Geschenk oder für den Eigenkonsum. Dies gilt sowohl für Länder, in denen das Produkt bereits seit Jahren gut etabliert ist, wie auch für Märkte, in denen LINDOR erst kürzlich eingeführt wurde. Auch bei den assortierten Pralinés konnte mit innovativen Konzepten wie beispielsweise den Mini-Pralinés dieses Segment zusätzlich belebt werden.

Tafelsegment — Das Tafelsegment verbuchte im ersten Halbjahr gute Zuwachsraten in allen Ländern. Bei den angebotenen Spezialitäten hebt sich unter anderem die sehr umfangreiche EXCELLENCE Linie ab, die dank stets neuer, kreativer und überraschender Rezepturen Jahr für Jahr gute Fortschritte erzielt. Andere wichtige Produktgruppen wie CREATION, PASSION CHOCOLAT und LES GRANDES konnten ebenfalls mit zusätzlichen Geschmacksvariationen aufwarten, die von den Konsumentinnen und Konsumenten gut aufgenommen wurden. Die CHOCOLETTI Linie mit ihrem einzigartigen Konzept der konsumfreundlichen Portionierung wurde in den letzten Monaten überarbeitet und erzielte auch mit den Frühlings- und Sommerrezepturen in der «Limited Edition»-Ausführung gute Erfolge.

MARKTSEGMENTE

Europa — Im ersten Halbjahr 2012 belief sich das organische Wachstum in Lokalwährungen im Segment «Europa» auf 4%. Da die Euroschwäche gegenüber der Vorjahresperiode weiter zunahm, ergibt sich bei der Um-

rechnung in Schweizer Franken ein leichter Rückgang von 1,1% auf CHF 624,2 Mio. Von den grossen Märkten sind insbesondere Deutschland, Frankreich wie auch die Schweiz hervorzuheben, die dank Produktinnovationen und gezielter Marketingmassnahmen wiederum ein überdurchschnittliches Wachstum erzielten. Im Zuge der angespannten Wirtschaftslage in Südeuropa blieb das Umsatzwachstum in Italien und Spanien im ersten Halbjahr leicht hinter den Erwartungen zurück.

Nordamerika — Mit einem Umsatz von insgesamt CHF 265,3 Mio. erzielten die Lindt & Sprüngli Gruppengesellschaften im Segment «Nordamerika» ein organisches Wachstum in Lokalwährung von 6,7%. Da sich der US-Dollar im Vergleich zur Vorjahresperiode gegenüber der schweizerischen Währung leicht verstärkte, liegt das Wachstum in Schweizer Franken mit 8,3% sogar leicht höher. Sämtliche drei nordamerikanischen Tochtergesellschaften trugen zu diesem guten Resultat bei und gewannen erneut Marktanteile hinzu. Ungeachtet der zahlreichen Herausforderungen des gegenwärtigen Wirtschaftsumfelds reagierten die Konsumentinnen und Konsumenten sehr positiv auf die zahlreichen Innovationen, auf den weiteren Ausbau der saisonalen Produktangebote und auf die ständigen Neulancierungen im Ganzjahresgeschäft. Dank des kontinuierlichen Engagements der beiden Marken LINDT und GHIRARDELLI in den USA und in Kanada wächst das Premium-Schokoladesegment in den beiden Ländern weiterhin überdurchschnittlich. Sämtliche nordamerikanischen Lindt & Sprüngli Gesellschaften sind in ihren jeweiligen Märkten die klaren Führer im Premium-Schokoladegeschäft.

Da die Ghirardelli Chocolate Company in «Disneyworld» in Orlando (Florida) schon seit 13 Jahren einen sehr erfolgreichen Verkaufspunkt betreibt, wurde die Zusammenarbeit mit Disney weiter ausgebaut. So eröffnete GHIRARDELLI

im Juni des laufenden Jahres ein weiteres Ladengeschäft mit angegliedertem Restaurant an ausgezeichneter Lage im kürzlich erneuerten «Disneyland» Resort im kalifornischen Anaheim. Der Shop ist in einer Nachbildung der historischen Produktionsstätte am Ghirardelli Square in San Francisco untergebracht und wird nicht nur einen beträchtlichen Mehrumsatz für die Firma generieren, sondern auch dazu beitragen, die nationale Bekanntheit des Markennamens GHIRARDELLI nachhaltig zu stärken.

Rest der Welt — Die Ländergruppe «Rest der Welt» steigerte in den ersten sechs Monaten 2012 den Umsatz in Lokalwährungen um 8,7%. Ausgedrückt in Schweizer Franken ergibt dies sogar ein Plus von 9,9% auf CHF 143,1 Mio. Dieser Währungsvorteil ist vor allem auf den australischen Dollar zurückzuführen, der sich gegenüber dem Schweizer Franken leicht verstärkt hat. Die Verkäufe in Australien konnten dank eines positiven Ostergeschäfts und Produktneueinführungen knapp doppelstellig zunehmen. Vielversprechend entwickeln sich auch die kürzlich gegründeten Tochtergesellschaften in Südafrika sowie in Japan und zeigen auch weiterhin eine starke Dynamik auf. Das Duty-Free- wie auch das Exportgeschäft über die weltweiten Distributoren wird weitgehend von der Schweiz aus betrieben. Aufgrund der Frankenstärke verzeichneten diese Märkte eine leicht rückläufige Tendenz.

KOSTEN

Die zusammengefasste Betrachtung von Materialaufwand und Lagerbestandsveränderung ergibt eine kombinierte Aufwandratio von 34,7% (Vorjahr 35,2%). Dieser Rückgang ist in erster Linie auf die Ermässigung der Preise für Kakaoprodukte ab Spätherbst 2011 zurückzuführen, wogegen die übrigen Materialpreise auf praktisch unverändertem Niveau gegenüber dem Vorjahr verharrten. Die Anzahl der weltweiten Vollzeitstellen erhöhte sich im ersten Halbjahr um 290 auf total 7450 Mitarbeiterinnen

und Mitarbeiter (Vergleichsperiode 2011: 7160). Dank der laufenden Effizienzsteigerungsmassnahmen konnte jedoch der Personalaufwand im Verhältnis zum Umsatz mit 26,6% auf Vorjahresniveau gehalten werden.

Die Betriebsaufwandratio erreichte 30%, was einer leichten Steigerung von 0,1% gegenüber der Vorjahresperiode entspricht. Hintergrund dieser Erhöhung ist wie üblich eine kontinuierliche Steigerung der Marketingausgaben zur Festigung der Markenbekanntheit in bestehenden, aber auch in neuen Märkten als Basis für das zukünftige Umsatzwachstum.

ERTRAG

Per Ende Juni 2012 beträgt der Betriebsgewinn (EBIT) CHF 48,7 Mio., was einer Steigerung gegenüber der Vergleichsperiode 2011 von CHF 6,7 Mio. oder 16% entspricht. Dieses gute Resultat wurde einerseits unterstützt durch die etwas tieferen Materialkosten, ist jedoch auch das Ergebnis der konstanten Anstrengungen, die Abläufe in Administration und Produktion kontinuierlich zu verbessern und die Effizienz entsprechend zu steigern. Dank der guten Entwicklung der Verkaufsvolumina gegenüber der Vorjahresperiode wurden zudem Optimierungen über die Abdeckung der Produktionsfixkosten erzielt. Ungeachtet der rekordtiefen Zinssätze bleibt Lindt & Sprüngli ihrer üblichen, konservativen Anlagestrategie weiter treu. Der überwiegende Teil der Liquidität ist in kurzfristigen Anlagen in Schweizer Franken investiert. Als Folge davon erzielte der Konzern im ersten Halbjahr 2012 ein Netto-Finanzergebnis von CHF 0,1 Mio. (Vorjahr CHF 1,4 Mio.). Nach Abzug der Ertragssteuern von 25% beläuft sich der Reingewinn der Gruppe für das erste Halbjahr 2012 auf CHF 36,6 Mio. Dies entspricht einer Steigerung von CHF 4,5 Mio. oder 14% im Vergleich zur Vorjahresperiode (CHF 32,1 Mio.).

BILANZ

Die Bilanzsumme reduzierte sich gegenüber dem Jahresende 2011 um rund CHF 300 Mio. Hauptgrund ist die Abnahme der saisonalen Kundenforderungen, die sich aufgrund der eingegangenen Zahlungen für die Weihnachtsverkäufe seit dem Jahresende um rund CHF 350 Mio. verringerten. Teilweise kompensiert wurde die entsprechende Bilanzverkürzung durch die Erhöhung der Warenvorräte um rund CHF 70 Mio. Die Steigerung des Lagerwerts ist bedingt durch die höhere Eindeckung an Rohmaterialien. Die Eigenkapitalquote beläuft sich auf hohe 68,2%, was einem Plus gegenüber dem Jahresende 2011 von 3,8 Prozentpunkten entspricht. Der Eigenkapitalausweis wird dadurch weiter gestärkt, dass die Bilanz keinerlei Goodwill-Positionen aufweist. Der operative Cash Flow beträgt per Bilanzstichtag CHF 159 Mio. (30.6.2011: CHF 228 Mio.). Hauptgründe für die Reduktion gegenüber der Vorjahresperiode liegen im erwähnten Aufbau der Warenvorräte und in der Verminderung der Position «übrige Kreditoren». Die Netto-Finanzposition beläuft sich per 30. Juni 2012 auf CHF 416 Mio. Gegenüber dem Jahresende 2011 bedeutet dies eine Abnahme von CHF 70 Mio. und ist vor allem eine Folge des Aktienrückkaufprogramms, in dessen Rahmen seit Beginn 2012 am Markt Aktien und Partizipationsscheine in Höhe von weiteren CHF 77,5 Mio. erworben wurden. Seit dem Start des Rückkaufprogramms im Frühjahr 2011 wurden bis Ende Juni 2012 insgesamt 4,62% des Aktien- und PS-Kapitals zurückgekauft. Das Management ist zuversichtlich, dass das Rückkaufprogramm über maximal 5% vor Jahresende abgeschlossen werden kann. Am 26. April 2012 erfolgte der Beschluss der Generalversammlung, den bis dato aus den Rückkäufen resultierenden Bestand von 3300 Namenaktien und 53 000 Partizipationsscheinen zu vernichten und eine entsprechende Herabsetzung des Gesellschaftskapitals vorzunehmen.

AUSSICHTEN GESAMTJAHR 2012

AUSBLICK

Umsatz — Lindt & Sprüngli bestätigt für das Gesamtjahr 2012 das bekannte mittel- bis langfristige Wachstumsziel in Lokalwährungen in der Bandbreite von 6 bis 8%. Die Umsatzsteigerung im zweiten Halbjahr sollte sich gegenüber den ersten sechs Monaten dank der konstanten Innovationstätigkeit wie auch der geplanten Steigerung der Marketing- und Werbemassnahmen beschleunigen. Diese Prognosen beruhen auf der Voraussetzung, dass die Weltwirtschaft und die wichtigen Währungsrelationen ohne wesentliche Überraschungen auf dem gegenwärtigen Niveau verbleiben. Bei Annahme stabiler Devisenkurse für das Gesamtjahr sollte das Umsatzwachstum in Schweizer Franken leicht unter dem Ausweis in Lokalwährungen zu liegen kommen.

Ertrag — Auch in Bezug auf die Verbesserung der Betriebsgewinnmarge hält die Firma für das Gesamtjahr 2012 an der kommunizierten jährlichen Zielvorgabe betreffend einer Steigerung gegenüber dem Vorjahr von 20 bis 40 Basispunkten fest. Wie bei der Umsatzprognose gilt auch für die Erreichung des Ertragsziels die Annahme, dass sich die weltweite Konjunktur wie auch das Währungsumfeld auf heute absehbarer Basis weiterentwickeln.

Investitionen — Als Hersteller von Premium-Schokolade fühlt sich Lindt & Sprüngli verpflichtet, die gesamte Wertschöpfungskette – von der Auswahl der Rohstoffe bis hin zum Endprodukt – zu kontrollieren. Die Ausrüstung der Produktionsstandorte der Gruppe mit modernen Anlagen, die auf Spitzentechnologien basieren, ist eine der entscheidenden Voraussetzungen für die Herstellung von Produkten höchster Qualität. Entsprechend wird die Unternehmensgruppe für Kapazitätserweiterungen, Qualitätsverbesserungen, Erhöhung der Arbeitsplatzsicherheit und für Massnahmen im Hinblick auf die Reduktion des Wasser- und Energiebedarfs im Berichtsjahr Projekte in der Grössenordnung von CHF 130 bis 140 Mio. durchführen.

Im Rahmen der bekannten, langfristig ausgelegten Managementphilosophie des Konzerns werden auch im Jahr 2012 kontinuierliche Investitionen zur Stärkung der Marktposition, zur Steigerung der Markenbekanntheit wie auch zur Erschliessung und Bearbeitung von neuen Märkten getätigt. In diesem Sinne hat Lindt & Sprüngli eine neue Vertriebsorganisation in Schanghai gegründet, die am 1. August 2012 ihre Tätigkeit aufnahm. Dies ist ein wichtiger Schritt in Anbetracht der Tatsache, dass der chinesische Markt für Premium-Produkte, darunter auch für Genussprodukte wie hochwertige Schokoladespezialitäten, über die nächsten Jahre ein grosses Wachstumspotenzial darstellt.

KONSOLIDIERTE BILANZ (UNGEPRÜFT)

CHF Mio.	30. Juni 2012		31. Dezember 2011	
AKTIVEN				
Sachanlagen	761,8		742,1	
Immaterielle Anlagen	11,8		13,3	
Finanzanlagen	112,8		109,5	
Latente Steueraktiven	7,7		7,6	
Total Anlagevermögen	894,1	40,4%	872,5	34,7%
Warenvorräte	472,5		402,5	
Kundenforderungen	301,2		654,9	
Sonstige Forderungen	93,1		72,5	
Aktive Rechnungsabgrenzungen	3,9		4,1	
Derivative Vermögenswerte	13,0		13,6	
Wertschriften und kurzfristige Finanzanlagen	9,9		54,1	
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	427,5		441,8	
Total Umlaufvermögen	1 321,1	59,6%	1 643,5	65,3%
Total Aktiven	2 215,2	100,0%	2 516,0	100,0%
PASSIVEN				
Aktien- und PS-Kapital	23,4		23,3	
Eigene Aktien	-326,7		-252,3	
Kapital- und Gewinnreserven	1 814,4		1 848,1	
Total Eigenkapital	1 511,1	68,2%	1 619,1	64,4%
Darlehen	0,8		1,1	
Latente Steuerpassiven	28,6		29,2	
Vorsorgeverpflichtungen	125,9		125,0	
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	7,4		10,1	
Rückstellungen	48,5		48,8	
Total langfristiges Fremdkapital	211,2	9,5%	214,2	8,5%
Lieferantenverbindlichkeiten	120,0		164,9	
Sonstige Verbindlichkeiten	27,6		45,1	
Laufende Ertragssteuerverpflichtungen	5,3		20,0	
Passive Rechnungsabgrenzungen	303,0		415,7	
Derivative Verpflichtungen	15,9		28,6	
Banken- und Finanzverpflichtungen	21,1		8,4	
Total kurzfristiges Fremdkapital	492,9	22,3%	682,7	27,1%
Total Fremdkapital	704,1	31,8%	896,9	35,6%
Total Passiven	2 215,2	100,0%	2 516,0	100,0%

Die Erläuterungen im Anhang sind Bestandteil des Halbjahresabschlusses.

KONSOLIDIERTE ERFOLGSRECHNUNG (UNGEPRÜFT)

CHF Mio.	Januar–Juni 2012		Januar–Juni 2011	
ERTRÄGE				
Umsatz	1 032,6	100,0%	1 006,7	100,0%
Übrige Erträge	4,6		4,1	
Total Erträge	1 037,2	100,4%	1 010,8	100,4%
AUFWAND				
Materialaufwand	–387,3	–37,5%	–377,2	–37,5%
Bestandesänderung Lager	28,9	2,8%	22,9	2,3%
Personalaufwand	–274,5	–26,6%	–267,3	–26,5%
Betriebsaufwand	–309,4	–30,0%	–300,9	–29,9%
Abschreibungen	–46,2	–4,5%	–46,3	–4,6%
Total Aufwand	–988,5	–95,7%	–968,8	–96,2%
Operatives Ergebnis	48,7	4,7%	42,0	4,2%
Finanzertrag	1,6		5,2	
Finanzaufwand	–1,5		–3,8	
Gewinn vor Steuern	48,8	4,7%	43,4	4,3%
Steuern	–12,2		–11,3	
Reingewinn	36,6	3,5%	32,1	3,2%
Anteil Aktionäre	36,6		32,1	
Unverwässerter Reingewinn je Aktie/10 PS (in CHF)	164,10		139,80	
Verwässerter Reingewinn je Aktie/10 PS (in CHF)	163,00		138,90	

Die Erläuterungen im Anhang sind Bestandteil des Halbjahresabschlusses.

GESAMTERGEBNISRECHNUNG (UNGEPRÜFT)

CHF Mio.	Januar–Juni 2012	Januar–Juni 2011
Reingewinn	36,6	32,1
Sonstige Ergebnisse nach Steuern		
Hedge Accounting	10,5	–4,6
Marktwertanpassungen Finanzanlagen	–	–0,1
Währungsumrechnung	–2,0	–42,0
Gesamtergebnis der Periode	45,1	–14,6
Anteil Aktionäre	45,1	–14,6

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 2011	23,0	–33,5	341,5	–2,6	1 556,7	–212,6	1 672,5
Gesamtergebnis der Periode				–4,6	32,0	–42,0	–14,6
Kapitalerhöhung ¹⁾	0,102		12,0				12,1
Kauf eigener Aktien ²⁾		–31,2					–31,2
Aktienbasierte Entschädigung					7,4		7,4
Dividende					–104,5		–104,5
Bestand per 30. Juni 2011	23,1	–64,7	353,5	–7,2	1 491,6	–254,6	1 541,7
Bestand per 1. Januar 2012	23,3	–252,3	433,5	–14,9	1 658,0	–228,5	1 619,1
Gesamtergebnis der Periode				10,5	36,6	–2,0	45,1
Kapitalerhöhung ¹⁾	0,132		23,8				23,9
Kauf eigener Aktien ³⁾		–77,5					–77,5
Aktienbasierte Entschädigung		3,1			9,3		12,4
Dividende			–111,9				–111,9
Bestand per 30. Juni 2012	23,4	–326,7	345,4	–4,4	1 703,9	–230,5	1 511,1

1) Alle Transaktionskosten werden mit den Kapitalreserven verrechnet (2012: TCHF 313, 2011: TCHF 173).

2) Im Rahmen des Aktienrückkaufprogramms erwarb die Gruppe in der Periode zwischen April und Juni 2011 614 eigene Namenaktien und 4680 eigene Partizipationsscheine. Die durchschnittlichen Erwerbskosten betragen CHF 30 621 pro Aktie und CHF 2640 pro Partizipationsschein.

3) Im Rahmen des Aktienrückkaufprogramms erwarb die Gruppe in der Periode zwischen Januar und Juni 2012 625 eigene Namenaktien und 20 260 eigene Partizipationsscheine. Die durchschnittlichen Erwerbskosten betragen CHF 32 541 pro Aktie und CHF 2822 pro Partizipationsschein.

Die Erläuterungen im Anhang sind Bestandteil des Halbjahresabschlusses.

KONSOLIDIERTE GELDFLUSSRECHNUNG (UNGEPRÜFT)

CHF Mio.	Januar–Juni 2012		Januar–Juni 2011	
Reingewinn	36,6		32,1	
Abschreibungen	46,2		46,3	
Veränderung Rückstellungen und Wertberichtigungen	–5,7		–3,2	
Abnahme (+)/Zunahme (–) Kundenforderungen	350,7		355,0	
Abnahme (+)/Zunahme (–) Warenvorräte	–67,4		–35,1	
Abnahme (+)/Zunahme (–) Vorauszahlungen und sonstige Forderungen	–21,0		–31,8	
Abnahme (+)/Zunahme (–) aktive Rechnungsabgrenzung	–1,3		–2,0	
Abnahme (–)/Zunahme (+) Lieferantenkreditoren	–43,9		–50,3	
Abnahme (–)/Zunahme (+) übrige Kreditoren und passive Rechnungsabgrenzung	–143,6		–100,0	
Übrige nicht geldwirksame Einflüsse	8,2		17,1	
Geldfluss aus Geschäftstätigkeit (operativer Cash Flow)		158,8		228,1
Investitionen Sachanlagen	–63,4		–41,1	
Desinvestitionen Sachanlagen	0,3		0,3	
Investitionen immaterielle Anlagen	–1,7		–1,4	
Desinvestitionen (+)/Investitionen (–) Finanzanlagen	–		0,2	
Wertschriften und kurzfristige Finanzanlagen				
Investitionen	3,6		–7,7	
Desinvestitionen	42,4		10,4	
Geldfluss aus Investitionstätigkeit		–18,8		–39,3
Aufnahme Bankverbindlichkeiten	4,1		–	
Rückzahlung Anleihen/Bankverbindlichkeiten	–		–8,6	
Aufnahme Darlehen	8,1		4,1	
Kapitalerhöhung (inklusive Agio)	23,9		12,1	
Erwerb eigener Aktien	–77,5		–31,2	
Dividende/Tantiemen	–111,9		–104,5	
Geldfluss aus Finanzierungstätigkeit		–153,3		–128,1
Zunahme (+)/Abnahme (–) der Zahlungsmittel		–13,3		60,7
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am 1. Januar	441,8		540,4	
Einfluss von Kursänderungen	–1,0	440,8	–8,6	531,8
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am 30. Juni		427,5		592,5
Erhaltene Zinsen ¹⁾		1,0		3,4
Bezahlte Zinsen ¹⁾		1,4		4,0
Bezahlte Ertragssteuern ¹⁾		42,9		54,6

1) Im Geldfluss aus Geschäftstätigkeit enthalten.

Die Erläuterungen im Anhang sind Bestandteil der Konzernrechnung.

ANHANG ZUM HALBJAHRESABSCHLUSS

1. RECHNUNGSLEGUNGSGRUNDSÄTZE

Der ungeprüfte Halbjahresabschluss per 30. Juni 2012 wurde in Übereinstimmung mit den Regeln von IAS 34 betreffend Zwischenberichterstattung sowie mit den im Finanzbericht 2011 beschriebenen Rechnungslegungsgrundsätzen erstellt. Es wurde die verkürzte Darstellungsart gewählt.

Neue IFRS-Standards und Interpretationen

Von den per 1. Januar 2012 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 2012 total 620 883 Partizipationsscheine (PS) (30. Juni 2011: 648 207) mit einem Nominalwert von CHF 10.-. Von diesem Total sind 266 433 Titel (30. Juni 2011: 293 757) für Mitarbeiterbeteiligungsprogramme bestimmt und die verbleibenden 354 450 Titel (30. Juni 2011: 354 450) für Kapitalmarkttransaktionen. Im ersten Halbjahr 2012 wurden insgesamt 13 163 Optionen zu einem durchschnittlichen Ausübungspreis von CHF 1 829.27 ausgeübt (Vorjahr: 10 219, durchschnittlicher Ausübungspreis: CHF 1 196.88).

4. DIVIDENDEN

Die Generalversammlung vom 26. April 2012 hat einer Dividendenzahlung von CHF 500.- (Vorjahr: CHF 450.-) pro Namenaktie und CHF 50.- (Vorjahr: CHF 45.-) pro Partizipationsschein zugestimmt. Die Auszahlung erfolgte ab dem 4. Mai 2012.

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, Japans und Südafrikas sowie den Geschäftseinheiten Distributorenge­schäft und Duty Free.

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

SEGMENTERGEBNIS

CHF Mio.	Segment Europa		Segment NAFTA		Alle übrigen Segmente		Total	
	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011
Umsatz	708,8	713,2	266,7	245,6	143,1	130,2	1 118,6	1 089,0
./ . Umsatz zwischen Segmenten	84,6	81,8	1,4	0,5	–	–	86,0	82,3
Umsatz Dritte	624,2	631,4	265,3	245,1	143,1	130,2	1 032,6	1 006,7
Operatives Ergebnis	43,2	41,3	–3,7	–8,1	9,2	8,8	48,7	42,0
Netto-Finanzergebnis							0,1	1,4
Gewinn vor Steuern							48,8	43,4
Steuern							–12,2	–11,3
Reingewinn							36,6	32,1

6. EREIGNISSE NACH DEM BILANZSTICHTAG

Der ungeprüfte Halbjahresabschluss wurde von der Konzernleitung am 14. August 2012 zur Veröffentlichung genehmigt. Bis zum 14. August 2012 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

15. Januar 2013 Bekanntgabe Umsatz 2012
15. März 2013 Jahresabschluss 2012
18. April 2013 115. ordentliche Generalversammlung
im August 2013 Halbjahresbericht Januar bis Juni 2013

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
E-mail: investors@lindt.com
www.lindt.com

MEDIA RELATIONS

Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli AG
Sylvia Kälin, Coporate Communications
Seestrasse 204
CH-8802 Kilchberg
Telefon +41 44 716 24 56
Fax +41 44 716 26 61
E-mail: mediarelations-in@lindt.com
www.lindt.com

AKTIENREGISTER

Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli AG
Aktienregister
c/o Nimbus AG
Postfach
CH-8866 Ziegelbrücke
Telefon +41 55 617 37 56
Fax +41 55 617 37 38
E-mail: lindt@nimbus.ch

Zukunftsbezogene Stellungnahmen:

Einige der im Halbjahresbericht geäusserten Stellungnahmen beruhen auf zukunftsbezogenen Annahmen. Die tatsächlichen Ergebnisse können davon aus unterschiedlichen Gründen abweichen. Hierzu zählen unter anderem Faktoren wie allgemeine Wirtschaftsbedingungen, Schwankungen im Währungs- und Rohstoffsektor sowie regulatorische Entwicklungen. Vorausschauende Aussagen in diesem Bericht werden weder aktualisiert noch revidiert. Der Halbjahresbericht erscheint in Deutsch und Englisch, wobei die deutsche Textversion bindend ist.

© Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli AG, 21. August 2012

Impressum

Projektleitung: Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli AG

Gestaltung: Eclat AG, Erlenbach ZH

Produktion: Neidhart + Schön AG, Zürich



LINDT & SPRÜNGLI

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

www.lindt.com