

Aktionärsbrief 2021

Verehrte Aktionärinnen und Aktionäre

Die Lindt & Sprüngli Gruppe ist weiterhin auf Erfolgskurs und blickt auf ein sehr erfreuliches Geschäftsjahr 2021 zurück. Marktanteilssteigerungen in allen wichtigen Märkten bei gleichzeitig hoher Profitabilität trugen zum Wachstum bei. Der Gruppenumsatz der Schokoladefabriken Lindt & Sprüngli AG konnte auf CHF 4,59 Mrd. gesteigert werden, was einem bemerkenswerten Wachstum in Schweizer Franken von 14,2% und einer organischen Steigerung von 13,3% entspricht. Dabei profitierten wir erneut von der Stärke unseres Geschäftsmodells sowie unserer guten finanziellen Basis. Der deutlich verbesserte Umsatz wurde je nach Marktregion von vielen verschiedenen Trends getrieben, wobei sich einige als global einheitliche Entwicklungen herausstellten: Digitale Verkaufskanäle – seien sie direkt durch uns oder Geschäftspartner betrieben – werden immer wichtiger. Wir sind sehr stolz, dass insbesondere Lindor – als unsere wichtigste Produktlinie – wiederum sehr erfreuliche Umsatzsteigerungen verzeichnete. Ein ganz grosser Teil des Erfolgs liegt bei unseren weltweit rund 14 000 Mitarbeitenden. Sie haben einmal mehr mit Innovationskraft, Anpassungsfähigkeit und grossem Einsatz immer wieder neue Lösungen für die ständig wechselnden Herausforderungen gefunden. Nur so ist es uns gelungen, dass wir in einem wachsenden Gesamtmarkt überproportional zugelegt haben. Die Lindt & Sprüngli Umsätze sind in allen unseren Märkten gewachsen und wir konnten somit Marktanteile in allen wichtigen Ländern weiter ausbauen.

Auf Basis der beschriebenen Trends sowie gestiegenen Werbeinvestitionen und der Anpassung an die veränderten Konsumentenbedürfnisse und Distributionskanäle erzielte die Schokoladefabriken Lindt & Sprüngli AG eine Umsatzsteigerung in Schweizer Franken von 14,2% auf CHF 4,59 Mrd. (Vorjahr: CHF 4,02 Mrd.), was einem organischen Wachstum von 13,3% entspricht. Das operative Ergebnis (EBIT) liegt bei CHF 644,9 Mio., entsprechend einer EBIT-Marge von 14,1% (Vorjahr: CHF 420,3 Mio. und 10,5%). Diese Resultate sind insofern bemerkenswert, als die im Pandemiejahr 2020 entstandene Umsatzlücke nicht nur gefüllt wurde. Vielmehr hat Lindt & Sprüngli die ebenfalls guten Ergebnisse aus 2019, dem Jahr vor Beginn der Pandemie, organisch um 6,4% übertroffen. Dies unterstreicht die Leistungsfähigkeit des Unternehmens und seiner Mitarbeitenden, die sich in einem anspruchsvollen Geschäftsumfeld nicht damit begnügt haben, Umsatzverluste zu kompensieren, sondern darüber hinaus Wachstum generiert haben. Als Reingewinn resultieren für das Geschäftsjahr 2021 CHF 490,5 Mio. (Vorjahr: CHF 320,1 Mio.), womit die Umsatzrendite bei 10,7% liegt. Der Free Cashflow beträgt CHF 586,0 Mio., womit wir eine Cashflow-Marge von 12,8% erreichen. Der Schweizer Franken wertete im Jahr 2021 gegenüber vielen wichtigen Währungen ab. Dies führte zu einem positiven Währungseffekt von 0,4%. Die Bilanzsumme liegt per 31. Dezember 2021 bei CHF 8,956 Mrd. (Vorjahr: CHF 8,051 Mrd.) und die Eigenkapitalquote bei 58,3%, womit Lindt & Sprüngli weiterhin sehr solide finanziert ist.

Auf Basis der erfreulichen Umsatz- und Ergebnisentwicklung sehen wir uns darin bestärkt, die Aktionärinnen und Aktionäre auch in diesem Jahr mit einer attraktiven Ausschüttung am Unternehmenserfolg zu beteiligen. Der Verwaltungsrat beantragt deshalb an der 124. Ordentlichen Generalversammlung vom 28. April 2022 eine im Vergleich zum Vorjahr erhöhte Ausschüttung von CHF 1200.– pro Namenaktie und CHF 120.– pro Partizipationschein. Aufgrund der hohen Liquidität, der soliden Bilanz und des kontinuierlich hohen Cashflows hat der Verwaltungsrat ausserdem ein Rückkaufprogramm für Lindt & Sprüngli



Ernst Tanner, Exekutiver Verwaltungsratspräsident, und **Dr. Dieter Weiskopf**, CEO der Lindt & Sprüngli Gruppe, am Hauptsitz von Lindt & Sprüngli in Kilchberg, Schweiz.

Namenaktien und Partizipationsscheine im Umfang von CHF 750 Mio. beschlossen. Der Rückkauf läuft bereits seit 1. Juni 2021 und per 31. Dezember 2021 waren Wertpapiere im Gegenwert von CHF 444,8 Mio. zurückgekauft, was 1,75% der ausstehenden Namenaktien und Partizipationsscheine entspricht. Das Rückkaufprogramm läuft über eine separate Handelslinie an der SIX Swiss Exchange AG und wird noch bis längstens 31. Dezember 2022 dauern.

Die positive Entwicklung der Gruppenresultate wird von den Ergebnissen aller Segmente getragen, denn alle drei Geschäftsregionen sind mit guten zweistelligen Raten gewachsen.

Im Segment «Europa» betrug das organische Wachstum 13,8%. Es wurde ein Umsatz von CHF 2,33 Mrd. (Vorjahr: CHF 2,01 Mrd.) erreicht, wobei Deutschland, Frankreich und UK nach wie vor die umsatzstärksten Märkte sind. UK sticht mit einem ausserordentlichen organischen Wachstum von 18,2% besonders hervor. Dort stiegen vor allem die Umsätze der Lindor Geschenklinien und der Artikel, die zu festlichen Anlässen verschenkt oder gemeinsam genossen werden. Darüber hinaus stellen wir fest, dass sich bereits bestehende Trends weiter beschleunigt haben. So sehen wir stärkere Umsätze im Online-Geschäft und für Produkte, die typischerweise zu Hause konsumiert oder verschenkt werden, allen voran sind dies Lindor Kugeln. In der Schweiz sind Lindt Produkte erstmals bei den beiden grössten Detailhändlern des Landes gelistet. Dies und andere Fortschritte führten dazu, dass der nach wie vor verminderte Umsatz im Touristiksegment im Detailhandel kompensiert werden konnte.

Das organische Wachstum im Segment «Nordamerika» betrug 10,7%, womit der Umsatz auf CHF 1,69 Mrd. zulegte (Vorjahr: CHF 1,54 Mrd.). In den USA konnte Lindt & Sprüngli überproportional zum Gesamtmarkt wachsen, und damit den Marktanteil im bedeutendsten Schokoladenmarkt der Welt erneut steigern. So haben wir unsere Positionen als Nummer 1 der Premium-Anbieter und Nummer 3 im Gesamtmarkt klar behauptet. Die Marken Lindt und Ghirardelli waren die treibenden Kräfte dieses Wachstums im Detailhandel und vor allem in den Online-Kanälen. Diese umfassen unsere eigenen E-Shops, Internet-Marktplätze sowie die digitalen Verkaufsaktivitäten unserer Handelspartner.

Im Segment «Rest der Welt» fiel die organische Umsatzsteigerung mit 19,7% am stärksten aus und erreichte einen Umsatz von CHF 568 Mio. (Vorjahr: CHF 469 Mio.). Die Märkte wie China, Japan, Brasilien und Südafrika zeigen weiterhin grosses Umsatzpotenzial und verzeichneten speziell gute Zuwächse. Im Weiteren hat unsere Tochtergesellschaft in Brasilien Anfang des Jahres den Minderheitsanteil unseres Joint-Venture-Partners übernommen und wird damit in Zukunft noch schlagkräftiger agieren können. Auch die Umsätze mit Distributoren in kleineren Märkten auf der ganzen Welt erholten sich sehr gut. Trotz massiver Lockdown-Folgen gelang es in Australien und Neuseeland, der umsatzstärksten Region dieses Segments, ein leichtes Wachstum zu erzielen.

Unser Direktgeschäft an die Konsumentinnen und Konsumenten mit eigenen Shops – «Global Retail» – konnte sich gegenüber einem schwierigen Vorjahr deutlich zweistellig steigern. Trotz weiter andauernder Lockdowns und nach wie vor fehlender Frequenz an wichtigen tou-

ristischen Lagen konnte das Umsatzniveau von 2019 fast erreicht werden. Was mit der Entwicklung eigener Shops begonnen hat, bedient heute über unseren «Direct-to-Customer»-Ansatz Konsumentinnen und Konsumenten auf vielen verschiedenen Kanälen. Dazu gehören vorerst natürlich unsere Lindt Shops, aber zusätzlich hat über die letzten Jahre die Bedeutung von neuen Konzepten wie eigene E-Commerce-Shops, Online-Marktplatzkonzepte unserer Handelspartner wie auch Corporate Gifting, Tele-Shopping und Liefer-Apps zugenommen. Mit dieser Omnichannel-Strategie gestalten wir den Übergang zwischen den Kanälen so nahtlos wie möglich, um ein reibungsloses Konsumentenerlebnis an allen Touchpoints zu ermöglichen.

Die Pandemie löste starke Schwankungen auf den Märkten für Rohstoffe und Vorprodukte aus. Diese Volatilität traf viele Branchen hart und führte zu Verzögerungen bis hin zu Produktionsausfällen. Lindt & Sprüngli ist es trotz dieser Volatilität gelungen, dank vorausschauender Planung bei zugleich schneller Anpassungsfähigkeit die Versorgung mit Roh- und Verpackungsmaterialien der meisten Produktionsstätten im Jahr 2021 sicherzustellen. Aufgrund der weltweit steigenden Nachfrage nach Materialien wurde im Geschäftsjahr 2021 auch Lindt & Sprüngli mit steigenden Kosten konfrontiert. Insbesondere stiegen die Preise für Zucker, Milchprodukte, Mandeln und diverse pflanzliche Fette deutlich an. Die Kosten für Haselnüsse, Kakaobohnen und Kakaobutter haben sich hingegen nur wenig verändert. Im Bereich der Verpackungsmaterialien kam es vor allem bei Aluminium, Kunststoff und Wellpappe zu starken Kostensteigerungen, die sich auch im Jahr 2022 fortsetzen werden.

Im vergangenen Geschäftsjahr haben wir nicht nur gute finanzielle Ergebnisse erzielt, sondern auch beim Thema Nachhaltigkeit weitere Fortschritte gemacht. Mit der Kakaosaison 2020/21 haben wir unser Ziel einer 100%-igen Rückverfolgbarkeit unserer Kakaobohnen erreicht. Diese von dritter Seite bestätigte rückverfolgbare Lieferkette bildet einen weiteren wichtigen Meilenstein für unser Lindt & Sprüngli Farming Program (www.farming-program.com). Die Rückverfolgbarkeit dieses zentralen Rohstoffs ist eines der wichtigsten Elemente in unserem «Bean-to-Bar»-Ansatz. Damit übernimmt Lindt & Sprüngli die Verantwortung für die ganze Wertschöpfungskette von der Bohne bis zur Schokoladentafel.

Neben den Rohstoffen kommt der Nachhaltigkeit unserer Verpackungen ein grosses Gewicht zu. Es genügt heute nicht mehr, dass eine Verpackung die Qualität unseres Produktes bis zum Konsumenten bewahrt und ästhetisch überzeugt. Unser Anspruch ist gleichzeitig, dass sie die Umwelt nicht belastet und recyclebar ist. Bis zum Jahr 2025 sollen deshalb unsere Verpackungen, einschliesslich der Kunststoffe, zu 100% recyclebar oder wiederverwertbar sein. Alle Verpackungen aus Zellstoff und Papier werden darüber hinaus aus einer zertifizierten nachhaltigen Quelle bezogen werden.

Im Jahr 2020 haben wir beim dritten wichtigen Aspekt unserer Nachhaltigkeitsbestrebungen, der Reduktion von Treibhausgasen, unser Fünf-Jahres-Ziel erreicht: Die Emissionen an Treibhausgasen in unseren Produktionsprozessen pro produzierter Tonne Schokolade wurden um mehr als 20% gegenüber dem Basisjahr 2015 verringert. Dies ist jedoch nur ein erster wichtiger Schritt. 2021 hat sich Lindt & Sprüngli verpflichtet, auf messbarer Basis Ziele zu setzen, um langfristig Netto-Null-Emissionen zu erreichen. Aktuell konzentrieren wir uns

auf die Bestimmung unserer CO₂-Bilanz entlang der gesamten Wertschöpfungskette. 2022 werden wir auf Basis dieser Daten unsere Strategie erarbeiten und unsere wissenschaftlich fundierten Zielsetzungen zur Reduktion der Treibhausgasemissionen 2023 publizieren. Die gesetzten Ziele werden künftig jährlich überprüft und veröffentlicht.

Lindt & Sprüngli konnte im erneut anspruchsvollen Jahr 2021 nur deshalb so erfolgreich sein, weil unsere Mitarbeitenden gemeinsam alles darangesetzt haben, unser Qualitätsversprechen immer wieder zu erfüllen. Wir sind, trotz aller Herausforderungen, keine Kompromisse bei der Qualität eingegangen und haben so unseren Unternehmenszweck (Purpose) «Wir verzaubern die Welt mit Schokolade» laufend umgesetzt und mit Leben erfüllt. Lesen Sie dazu mehr auf Seite 59 dieses Berichts.

«Lindt & Sprüngli konnte 2021 erneut sehr gute Ergebnisse erzielen. Diesen Erfolg verdanken wir vorwiegend unseren globalen Teams, die unseren Unternehmenszweck «Wir verzaubern die Welt mit Schokolade» jeden Tag umsetzen, leben und vorleben. Sie haben mit unermüdlichem Einsatz unternehmerisch gehandelt und grosse Verantwortung übernommen. Mit viel Leidenschaft wurden immer wieder gemeinsam neue Lösungen gefunden. Dabei konnte unser höchstes Gut – die Qualität unserer Produkte – jederzeit und ohne Kompromisse eingehalten werden.» Dr. Dieter Weisskopf, CEO Lindt & Sprüngli Gruppe

Wie schon im vergangenen Jahr möchten wir unseren Dank an unsere Mitarbeitenden ausdrücklich hervorheben: Sie alle haben mit viel Flexibilität und Kreativität das Unternehmen bei der Bewältigung der pandemischen Krise unterstützt. Dabei nahmen die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auch Anpassungen in persönlichen Lebensbereichen in Kauf, arbeiteten nur mit virtuellen Kontakten von zu Hause aus oder mussten in unseren Werken weiterhin unter Schutzmassnahmen arbeiten, die ihre Tätigkeit erschwert haben. Durch dieses grosse Engagement erreichten sie nicht nur, dass Produktion und Vertrieb weiterhin funktionierten, sondern ermöglichten überhaupt den wirtschaftlichen Erfolg im Jahr 2021. Nur mit ihnen konnten wir die Welt auch in diesem Jahr einmal mehr mit Schokolade verzaubern. Dafür sprechen wir ihnen allen ein grosses Dankeschön aus.

Lindt & Sprüngli hat im vergangenen Jahr eindrücklich unter Beweis gestellt, dass unser Geschäftsmodell die Herausforderungen durch Eingriffe zum Schutz der Gesundheit der Bevölkerung wie auch Engpässe bei den Lieferketten bewältigen konnte. Für die Zukunft hoffen wir natürlich, dass wir alle Schritt für Schritt zu unserem gewohnten Alltag zurückkehren können. Darauf richten wir unsere Pläne aus, halten aber gleichzeitig an den Kompetenzen fest, die uns im Jahr 2021 erfolgreich gemacht haben.

«Der fokussierte Einsatz unserer Talente sowie unsere Expertise bei der Entwicklung, Herstellung und Vermarktung unserer Produkte haben uns zur weltweiten Nummer 1 im Premium-Schokoladenmarkt gemacht.»

Ernst Tanner, Stiftungsratspräsident der Lindt Chocolate Competence Foundation und Exekutiver Verwaltungsratspräsident der Lindt & Sprüngli Gruppe

Für 2022 streben wir ein organisches Umsatzwachstum am oberen Ende der Bandbreite von 6–8% und eine operative Gewinnmarge von 15% an. Mittel- bis langfristig gehen wir von einem organischen Umsatzwachstum von neu 6–8% (bisher 5–7%) aus, mit einer kontinuierlichen Verbesserung der operativen Marge von 20–40 Basispunkten pro Jahr. Wie im abgelaufenen Geschäftsjahr planen wir vor dem Hintergrund eines guten globalen Wachstums des Premium-Schokoladensegments, auch in Zukunft über dem Marktdurchschnitt zu wachsen und unsere Marktanteile zu steigern.

Werte Aktionärinnen und Aktionäre, wir danken Ihnen, dass Sie uns auch in einem erneut sehr anspruchsvollen Jahr unterstützt und uns Ihr Vertrauen geschenkt haben. Wir wünschen Ihnen, unseren Konsumentinnen und Konsumenten, Geschäftspartnern, Lieferanten und Mitarbeitenden beste Gesundheit im kommenden Jahr.

Ernst Tanner
Exekutiver Verwaltungsratspräsident

Dr. Dieter Weisskopf
CEO Lindt & Sprüngli Gruppe