



LINDT & SPRÜNGLI

**HALBJAHRESBERICHT
JANUAR – JUNI 2015**

INHALT

HALBJAHRESBERICHT 2015

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

- Organisches Wachstum der Lindt & Sprüngli Gruppe exkl. Russell Stover +9,4 %
- Wachstum der Lindt & Sprüngli Gruppe in Lokalwährung inkl. Russell Stover +24,9 %
- Steigerung des Gruppenumsatzes um +17,4 % auf CHF 1,409 Milliarden (inkl. Russell Stover)
- Marktanteilsgewinne in allen strategisch wichtigen Märkten
- Integration von Russell Stover, der grössten Akquisition in der Firmengeschichte, nach Plan
- Erhöhung des Betriebsgewinns (EBIT) um +17,5 % auf CHF 90,6 Millionen
- Mittel- bis langfristiges organisches Umsatzwachstumsziel für das Gesamtjahr bestätigt

VEREHRTE AKTIONÄRINNEN UND AKTIONÄRE

Lindt & Sprüngli erwirtschaftete in der ersten Jahreshälfte 2015 wiederum ein überaus erfreuliches Ergebnis. Die vor langem eingeleitete langfristige Wachstumsstrategie unserer Gruppe zahlt sich auch unter herausfordernden Rahmenbedingungen aus. Mit einem überdurchschnittlichen organischen Umsatzwachstum von 9,4 % bestätigen wir im ersten Halbjahr einmal mehr unseren jahrelangen Erfolgskurs. Dies trotz rekordhoher Rohstoffpreise, eines starken Schweizer Frankens sowie lediglich leicht wachsender und teilweise stagnierender Schokolademärkte. Das solide Wachstum kommt aus den europäischen Kernmärkten, Nordamerika, den Aufbaumärkten und dem eigenen Laden-Verkaufsnetz Global Retail. In Nordamerika wachsen wir zweistellig und bauen unsere bereits starke Leaderposition mit der Integration der im Vorjahr akquirierten Schokoladefirma Russell Stover weiter aus. Mit Einbezug des in der Berichtsperiode 2015 erstmals konsolidierten Umsatzanteils von Russell Stover beträgt die Steigerung in Lokalwährungen 24,9 %. Der permanente Erfolg ist die Bestätigung, dass Lindt & Sprüngli seit Jahren zu den erfolgreichsten Premium-Schokoladeunternehmen der Welt zählt.

Die rekordhohen Rohstoffpreise für Kakaobohnen, Haselnüsse und Mandeln sowie die anhaltende Frankenstärke machten auch Lindt & Sprüngli zu schaffen. Gerade auch vor dem Hintergrund dieser Herausforderungen zahlt sich das langjährige und erfolgreiche Lindt & Sprüngli-Geschäftsmodell ganz besonders aus. Wir können aufgrund des kompromisslosen Bekenntnisses zur höchsten Qualität, des anhaltenden Innovationsrhythmus, der klaren Marktpositionierung sowie der stetigen Investitionen in die Marke und in neue Technologien von unserer gezielt umgesetzten Strategie profitieren. Lindt & Sprüngli sichert sich damit erfolgreich ihre Position als Nr. 1

im Premium Schokoladebereich. Dank der anhaltenden Investitionen in die Marken und in die Produktionsstandorte gelingt es, die Preiserhöhungen an den Rohstoffmärkten über Effizienzoptimierungen und Kapazitätssteigerungen zumindest teilweise zu verkraften und Premium-Produkte mit einem echten und überzeugenden Mehrwert anzubieten, wofür Konsumentinnen und Konsumenten bereit sind, die vorgenommenen selektiven Preisanpassungen zu akzeptieren.

In allen Regionen ist es Lindt & Sprüngli gelungen organisch zu wachsen und in den strategisch wichtigen Märkten konnten wiederum zusätzliche Marktanteile gewonnen werden. Dies obwohl die Schlüsselmärkte für Schokolade in der Schweiz und in Europa weitgehend gesättigt sind und die Handelslandschaft in diesen Märkten äusserst anspruchsvoll ist. In einem trägen Schweizer Schokolademarkt erzielten wir gute Resultate. Dies gilt auch für den LINDT Umsatz in den nach wie vor wachsenden modernen Handelskanälen in Italien. Die Zunahme der LINDT Umsätze in Deutschland und in Frankreich liegt weit über dem Marktdurchschnitt und in UK sogar im zweistelligen Bereich.

Ebenfalls zweistellig wächst Lindt & Sprüngli in Nordamerika. Mit den Marken LINDT und GHIRARDELLI erzielten wir ein Umsatzplus von 10,3 %. Das Unternehmen wächst damit wie bereits in der Vorjahresperiode deutlich schneller als der Gesamtschokolademarkt. Das im letzten Sommer akquirierte amerikanische Traditionsunternehmen Russell Stover, dessen Integration auf allen Ebenen zügig vorangetrieben wird, entwickelte sich in den ersten sechs Monaten entsprechend unseren ambitionierten Erwartungen. Diese strategisch wichtige und grösste Akquisition in unserer Firmengeschichte ermöglicht es uns, unsere bereits heute starke Position im weltweit grössten Schokolademarkt weiter auszubauen.

Auch in Australien setzt Lindt & Sprüngli ihren jahrelangen Erfolgskurs fort: Die australische Tochtergesellschaft verzeichnete mit einer hohen zweistelligen Umsatzsteigerung eine besonders dynamische Entwicklung. Aber auch in den neuen Aufbaumärkten Japan, Südafrika, Russland und Brasilien konnten erfreuliche Fortschritte verzeichnet werden.

Einen immer wichtigeren Beitrag leistet die Global Retail-Division mit ihrem Konzept, das die stete Erweiterung des eigenen weltweiten Ladennetzes umfasst. Dieses Konzept bildet ein entscheidendes Element unserer zukunftsorientierten Expansionsstrategie. Diesem zunehmend wichtigen und stetig wachsenden Geschäftszweig kommt sowohl in den Kernmärkten als auch in Märkten mit noch unterentwickelter Schokoladetradition eine erfolgsrelevante Bedeutung zu. Dies zeigt sich auch im Heimmarkt Schweiz. Im letzten Jahr haben wir bereits an bedeutenden Schweizer Touristenpunkten zwei zentrale Läden eröffnet, die neue Impulse schaffen: im Verkehrshaus Luzern sowie auf dem Jungfrauojoch, wo wir auf 3271 m ü. M. den höchstgelegenen Shop in Europa mit ausserordentlichem Erfolg führen. Mitte Juni 2015 folgte nun Zermatt: Pünktlich auf die 150-Jahr-Feier der Erstbesteigung des Matterhorns haben wir an bester Lage einen exklusiven LINDT Shop eröffnet. Dieser bietet eine herrliche Sicht auf das Matterhorn, das wie kein anderes Wahrzeichen für die Schweiz steht und eine der meistfotografierten Touristenattraktionen ist.

Der Umsatz unserer Gruppe beläuft sich per 30. Juni 2015 auf CHF 1,409 Mrd. Dies entspricht einem Wachstum in Schweizer Franken von 17,4% (in Lokalwährungen +24,9%). Ohne Einbezug von Russell Stover beträgt das organische Wachstum 9,4%. Der Währungseffekt auf den in Schweizer Franken ausgewiesenen Gruppen-

umsatz (inklusive der Akquisition von Russell Stover) beträgt –7,5%.

Der Betriebsgewinn (EBIT) verzeichnete per 30. Juni 2015 gegenüber dem Vorjahr ein Plus von 17,5% und belief sich auf CHF 90,6 Mio. Der Währungseffekt aufgrund der Frankenaufwertung auf EBIT-Stufe beträgt –10,6%. Der Reingewinn der Gruppe lag bei CHF 65,0 Mio. nach Abzug des aufgrund des Gewinnbeitrags von Russell Stover auf 27,5% leicht gestiegenen Ertragssteuersatzes. Gegenüber der Vorjahresperiode entspricht dies einer Steigerung von CHF 9,2 Mio. respektive 16,5%.

Ausblick — Der starke Schweizer Franken und die hohen Rohstoffpreise stellen für Lindt & Sprüngli weiterhin grosse Herausforderungen dar. Wir bestätigen das mittel- bis langfristige jährliche organische Umsatzwachstumsziel von 6 bis 8%. Oberste Priorität hat im laufenden Jahr die Integration von Russell Stover in die Unternehmensgruppe. Diese wird zügig vorangetrieben. Nach erfolgreichem Abschluss dieser Integration wird Lindt & Sprüngli wiederum am langfristigen Ertragsziel bezüglich einer Steigerung der EBIT-Marge von 20 bis 40 Basispunkten festhalten.



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. Unter 40% des Gesamtjahresumsatzes werden im ersten Halbjahr erzielt. Diesen Zahlen aus dem ersten Semester 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 jeweils deutlich unter dem Ausweis für das Gesamtjahr.

MARKTUMFELD

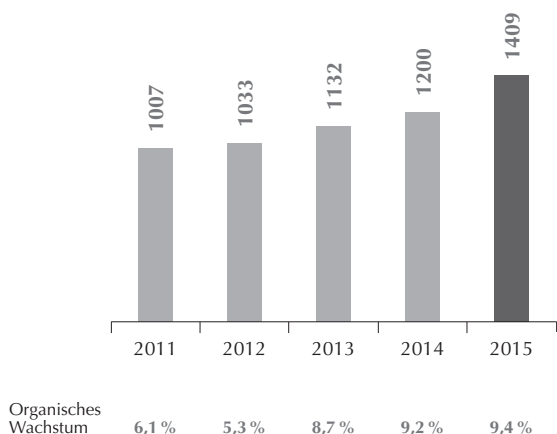
In den für Lindt & Sprüngli wichtigen Märkten hat sich die Konjunktur aufgrund der weiterhin expansiven Geldpolitik der Notenbanken stabilisiert respektive leicht verbessert. In den entwickelten Märkten war die Konsumentenstimmung entsprechend positiv. Anhaltende Herausforderungen ergeben sich für das Unternehmen aus dem Entscheid der Schweizerischen Nationalbank (SNB) am Anfang des

Jahres, die Mindestgrenze des Euro-Franken-Wechselkurses aufzugeben, den steigenden Rohstoffpreisen bei Kakao, Haselnüssen und Mandeln sowie dem starken Wettbewerbsdruck im Detailhandel. Diese Tendenz zu steigenden Preisen an den Rohstoffmärkten, die nur bedingt an Handel und Konsumentinnen und Konsumenten weitergegeben werden können, bleibt bestehen.

Schokolademarkt – Die Volumina in den wichtigen Schokolademärkten entwickelten sich gesamthaft lediglich leicht wachsend und teilweise stagnierend. Das Premium-Schokoladesegment weist jedoch nach wie vor ein überdurchschnittliches Wachstum aus. Mit ein Grund für den volumenmässig verhaltenen Gesamtmarkt waren die steigenden Rohstoffpreise, allen voran die Preiserhöhung bei Kakao, und die in der Folge von der Industrie gemachten Preiserhöhungen. Obwohl Lindt & Sprüngli ihre Preise punktuell ebenfalls erhöht hat – etwas stärker in den USA als in den europäischen Märkten – konnte ein erfreuliches Volumen- und Preiswachstum erzielt werden.

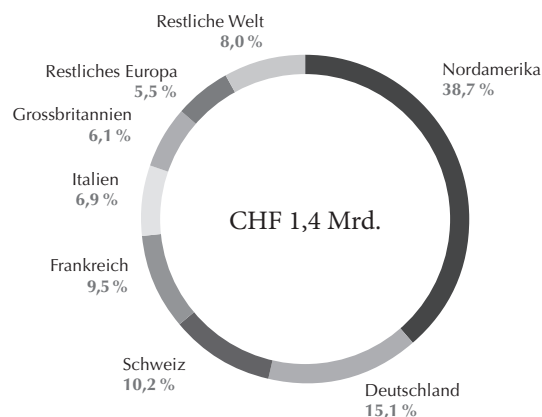
GRUPPENUMSATZ

1. Halbjahr 2015, in CHF Mio.



UMSATZ NACH LÄNDERN

1. Halbjahr 2015



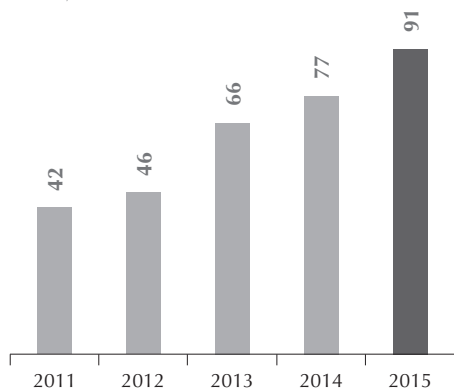
Währungen — Durch den Entscheid der SNB, den Euro-Mindestkurs aufzugeben, wertete sich der Schweizer Franken massiv auf. Nicht nur der Euro, sondern auch der kanadische und australische Dollar, das britische Pfund und Währungen in den Schwellenländern (BRL, RUB und ZAR) verloren gegenüber dem Schweizer Franken teilweise stark an Wert. Im Gegensatz dazu konnte der US-Dollar im Vergleich zum Vorjahr leicht an Wert gewinnen. Der Währungseffekt auf den ausgewiesenen Gruppenumsatz beträgt $-7,5\%$. Auf EBIT-Stufe beläuft er sich auf $-10,6\%$. Gleichzeitig erhöhten sich die Kosten für die Abnehmer von Exporten aus der Schweizer Produktionsstätte in den Bereichen Duty Free, den Verkäufen an Distributoren und an Schwestergesellschaften. Bei den Auswirkungen der weiteren Aufwertung der Heimwährung gilt es zudem weiter zu berücksichtigen, dass der Aufwand für den Verwaltungssitz in Schweizer Franken anfällt.

Rohstoffe — Die Preise für wichtige Rohstoffe zur Schokoladeherstellung stiegen im ersten Halbjahr erneut deutlich an. Insbesondere erhöhten sich die Preise für Kakaobohnen seit Jahresende 2014 um über 10% . Trotz der leicht sinkenden Gesamtnachfrage treiben die Erwartung von geringen Ernten aufgrund schlechterer klimatischer Bedingungen und historisch rekordhohe spekulative Positionen an den Terminmärkten die Preise weiter nach oben. Zusätzlich haben sich die Preise für Haselnüsse und Mandeln gegenüber dem Vorjahr fast verdoppelt. Ein Frost im 2014 während der Blütezeit der Haselnusssträucher und der daraus resultierende Ernteausfall sowie die Trockenheit im weltweit grössten Mandelanbaugebiet im Norden Kaliforniens sind dafür verantwortlich. Leicht zurückgegangen sind die Preise für Milch und Zucker.

Handel — Die Wettbewerbssituation im Handel ist nach wie vor sehr anspruchsvoll und wird weiterhin über den Preis ausgetragen. Lindt & Sprüngli hat die Produktpreise selektiv erhöht. In den europäischen Märkten mit keiner

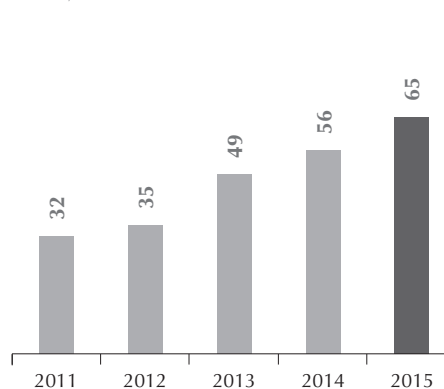
BETRIEBSERGEBNIS (EBIT) ERSTES HALBJAHR

1. Halbjahr 2015, in CHF Mio.



REINGEWINN

1. Halbjahr 2015, in CHF Mio.



oder sogar negativer Inflation erfolgten die Anpassungen jedoch zurückhaltend. Dank des breiten Angebots an permanenten und saisonalen Aktivitäten am Verkaufspunkt sowie zahlreicher innovativer und gefragter Produktangebote ist Lindt & Sprüngli im Premium-Schokoladebereich ein wichtiger Partner für den Handel.

UMSATZ

Lindt & Sprüngli erzielte per 30. Juni 2015 einen Umsatz von CHF 1,409 Mrd. Dies entspricht einem Wachstum in Schweizer Franken von 17,4% (in Lokalwährungen +24,9%). Ohne Einbezug von Russell Stover beträgt das organische Wachstum 9,4%. Es liegt damit über der mittel- bis langfristigen Zielgrösse von 6 bis 8%. Alle drei geografischen Regionen trugen zu diesem erfreulichen Resultat bei: «Europa» mit +6,9%, «NAFTA» (exklusive Russell Stover) mit +10,3% und «Rest der Welt» mit +18,2%. Lindt & Sprüngli wächst damit deutlich schneller als der Gesamtschokolademarkt und erzielte weitere bedeutende Marktanteilsgewinne. Das überdurchschnittliche Wachstum wurde dank steigender Volumen, einer laufenden Optimierung des Produktmixes sowie innovativer Produktlancierungen und saisonaler Verkaufshöhepunkte erzielt. Der Währungseffekt auf den Umsatz aufgrund des weiterhin steigenden Schweizer Frankens beträgt -7,5%. Einen immer wichtigeren Beitrag zum Gruppenwachstum leistet die Global Retail-Division. Sie verzeichnete im ersten Halbjahr 2015 wiederum ein starkes organisches Umsatzwachstum von 18,9%. Die Eröffnung von 16 zusätzlichen Verkaufspunkten an ausgewählten Schlüsselstandorten trieb diese positive Dynamik.

PRODUKTSEGMENTE

Saisonales Angebot — Als weltweit führender Hersteller von Premium-Schokolade ist Lindt & Sprüngli insbesondere an den saisonalen Feiertagen sehr stark vertreten und baut seine führende Position kontinuierlich aus. In die erste Jahreshälfte fallen jeweils der Valentinstag, das Osterfest und der Muttertag. Sie alle laden ein, feinste Schokolade bester Qualität zu verschenken oder selber zu geniessen. Das Angebot wird jedes Jahr um attraktive Neuheiten ergänzt und es werden neue Verpackungskreationen entwickelt. Für jede Gelegenheit findet sich so das passende LINDT Geschenk. Der GOLDHASE, der seit 1952 traditionell ins Osterangebot gehört, und die saisonalen Spezialitäten der LINDOR Linie waren auch im ersten Halbjahr 2015 besonders begehrt.

Pralinés — Die wichtigste Produktlinie ist in diesem Bereich LINDOR. Die zartschmelzende Kreation in Kugelform wird immer wieder mit lokal angepassten Geschmacksrichtungen für jedes Land ergänzt. Das Bestsellerprodukt begeistert rund um den Globus Konsumentinnen und Konsumenten mit insgesamt 21 Variationen. Die Akzeptanz für dieses Produkt ist aussergewöhnlich gross und bildet damit eine hervorragende Ausgangsbasis für die Bearbeitung der Aufbaumärkte. Im ersten Halbjahr 2015 konnte diese Kategorie sowohl mit LINDOR als auch mit einer grossen Anzahl an assortierten Pralinés-Angeboten erneut überdurchschnittlich zulegen.

Tafeln — Die wichtigsten Marken bei den Schokoladetafeln, EXCELLENCE und CREATION, verzeichneten auch im ersten Halbjahr 2015 erfreuliche Wachstumsraten. Immer wieder überrascht Lindt & Sprüngli in diesem Bereich mit neuen kreativen Angeboten. Bezüglich Rezeptur, Format und Gestaltung werden diese immer wieder dem Zeitgeist angepasst und setzen damit neue

Trends. So auch bei der dunklen Schokolade mit hohem Kakaogehalt: Seit Jahrzehnten ist hier Lindt & Sprüngli einer der innovativsten Produzenten. Mit der erfolgreich lancierten Linie HELLO ist LINDT noch moderner geworden: Die Lifestyle-Linie begeistert vor allem auch ein jüngeres und junggebliebenes Publikum.

MARKTSEGMENTE

Europa — Das organische Wachstum in Lokalwährungen lag im Segment «Europa» im ersten Halbjahr 2015 bei 6,9%. Der Euro verlor gegenüber der Vorjahresperiode aufgrund des SNB-Entscheids zur Aufgabe des Mindestkurses stark an Wert. In Schweizer Franken reduzierte sich der Umsatz um 4,9% auf CHF 683,0 Mio. (Vorjahr: CHF 718,0 Mio.). In Lokalwährungen erzielten trotz hoher Sättigung einmal mehr die wichtigen Märkte Deutschland, Frankreich und vor allem UK sehr gute Wachstumsraten. Auch die Schweiz und Italien, wo die Märkte weniger starke Impulse ausweisen, überzeugten mit beachtlichen Resultaten.

Nordamerika — Lindt & Sprüngli erwirtschaftete im Segment «NAFTA» (exklusive Russell Stover) einen Umsatz von CHF 370,1 Mio. und erzielte damit ein ausgezeichnetes Wachstum in Schweizer Franken von 19,4%. Das organische Wachstum liegt bei 10,3% aufgrund der besseren Notierung des US-Dollar gegenüber dem Schweizer Franken. Zu diesem Resultat trugen die beiden Tochtergesellschaften mit den Marken LINDT und GHIRARDELLI bei. Wiederum konnten sie bedeutende Marktanteile gewinnen. Das zweistellige Wachstum in Nordamerika wird durch die gegenüber dem Vorjahr erstmalige Konsolidierung des traditionsreichen amerikanischen Familienunternehmens Russell Stover gestärkt. In dieser ersten Halbjahresperiode legte die NAFTA-Region in Schweizer Franken um 69,2% auf CHF 544,9 Mio. zu.

Die Integration läuft planmässig und stärkt den Auftritt von Lindt & Sprüngli im Premium-Schokoladesegment in Nordamerika, dem weltweit wichtigsten Schokolademarkt.

Rest der Welt — Die Länder in diesem Segment steigerten in Lokalwährungen ihren Umsatz um 18,2% auf CHF 181,0 Mio. Dies entspricht in Schweizer Franken einem Zuwachs von 13,3%. Das tiefere Wachstum in Schweizer Franken ist auf die Währungsschwächen von AUD, JPY, ZAR und BRL zurückzuführen. Mit einem sehr erfreulichen Wachstum wartete erneut Australien auf. Ebenso entwickelten sich die Tochtergesellschaften Südafrika und Russland sehr positiv. Dasselbe gilt für Japan: Die japanische Tochtergesellschaft betreibt inzwischen 15 Boutiquen. Der Aufbau der brasilianischen Gesellschaft als Joint Venture mit der CRM Group läuft ebenfalls wie erwartet positiv und umfasst unterdessen neun LINDT Läden. Das vor allem aus der Schweiz heraus betriebene weltweite Distributorengeschäft konnte trotz des starken Schweizer Frankens zulegen und unterstützt langfristig den Aufbau der Marke LINDT in über 120 Ländern.

KOSTEN

Auf der Aufwandseite ist für das erste Halbjahr 2015 zu berücksichtigen, dass gegenüber dem Vorjahr erstmals Russell Stover miteinbezogen wird. Aufgrund des kontinuierlichen Anstiegs der Materialpreise in den letzten Jahren wurden Programme zur Effizienzsteigerung in allen Bereichen initiiert. In der Produktion, dem Verpackungseinkauf, den indirekten Kosten und der Administration konnten damit Fortschritte erzielt werden. Der Materialaufwand und die Lagerbestandsveränderungen ergeben eine kombinierte Aufwandratio von 36,2% (Vorjahr: 35,2%). Inklusiv der erstmals erfassten Mitarbeiten-

den von Russell Stover erhöhte sich die Anzahl der weltweiten Vollzeitstellen im ersten Halbjahr 2015 gegenüber dem Vorjahr um 3298 auf 12 043 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Aufgrund der weiter stark steigenden Volumina finden sich die neu geschaffenen Arbeitsplätze vorwiegend im Produktionsbereich und im eigenen Retail-Verkaufsbereich. Im Verhältnis zum Umsatz stieg der Personalaufwand aufgrund der erstmals konsolidierten relativ hohen Anzahl von Mitarbeitenden von Russell Stover gegenüber dem Vorjahr um 70 Basispunkte auf 26,5 % (Vorjahr: 25,8 %). Die Betriebsaufwandratio erreichte 27,2 % und liegt damit unter dem Vorjahreswert (29,0 %). Wie in den Vorjahren wurden im ersten Halbjahr 2015 die Marketingausgaben erhöht. Der Rückgang der Aufwandratio basiert im Wesentlichen auf einer gegenüber dem Umsatzwachstum unterproportionalen Zunahme der Kosten in den Bereichen Verkauf und Administration.

ERTRAG

Bei den absoluten Performancezahlen konnten gegenüber dem Vorjahr wiederum beachtliche Fortschritte erzielt werden. Der Betriebsgewinn (EBIT) per Ende Juni 2015 beträgt CHF 90,6 Mio. Dies entspricht einer Steigerung um CHF 13,5 Mio. oder 17,5 % gegenüber der Vergleichsperiode 2014 (CHF 77,1 Mio.). Der aufgrund der Frankenaufwertung zu verzeichnende Währungseffekt auf EBIT-Stufe bei der Konsolidierung beträgt gegenüber der Vorjahresperiode –10,6 %. Die erneute Steigerung des EBIT ist auf das gute Umsatz- und Volumenwachstum, Effizienzsteigerungen in den Produktionsprozessen, laufende Kosteneinsparungen und die erstmalige Konsolidierung von Russell Stover für das erste Halbjahr 2015 zurückzuführen.

Beim Netto-Finanzergebnis weist Lindt & Sprüngli, trotz grosser Währungseffekte, Negativzinsen in Schweizer Franken und der erstmaligen Verzinsung der emittierten Obligationenanleihen im ersten Halbjahr 2015 CHF –0,9 Mio. aus und liegt damit auf Vorjahreshöhe (CHF –0,7 Mio.). Der Ertragssteuersatz der Gruppe liegt in den ersten sechs Monaten 2015 bei 27,5 % (Vorjahr: 27,0 %). Die leichte Erhöhung ist auf den Gewinnbeitrag von Russell Stover zurückzuführen. Dieser wird mit dem US-Corporate-Steuersatz von über 35 % belastet. Nach Abzug der Steuern liegt der Reingewinn für das erste Halbjahr 2015 bei CHF 65,0 Mio. Dies entspricht einer Steigerung von CHF 9,2 Mio. oder 16,5 % im Vergleich zur Vorjahresperiode (CHF 55,8 Mio.).

BILANZ

Die Bilanzsumme per 30. Juni 2015 reduzierte sich gegenüber dem Jahresende 2014 um rund CHF 186 Mio. auf CHF 5 396 Mio. Der Rückgang auf der Aktivseite ist im Wesentlichen auf die übliche saisonale Abnahme der Kundenforderungen gegenüber dem Jahresende – teilweise kompensiert durch eine Erhöhung der Warenvorräte aufgrund der gestiegenen Materialpreise – zurückzuführen. Die Netto-Finanzposition beläuft sich per 30. Juni 2015 auf rund CHF –755 Mio. (Jahresende 2014: CHF –844 Mio.). Dies entspricht einer Verbesserung um CHF 89 Mio. In Prozent zur Bilanzsumme reduziert sich die Eigenkapitalratio leicht auf 52,2 % (31. Dezember 2014: 53,8 %). Die Reduktion ist wiederum auf die massive Frankenaufwertung zurückzuführen.

AUSSICHTEN GESAMTJAHR 2015

AUSBLICK

Umsatz — Für das Gesamtjahr 2015 bestätigt Lindt & Sprüngli die bekannte mittel- bis langfristige strategische Wachstumsprognose in Lokalwährungen in der Bandbreite von 6 bis 8%.

Ertrag — Die Integration von Russell Stover in den USA hat im laufenden Jahr für die Unternehmensgruppe oberste Priorität und wird zügig vorangetrieben. Mit dieser Integration wird Lindt & Sprüngli zu einem der drei bedeutendsten Schokoladenhersteller im US-Schokolademarkt und wird damit eine Führungsposition im Bereich der Premium- und Saisonprodukte einnehmen. Die anhaltende Frankenstärke und die hohen Rohstoffpreise bilden für das Unternehmen unverändert grosse Herausforderungen. Die Unternehmensgruppe erwartet nach erfolgreichem Abschluss der Integration von Russell Stover wiederum eine Steigerung der Betriebsgewinnmarge im Rahmen der mittel- bis langfristigen jährlichen Zielvorgabe von 20 bis 40 Basispunkten.

Investitionen — Der anhaltende Erfolg von Lindt & Sprüngli basiert auf einem kompromisslosen Premium-Bekenntnis. Um die höchste Produktqualität und -sicherheit sowie eine nachhaltige Beschaffung der Rohstoffe zu gewährleisten, kontrolliert das Unternehmen alle für den Ankauf, die Produktion und den Vertrieb notwendigen Prozesse: Nur die hochwertigsten Rohstoffe – allen voran die beste Auswahl an Kakaobohnen –, eine sorgfältige und verantwortungsbewusste Herstellung sowie eine Endverpackung, die dem Premium-Anspruch entspricht und den Konsumenten Freude bereitet, ermöglicht dies. Kontinuierlich investiert Lindt & Sprüngli deshalb in die Gebäude und Produktionsanlagen an allen Standorten. Damit ist das Unternehmen jederzeit bestens gerüstet, um die Nachfrage der Konsumentinnen und Konsumenten sicherzustellen. 2015 wird Lindt & Sprüngli Investitionen in der Grössenordnung von gegen CHF 280 Mio. tätigen.

KONSOLIDIERTE BILANZ (UNGEPRÜFT)

CHF Mio.	30. Juni 2015		31. Dezember 2014	
AKTIVEN				
Sachanlagen	1 038,6		1 088,1	
Immaterielle Anlagen	1 335,3		1 394,5	
Finanzanlagen	1 258,3		1 215,7	
Latente Steueraktiven	49,4		61,1	
Total Anlagevermögen	3 681,6	68,2 %	3 759,4	67,4 %
Warenvorräte	665,0		611,7	
Kundenforderungen	319,5		917,5	
Sonstige Forderungen	118,4		105,2	
Aktive Rechnungsabgrenzungen	4,6		2,2	
Derivative Vermögenswerte	32,1		13,5	
Wertschriften und kurzfristige Finanzanlagen	51,2		0,2	
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	523,1		171,8	
Total Umlaufvermögen	1 713,9	31,8 %	1 822,1	32,6 %
Total Aktiven	5 395,5	100,0 %	5 581,5	100,0 %
PASSIVEN				
Aktien- und PS-Kapital	23,4		23,2	
Eigene Aktien und PS	- 158,1		- 159,8	
Kapital- und Gewinnreserven	2 949,8		3 136,7	
Total Eigenkapital der Aktionäre	2 815,1		3 000,1	
Nicht beherrschende Anteile	3,5		1,6	
Total Eigenkapital	2 818,6	52,2 %	3 001,7	53,8 %
Anleihen	996,8		996,6	
Darlehen	1,2		1,3	
Latente Steuerpassiven	380,6		371,6	
Vorsorgeverpflichtungen	208,1		180,3	
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	8,2		11,2	
Rückstellungen	78,7		77,4	
Total langfristiges Fremdkapital	1 673,6	31,0 %	1 638,4	29,3 %
Lieferantenverbindlichkeiten	143,4		190,1	
Sonstige Verbindlichkeiten	15,5		41,7	
Laufende Ertragssteuerverpflichtungen	8,2		76,4	
Passive Rechnungsabgrenzungen	382,6		582,1	
Derivative Verpflichtungen	22,4		32,8	
Banken- und Finanzverpflichtungen	331,2		18,3	
Total kurzfristiges Fremdkapital	903,3	16,8 %	941,4	16,9 %
Total Fremdkapital	2 576,9	47,8 %	2 579,8	46,2 %
Total Passiven	5 395,5	100,0 %	5 581,5	100,0 %

Die Erläuterungen im Anhang sind Bestandteil des Halbjahresabschlusses.

KONSOLIDIERTE ERFOLGSRECHNUNG (UNGEPRÜFT)

CHF Mio.	Januar – Juni 2015		Januar – Juni 2014	
ERTRÄGE				
Umsatz	1 408,9	100,0 %	1 199,9	100,0 %
Übrige Erträge	7,5		7,9	
Total Erträge	1 416,4	100,5 %	1 207,8	100,7 %
AUFWAND				
Materialaufwand	-568,1	-40,3 %	-444,1	-37,0 %
Bestandesänderung Lager	58,0	4,1 %	21,1	1,8 %
Personalaufwand	-372,8	-26,5 %	-309,1	-25,8 %
Betriebsaufwand	-383,7	-27,2 %	-347,7	-29,0 %
Abschreibungen/Wertbeeinträchtigungen	-59,2	-4,2 %	-50,9	-4,2 %
Total Aufwand	-1 325,8	-94,1 %	-1 130,7	-94,2 %
Operatives Ergebnis	90,6	6,4 %	77,1	6,4 %
Finanzertrag	3,4		2,5	
Finanzaufwand	-4,3		-3,2	
Gewinn vor Steuern	89,7	6,4 %	76,4	6,4 %
Steuern	-24,7		-20,6	
Reingewinn	65,0	4,6 %	55,8	4,7 %
davon zurechenbar auf nicht beherrschende Anteile	0,5		-	
davon zurechenbar auf Aktionäre der Muttergesellschaft	64,5		55,8	
Unverwässerter Reingewinn je Aktie/10 PS (in CHF)	278,1		243,2	
Verwässerter Reingewinn je Aktie/10 PS (in CHF)	272,6		234,8	

Die Erläuterungen im Anhang sind Bestandteil des Halbjahresabschlusses.

GESAMTERGEBNISRECHNUNG (UNGEPRÜFT)

CHF Mio.	Januar–Juni 2015	Januar–Juni 2014
Reingewinn	65,0	55,8
Sonstige Ergebnisse nach Steuern		
Positionen, welche nicht in die Erfolgsrechnung reklas­siert werden		
Neubewertung von leistungsorientierten Vorsorgeplänen	–8,9	75,8
Positionen, welche künftig in die Erfolgsrechnung reklas­siert werden könnten		
Hedge Accounting	5,1	0,1
Währungsumrechnung	–148,9	–4,4
Gesamtergebnis der Periode	–87,7	127,3
davon zurechenbar auf nicht beherrschende Anteile	0,1	–
davon zurechenbar auf Aktionäre der Muttergesellschaft	–87,8	127,3

VERÄNDERUNG DES KONSOLIDierten EIGENKAPITALS (UNGEPRÜFT)

CHF Mio.	Aktien-/ PS-Kapital	Eigene Aktien/PS	Kapital- reserven	Hedge Accounting	Gewinn- reserven	Kumulierte Umrech- nungs- differenzen	Eigenkapital der Aktionäre	Nicht be- herrschende Anteile	Total Eigenkapital
Bilanz per 1. Januar 2014	22,9	–71,3	371,4	10,5	2 554,8	–253,4	2 634,7	–	2 634,7
Gesamtergebnis der Periode	–	–	–	0,1	131,6	–4,4	127,3	–	127,3
Kapitalerhöhung ¹⁾	0,2	–	48,5	–	–	–	48,7	–	48,7
Kauf eigener Aktien und PS ²⁾	–	–42,1	–	–	–	–	–42,1	–	–42,1
Aktienbasierte Entschädigung ³⁾	–	1,2	–	–	9,2	–	10,4	–	10,4
Umbuchung in Gewinnreserven	–	–	–126,3	–	126,3	–	–	–	–
Dividende	–	–	–	–	–148,0	–	–148,0	–	–148,0
Bilanz per 30. Juni 2014	23,1	–112,2	293,7	10,6	2 673,9	–257,8	2 631,1	–	2 631,1
Bilanz per 1. Januar 2015	23,2	–159,8	318,9	8,8	2 981,8	–172,6	3 000,1	1,6	3 001,7
Gesamtergebnis der Periode	–	–	–	5,1	55,6	–148,5	–87,8	0,1	–87,7
Kapitalerhöhung ¹⁾	0,2	–	56,9	–	–	–	57,1	1,8	58,9
Verkauf eigener Aktien und PS ⁴⁾	–	0,5	–	–	0,8	–	1,3	–	1,3
Aktienbasierte Entschädigung ³⁾	–	1,2	–	–	9,5	–	10,7	–	10,7
Umbuchung in Gewinnreserven	–	–	–74,6	–	74,6	–	–	–	–
Dividende	–	–	–	–	–166,3	–	–166,3	–	–166,3
Bilanz per 30. Juni 2015	23,4	–158,1	301,2	13,9	2 955,8	–321,1	2 815,1	3,5	2 818,6

1) Die bei der Ausübung der Mitarbeiteroptionen angefallenen Transaktionskosten sind in den Kapitalreserven enthalten (Betrag in 2015 TCHF 831; Vorjahr TCHF 653) und werden per Jahresende mit den Gewinnreserven verrechnet.

2) Im Rahmen des Aktienrückkaufprogramms erwarb die Gruppe in der Periode zwischen Januar und Juni 2014 23 eigene Namenaktien und 9652 eigene Partizipationsscheine. Die durchschnittlichen Erwerbskosten betragen CHF 50 076 pro Aktie und CHF 4244 pro Partizipationsschein.

3) In 2015 beinhaltet die Position «Aktienbasierte Entschädigung» auch die Zuteilung von 50 eigenen Aktien an den CEO der Gruppe im Betrag von CHF 2,9 Mio. (2014: 50 eigene Aktien im Betrag von CHF 2,4 Mio.).

4) Im Mai 2015 verkaufte die Gruppe insgesamt 24 eigene Namenaktien zu durchschnittlich CHF 58 845 pro Aktie. Der daraus resultierende Gewinn von TCHF 836 wurde den Gewinnreserven gutgeschrieben.

Die Erläuterungen im Anhang sind Bestandteil des Halbjahresabschlusses.

KONSOLIDIERTE GELDFLUSSRECHNUNG (UNGEPRÜFT)

CHF Mio.	Januar – Juni 2015		Januar – Juni 2014	
Reingewinn	65,0		55,8	
Abschreibungen/Wertbeeinträchtigungen	59,2		50,9	
Veränderung Rückstellungen, Wertberichtigungen und Vermögenswerte aus Vorsorgeplänen	0,4		–5,3	
Abnahme (+)/Zunahme (–) Kundenforderungen	521,7		361,0	
Abnahme (+)/Zunahme (–) Warenvorräte	–97,2		–66,4	
Abnahme (+)/Zunahme (–) Vorauszahlungen und sonstige Forderungen	–23,6		–23,8	
Abnahme (+)/Zunahme (–) aktive Rechnungsabgrenzung und derivative Vermögenswerte und -verpflichtungen	–26,6		–6,7	
Abnahme (–)/Zunahme (+) Lieferantenkreditoren	–27,6		–53,6	
Abnahme (–)/Zunahme (+) übrige Kreditoren und passive Rechnungsabgrenzung	–236,8		–152,1	
Übrige nicht geldwirksame Einflüsse ¹⁾	73,5		11,0	
Geldfluss aus Geschäftstätigkeit (operativer Cash Flow)		308,0		170,8
Investitionen Sachanlagen	–99,4		–99,3	
Desinvestitionen Sachanlagen	0,5		0,6	
Investitionen immaterielle Anlagen	–5,0		–5,8	
Desinvestitionen (+)/Investitionen (–) Finanzanlagen (exkl. Vorsorgevermögen)	–		–2,5	
Wertschriften und kurzfristige Finanzanlagen				
Investitionen	–51,6		–254,1	
Desinvestitionen	0,6		252,9	
Geldfluss aus Investitionstätigkeit		–154,9		–108,2
Aufnahme Bankverbindlichkeiten	42,1		–	
Rückzahlung Bankverbindlichkeiten	–		–2,0	
Aufnahme Darlehen	273,7		–	
Rückzahlung Darlehen	–		–1,9	
Kapitalerhöhung (inklusive Agio)	57,1		48,7	
Erwerb eigener Aktien und PS	–		–42,1	
Verkauf eigener Aktien	1,4		–	
Dividende	–166,3		–148,0	
Cash flow mit nicht beherrschenden Anteilen	1,8		–	
Geldfluss aus Finanzierungstätigkeit		209,8		–145,3
Zunahme (+)/Abnahme (–) der Zahlungsmittel		362,9		–82,7
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am 1. Januar	171,8		619,4	
Einfluss von Kursänderungen	–11,6	160,2	–1,4	618,0
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am 30. Juni		523,1		535,3
Erhaltene Zinsen ²⁾		0,2		0,6
Bezahlte Zinsen ²⁾		1,4		0,8
Bezahlte Ertragssteuern ²⁾		71,6		48,3

1) Im ersten Halbjahr 2015 sind Veränderungen von CHF 63,0 Mio. auf Fremdwährungsumrechnung zurückzuführen (Vorjahr: CHF 1,5 Mio.).

2) Im Geldfluss aus Geschäftstätigkeit enthalten.

Die Erläuterungen im Anhang sind Bestandteil des Halbjahresabschlusses.

ANHANG ZUM HALBJAHRESABSCHLUSS

1. RECHNUNGSLEGUNGSGRUNDSÄTZE

Der ungeprüfte Halbjahresabschluss per 30. Juni 2015 wurde in Übereinstimmung mit den Regeln von IAS 34 betreffend Zwischenberichterstattung erstellt. Dabei wurden die im Finanzbericht 2014 umschriebenen Rechnungslegungsstandards unverändert angewendet. Es wurde die verkürzte Darstellungsart gewählt.

Neue IFRS und Interpretationen

Von den per 1. Januar 2015 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.

Beurteilung eines gemeinschaftlichen Vorsorgeplans in den USA

Einige Gesellschaften in den USA sind bei einem gemeinschaftlichen Plan für mehrere Arbeitgeber angeschlossen. Dabei handelt es sich um einen leistungsorientierten Vorsorgeplan. Zum Zeitpunkt der Erstellung dieser Anhangsinformation lagen noch nicht genügend Informationen vor, um den auf die Gruppe entfallenden Anteil der Pensionsverbindlichkeiten zu ermitteln. Die Gruppe ist mit den Organen des Plans in Diskussion, um die notwendigen Informationen zu erhalten. Der Plan wird deshalb in diesem Zwischenabschluss als beitragsorientierter Plan behandelt. Sobald die Informationen zur Bestimmung der Pensionsverbindlichkeiten vorliegen, wird die Gruppe den gemeinschaftlichen Plan unter den leistungsorientierten Vorsorgeplänen in der Bilanz erfassen. Dies wird erfolgsneutral als Änderung des Rechnungslegungsgrundsatzes erfolgen.

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 2015 total 503 432 Partizipationsscheine (PS) (30. Juni 2014: 539 952) mit einem Nominalwert von CHF 10. Von diesem Total sind 248 982 Titel (30. Juni 2014: 185 502) für Mitarbeiterbeteiligungsprogramme bestimmt und die verbleibenden 254 450 Titel (30. Juni 2014: 354 450) für Kapitalmarkttransaktionen. Im ersten Halbjahr 2015 wurden insgesamt 25 474 Optionen zu einem durchschnittlichen Ausübungspreis von CHF 2277.21 ausgeübt (Vorjahr: 19 709 Optionen, durchschnittlicher Ausübungspreis: CHF 2506.45).

Aufgrund der gegenwärtigen Marktbedingungen hat sich die Lindt & Sprüngli Gruppe entschieden, den sich aus dem Working Capital ergebenden saisonalen Finanzierungsbedarf vermehrt mit der Aufnahme von kurzfristigen Bankdarlehen zu decken.

4. DIVIDENDEN

Die Generalversammlung vom 23. April 2015 hat einer Dividendenzahlung von CHF 725 (Vorjahr: CHF 650) pro Namenaktie und CHF 72.50 (Vorjahr: CHF 65) pro Partizipationsschein zugestimmt. Die Auszahlung erfolgte ab dem 30. April 2015.

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, Südafrikas, Hongkongs, Chinas und Brasiliens 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	
	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014
Umsatz	796,1	829,3	552,0	327,7	181,0	159,9	1 529,1	1 316,9
./. Umsatz zwischen Segmenten	113,1	111,3	7,1	5,7	–	–	120,2	117,0
Umsatz Dritte	683,0	718,0	544,9	322,0	181,0	159,9	1 408,9	1 199,9
Operatives Ergebnis	59,2	53,4	13,5	7,4	17,9	16,3	90,6	77,1
Netto-Finanzergebnis							–0,9	–0,7
Gewinn vor Steuern							89,7	76,4
Steuern							–24,7	–20,6
Reingewinn							65,0	55,8

6. FINANZINSTRUMENTE, FAIR VALUE UND HIERARCHIESTUFEN

Die folgende Tabelle zeigt die Buchwerte und die Fair Values der im Konzernabschluss erfassten Finanzinstrumente, analysiert nach Kategorie und Hierarchiestufe:

CHF Mio.	Stufe ¹⁾	30. Juni 2015		31. Dezember 2014	
		Buchwerte	Fair Value	Buchwerte	Fair Value
FINANZIELLE VERMÖGENSWERTE					
Erfolgswirksam zum Fair Value zu bewertende finanzielle Vermögenswerte					
Derivate	1	9,5	9,5	3,3	3,3
Derivate	2	22,6	22,6	10,2	10,2
Wertschriften und kurzfristige Finanzanlagen	1/2	1,2	1,2	0,2	0,2
Total erfolgswirksam zum Fair Value zu bewertende finanzielle Vermögenswerte		33,3	33,3	13,7	13,7
Bis zur Endfälligkeit zu haltende Finanzinvestitionen					
Festgeld	2	50,0	50,0	–	–
Total zur Endfälligkeit zu haltende Finanzinvestitionen		50,0	50,0	–	–
Zur Veräusserung verfügbare Finanzinvestitionen					
Beteiligung Dritte	3	2,3	2,3	2,3	2,3
Total zur Veräusserung verfügbare Finanzinvestitionen		2,3	2,3	2,3	2,3
Total Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente, Darlehen und Forderungen²⁾		893,3	893,3	1 160,7	1 160,7
Total finanzielle Vermögenswerte		978,9	978,9	1 176,7	1 176,7
FINANZIELLE VERBINDLICHKEITEN					
Erfolgswirksam zum Fair Value zu bewertende finanzielle Verbindlichkeiten					
Derivate	1	–	–	1,0	1,0
Derivate	2	22,4	22,4	31,8	31,8
Total erfolgswirksam zum Fair Value zu bewertende finanzielle Verbindlichkeiten		22,4	22,4	32,8	32,8
Anleihen	1	996,8	1 020,1	996,6	996,6
Darlehen		1,2	1,2	1,3	1,3
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten		8,2	8,2	11,2	11,2
Lieferantenverbindlichkeiten		143,4	143,4	190,1	190,1
Sonstige Verbindlichkeiten		15,5	15,5	41,8	41,8
Banken- und Finanzverpflichtungen		331,2	331,2	18,3	18,3
Total Darlehen und Verpflichtungen		1 496,4	1 519,7	1 259,3	1 259,3
Total finanzielle Verbindlichkeiten		1 518,7	1 542,0	1 292,1	1 292,1

- 1) Stufe 1 – Die Bewertung von identischen Finanzinstrumenten basiert auf kotierten Kursen für an aktiven Märkten kotierte Instrumente.
 Stufe 2 – Die Bewertung von identischen Finanzinstrumenten basiert auf beobachtbaren Marktdaten ausser den unter Stufe 1 erwähnten kotierten Kursen.
 Stufe 3 – Bewertungsmethoden mit nicht beobachtbaren Inputfaktoren.
 Bei Finanzinstrumenten mit kurzfristiger Fälligkeit wird angenommen, dass der Buchwert einen angemessenen Näherungswert für den beizulegenden Zeitwert darstellt.
- 2) Beinhaltet Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente, Kundenforderungen, sonstige Forderungen und Darlehen an Dritte.

7. EREIGNISSE NACH DEM BILANZSTICHTAG

Der ungeprüfte Halbjahresabschluss wurde von der Konzernleitung am 18. August 2015 zur Veröffentlichung genehmigt. Bis zum 18. August 2015 sind keine weiteren Ereignisse eingetreten, welche die Anpassung der Buchwerte von Aktiven oder Passiven des Konzerns erforderlich machten oder zusätzlich offengelegt werden müssten.

INFORMATIONEN

TERMINE

14. Januar 2016	Bekanntgabe Umsatz 2015
8. März 2016	Jahresabschluss 2015
21. April 2016	118. ordentliche Generalversammlung
22. Juli 2016	Halbjahresbericht 2016

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: investorrelations-in@lindt.com
www.lindt-spruengli.com

MEDIA RELATIONS

Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli AG
Nathalie Zagoda, Corporate Communications
Seestrasse 204
CH-8802 Kilchberg
Telefon +41 44 716 24 86
Fax +41 44 716 26 61
E-Mail: mediarelations-in@lindt.com
www.lindt-spruengli.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, 18. August 2015

Impressum

Projektleitung: Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli AG
Produktion: Neidhart + Schön AG, Zürich



LINDT & SPRÜNGLI

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

www.lindt-spruengli.com