



Lindt & Sprüngli steigert Marktanteile

Medienmitteilung Umsatz 2020 | 19.01.2021

- Organische Umsatzentwicklung -6,1% auf CHF 4,02 Mrd. (-10,9% in CHF)
- Wichtige Marktanteilsgewinne in praktisch allen Ländern
- Verdopplung des Online-Geschäfts auf ca. 5% des Umsatzes
- Umsatzwachstum in grossen europäischen Märkten Deutschland, Grossbritannien und Spanien wie auch in den wichtigen asiatischen Aufbaumärkten China und Japan

Kilchberg, 19. Januar 2021 – **Trotz grossen globalen Herausforderungen aufgrund der COVID-19-Pandemie erzielte Lindt & Sprüngli im Geschäftsjahr 2020 ein solides Ergebnis. Die organische Umsatzentwicklung ging um -6,1% zurück, jedoch konnten die Marktanteile in praktisch allen Ländern gesteigert und in wichtigen Märkten ein positives Umsatzwachstum generiert werden.**

Nach dem pandemiebedingten rückläufigen Ostergeschäft sind die globalen Schokoladenmärkte kontinuierlich gewachsen. Erfreulicherweise legte dabei das Premium-Segment, in dem Lindt & Sprüngli führend ist, überdurchschnittlich zu. Dank einem breiten Angebot an Schokoladentafeln profitierte Lindt & Sprüngli weiter stark von der gesteigerten Nachfrage nach Produkten für den Eigenkonsum. Die wichtigsten Produktlinien Lindor und Excellence trugen besonders zu dieser positiven Entwicklung im Detailhandel bei. Dabei verzeichnete die Tafellinie Excellence sogar eine zweistellige Zunahme. Auf das sich durch die behördlichen Massnahmen verändernde Einkaufsverhalten reagierte Lindt & Sprüngli mit zahlreichen unternehmerischen Initiativen wie Heimlieferungen, Pick-Up-Services und dem Ausbau des E-Commerce. Als Folge verdoppelte sich das Online-Geschäft auf rund 5% des Umsatzes.

Die globalen Einschränkungen und Reglementierungen zur Eindämmung der Pandemie wirkten sich leider auf wichtige Bereiche des Geschäfts von Lindt & Sprüngli aus. Das weltweite eigene Ladennetz litt unter Schliessungen und tieferer Kundenfrequenz. Ostern und Weihnachten als wichtigste saisonale Geschenkanlässe waren ebenfalls betroffen. Grosse Auswirkungen auf die Verkäufe hatten die Restriktionen auf den Food-Service-Bereich in Nordamerika und die traditionellen Spezialitäten-Geschäfte in Italien. Das Travel-Retail-Business verzeichnete aufgrund des eingeschränkten Flugverkehrs ebenfalls starke Umsatzeinbussen.

Im Geschäftsjahr 2020 erzielte die Lindt & Sprüngli Gruppe Verkäufe von CHF 4,02 Mrd., was einer organischen Umsatzentwicklung von -6,1% entspricht. Trotz den negativen Auswirkungen der zweiten Pandemiewelle liegt der Rückgang innerhalb der im Halbjahr 2020 bekanntgegebenen angestrebten Zielgrösse von -5% bis -7%. Der Schweizer Franken verzeichnete im vergangenen Jahr gegenüber allen wichtigen Währungen erneut eine substantielle Aufwertung. Der resultierende negative Währungseffekt auf das konsolidierte Ergebnis führte zu einem Umsatzrückgang von -10,9% in der Heimwährung.

In **Europa** verzeichnete Lindt & Sprüngli angesichts der schwierigen Rahmenbedingungen ein solides Ergebnis mit einem organischen Umsatzrückgang von -2,9%. Sehr erfreulich ist die Umsatzsteigerung

gegenüber dem Vorjahr in den Märkten Deutschland, Grossbritannien, Spanien, Niederlande sowie Skandinavien und Osteuropa. Länder mit hohem Anteil an eigenen Shops und Tourismus wie Österreich, Italien und die Schweiz verzeichneten dagegen Umsatzrückgänge.

Die Region **Nordamerika** setzte im Vergleich zum Vorjahr -6,8% weniger um. Gutes Wachstum verzeichnete das Ghirardelli Baking-Segment. Zudem konnten Marktanteile sowohl bei den Lindt und Ghirardelli Tafeln als auch der zuckerfreien Linie von Russell Stover gewonnen werden. Ebenfalls erfreulich war das gute Wachstum von Mexiko. Unter den starken Einschränkungen litten dagegen besonders die Saison-Geschenkartikel von Russell Stover und der Food-Service-Bereich von Ghirardelli. Ebenfalls waren alle drei Marken in den USA (Lindt, Ghirardelli, Russell Stover) sowie Kanada von Schliessungen der eigenen Läden während der Lockdowns betroffen.

Das Segment **Rest der Welt** verzeichnete insbesondere wegen des starken Rückgangs im Travel-Retail-Geschäft und der vielen Ladenschliessungen aufgrund der Lockdowns ein Minus von -16,1%. Positiv hervorzuheben sind die Länder China und Japan, die Umsatzwachstum erzielten.

Ausblick

Lindt & Sprüngli wird das mit den Halbjahresergebnissen 2020 kommunizierte Ziel einer operativen Gewinnmarge (EBIT) von rund 10% im Jahr 2020 erreichen.

Für 2021 ist der Premium-Schokoladenhersteller überzeugt, gestärkt aus dem herausfordernden vergangenen Jahr hervorzugehen. Lindt & Sprüngli ist weiter überzeugt, dass sich das positive Wachstum der Schokoladenmärkte und insbesondere des Premium-Segments auch in Zukunft fortsetzen wird. Zudem hat Lindt & Sprüngli im Jahr 2020 mit anhaltender Kundenorientierung, gesteigerten Werbeausgaben und diversen Produktneuheiten die Basis für weitere Marktanteilsgewinne gelegt.

Für die Folgejahre bleibt die mittel-/langfristige Zielsetzung eines organischen Umsatzwachstums von 5-7% p.a. unverändert. Unter Annahme einer markanten Verbesserung der Gesundheitssituation erwartet Lindt & Sprüngli bei der operativen Gewinnmarge im Jahr 2022 eine Rückkehr auf ein Niveau von rund 15% und davon ausgehend die Wiederaufnahme der mittel-/langfristigen Steigerung dieses Wertes von 20-40 BP p.a.

Mehr Details zum Ganzjahresabschluss folgen am Dienstag, 2. März 2021, 7:00 Uhr.

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

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

Über Lindt & Sprüngli

Seit über 175 Jahren verzaubert Lindt & Sprüngli die Welt mit Schokolade. Das Schweizer Traditionsunternehmen mit Wurzeln in Zürich ist weltweit führend im Bereich der Premium-Schokolade. Qualitätsschokoladen von Lindt & Sprüngli werden heute an 11 eigenen Produktionsstandorten in Europa und den USA hergestellt. Diese werden von 28 Tochtergesellschaften und Niederlassungen, in rund 500 eigenen Geschäften sowie über ein Netzwerk von über 100 unabhängigen Distributoren rund um den Globus vertrieben. Mit über 13'500 Mitarbeitenden erzielte die Lindt & Sprüngli Gruppe 2020 einen Umsatz von CHF 4,02 Mrd.