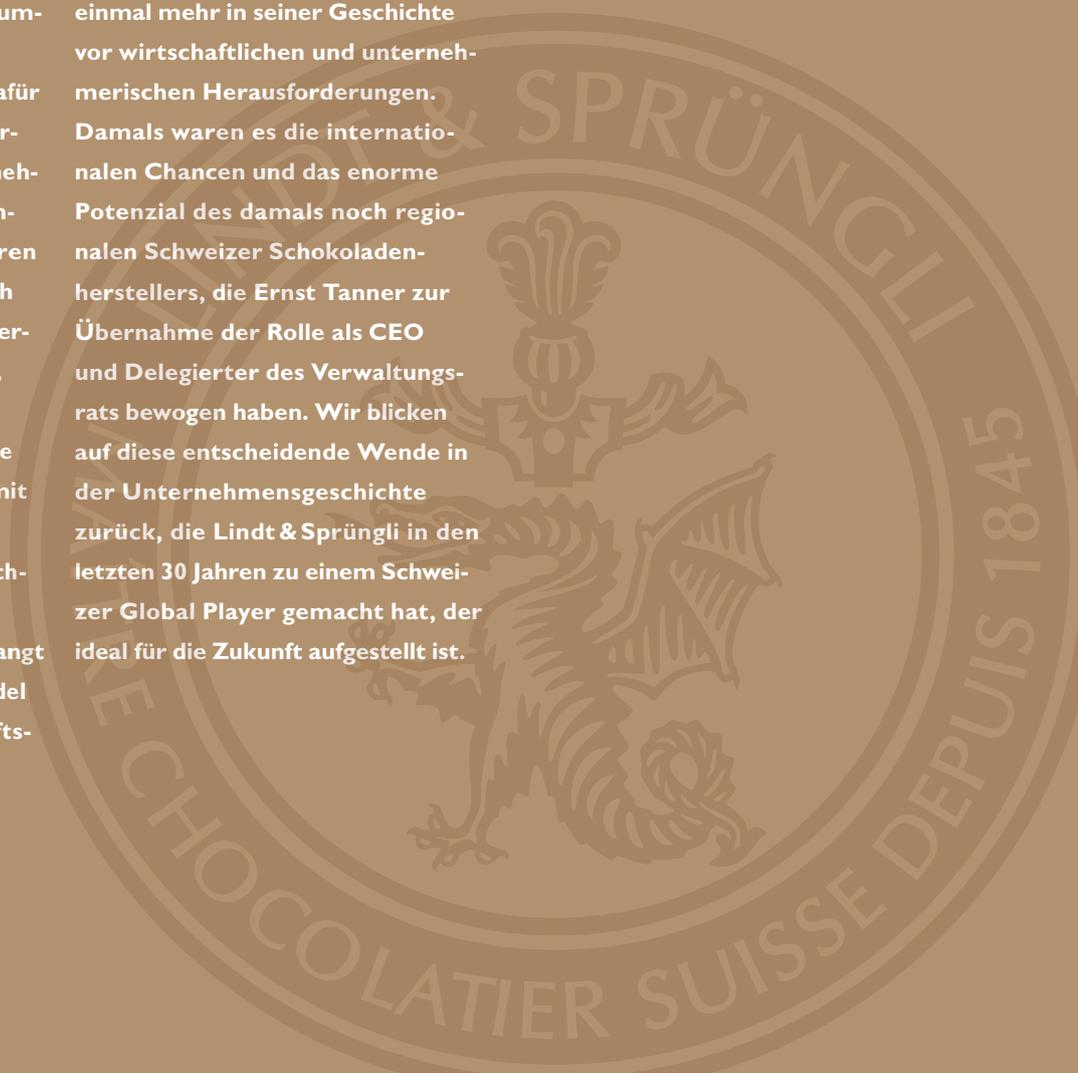


# 30 Jahre Wachstum

Unternehmerisches Denken in langen Zyklen, Schweizer Premium-Qualität der Schokoladen und Kontinuität im Management – dafür steht Lindt & Sprüngli. Das Unternehmen schreibt seit der Unternehmensgründung 1845, ganz besonders aber in den letzten 30 Jahren eine Erfolgsgeschichte, die durch strategische Führung an der Unternehmensspitze und passionierte, loyale Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bestimmt wird. Stetige Weiterentwicklung und der damit verbundene Wandel sind die wichtigsten Konstanten und gleichzeitig das Rückgrat des Unternehmens. Denn Kontinuität verlangt Veränderung, nur aus dem Wandel entstehen Stabilität und Zukunftsfähigkeit.

Im Jahr 1993 stand Lindt & Sprüngli einmal mehr in seiner Geschichte vor wirtschaftlichen und unternehmerischen Herausforderungen. Damals waren es die internationalen Chancen und das enorme Potenzial des damals noch regionalen Schweizer Schokoladenherstellers, die Ernst Tanner zur Übernahme der Rolle als CEO und Delegierter des Verwaltungsrats bewogen haben. Wir blicken auf diese entscheidende Wende in der Unternehmensgeschichte zurück, die Lindt & Sprüngli in den letzten 30 Jahren zu einem Schweizer Global Player gemacht hat, der ideal für die Zukunft aufgestellt ist.



1993

30 Jahre



# Ernst Tanner

Der Exekutive Verwaltungsratspräsident prägt die Erfolgsgeschichte von Lindt & Sprüngli seit drei Jahrzehnten – eine Geschichte von klaren Zielen, Leidenschaft und starken Werten.

# Lindt & Sprüngli — Nr. 1 weltweit

## 30 Jahre Wachstum

	1993	2022
<b>Börsenkapitalisierung</b>	<b>660 Mio.</b>	<b>22,67 Mrd.</b>
<b>Namenaktie</b> <small>01.03.1993   01.03.2023</small>	<b>3 460</b>	<b>102 800</b>
<b>Weltweiter Umsatz</b>	<b>891 Mio.</b>	<b>4,97 Mrd.</b>
<b>Umsatz Europa</b>	<b>825 Mio.</b>	<b>2,30 Mrd.</b>
<b>Umsatz Nordamerika</b>	<b>36 Mio.</b>	<b>2,03 Mrd.</b>
<b>Umsatz Rest der Welt</b>	<b>30 Mio.</b>	<b>0,65 Mrd.</b>

Alle Zahlen in CHF

*Als Sie 1993 die Leitung von Lindt & Sprüngli übernahmen, trafen Sie eine unternehmerisch und wirtschaftlich anspruchsvolle Ausgangslage an. Was hat Sie bewogen, diese Herausforderung anzunehmen?*

Ausschlaggebend waren die Wachstumschancen, die ich für den kleinen Schweizer Schokoladenproduzenten, der Lindt & Sprüngli damals noch war, sah. Mich hat es gereizt, dieses Potenzial einer weit über 100-jährigen Kompetenz in der Herstellung von Premium-Schokolade international zu entfalten und das Traditionsunternehmen auf dieser Basis zu einem Global Player weiterzuentwickeln. Mit einer langfristigen Vision, einer verständlichen Strategie und umsetzbaren Plänen arbeitete ein neues Team an unseren Zielen. Im Führungsteam entwickelte sich schnell eine Leidenschaft für unsere Produkte und den kompromisslosen Anspruch auf Qualität. Wir hatten schnell ein gemeinsames Verständnis, dass wir durch Innovationskraft und Kreativität die führende Position auf dem Premium-Schokoladenmarkt global erobern wollten.

*Mit der globalen Expansion läuteten Sie bei Lindt & Sprüngli eine Zeitenwende ein. Mit Erfolg: In Ihren «Trentes Glorieuses» hat sich der Umsatz versechsfacht, und die Börsenkapitalisierung sowie die Dividende haben sich vervielfacht. Was waren massgebliche Faktoren auf dem Weg dahin?*

Am Anfang stand das klare Ziel, Lindt zur globalen Marke für Premium-Schokolade aufzubauen und in jedem wichtigen Markt Marktführer zu werden. Unsere Kernmärkte ausserhalb der Schweiz waren damals Deutschland und Frankreich. Europa flächendeckend zu bearbeiten und dabei kontinuierlich Marktanteile zu gewinnen, war Kern unserer Strategie. Nachdem ich zuvor Karriere in einem amerikanischen Konzern gemacht hatte, war für mich klar, dass wir unmittelbar in den weltgrössten Schokoladenmarkt USA expandieren mussten, um auch dort eine führende Position zu erreichen. Das Wachstum trieben wir gezielt durch die Akquisition von Premium-Marken voran. Besonders stolz macht mich, dass wir 1998 mit Ghirardelli und 2014 mit Russell Stover zwei US-Traditionsunternehmen in unsere Firmengruppe aufnehmen konnten.

# Kontinuität Excellence Qualität

## *Wieso war Ihnen dies so wichtig?*

Die Übernahmen und die Expansion in den USA gehören zu den wichtigsten Meilensteinen in unserer Firmengeschichte. Sie manifestieren sich 2022 in einem Umsatz von über 2 Milliarden Schweizer Franken in Nordamerika, der uns als Nummer 1 für Premium-Schokolade im US-Markt auszeichnet. Parallel dazu gründeten wir Tochtergesellschaften in weiteren wichtigen Märkten wie China, Japan und Südafrika sowie ein Joint Venture in Brasilien. Dort bauten wir über exklusive Distributionsfirmen den Markt für die Etablierung eigener Tochtergesellschaften auf.

## *Erfolgreiche Marken bauen auf den Stärken eines Unternehmens auf. Lindt verzaubert die Welt mit Schokolade. Wie halten Sie dieses Versprechen über so viele Jahre lebendig?*

Lindt&Sprüngli steht seit seinen Anfängen für Qualität, Kompetenz, Innovation und Leidenschaft. Auf diesen vier Werten fusst das einzigartige Image von Lindt als Premium-Marke, das wir über zwei exklusive Markenbotschafter vermitteln. Unser Lindt Maître Chocolatier wurde seit seinem ersten Auftritt vor einem Vierteljahrhundert zu einem echten Markenzeichen für Schweizer Qualität und leidenschaftliche Handwerkskunst. Besonders gross ist meine Freude, dass wir mit dem Weltklasse-Tennispieler Roger Federer 2009 einen globalen Markenbotschafter ernennen konnten. Er steht für dieselben Werte ein wie wir und trägt unseren Namen in alle Welt hinaus. Ein wahrhaft perfektes Doppel. In unseren weltweit über 500 Chocolate Shops machen wir zudem das persönlich erlebbar, was uns ausmacht. 2020 haben wir unser 175-Jahr-Jubiläum gefeiert. In diesem Jahr war die Eröffnung des Lindt Home of Chocolate ein wahrer Meilenstein. Mit der einmaligen Kombination aus Museum und Kompetenzzentrum der Lindt Chocolate Competence Foundation, fördern wir Innovationskraft und Nachwuchs und verankern die Schweizer Schokoladenkompetenz weiter.

**«Es ist uns gelungen, einen wichtigen Zweig der Schweizer Industrie zu retten und weltweit unsere führende Position zu etablieren: Schweizer Schokolade von höchster Qualität aus dem Hause Lindt & Sprüngli.»**

Ernst Tanner, Exekutiver  
Verwaltungsratspräsident der Lindt&Sprüngli AG

## *Welche Rolle spielen die Werte in Ihrer Führung?*

Eine grosse. Als ich CEO wurde, verständigten wir uns darum auf eine gemeinsame Wertebasis, die wir im Lindt&Sprüngli Credo festhielten, das bis heute Gültigkeit hat. Konstante Werte sind der Kitt einer wertschätzenden Unternehmenskultur. Denn Erfolg ist immer das Resultat eines perfekten Zusammenspiels entlang der gesamten Wertschöpfungskette.

## *Sie stehen seit 30 Jahren an der Spitze von Lindt & Sprüngli. Woher kommt diese aussergewöhnliche Firmentreue?*

Ich verstand mich immer weniger als Spitzenmanager denn als Unternehmer. Als solcher verfolge ich im Interesse einer nachhaltigen Unternehmensführung langfristige strategische Ziele und eine klare Vision. Im Einklang damit steht die Kontinuität, die mir ebenso eigen ist wie meinem Managementteam und sich unter unseren über 14000 Mitarbeitenden fortsetzt.

## *Gleichzeitig zählt Innovation zu den Stärken von Lindt & Sprüngli. Wie halten Sie den Willen zur Erneuerung aufrecht?*

Wichtig ist, stets neugierig und offen für Neues zu bleiben, um den Wandel aktiv mitzugestalten. Für mich wirken der Austausch mit Mitarbeitenden, Partnern und Kunden ebenso inspirierend wie die zwischenmenschlichen Begegnungen und die neuen Eindrücke auf meinen internationalen Reisen.

## *Der Trend geht hin zu gesunder Ernährung und einem starken Klimabewusstsein. Wie passt Schokolade dazu?*

Wir orientieren uns konsequent an den Bedürfnissen der Konsumentinnen und Konsumenten, aber immer mit unserem konsequenten Qualitätsversprechen vor Augen. Beispiele dafür sind unsere veganen Schokoladentafeln sowie die Excellence «Cacao Pur», deren Süsse ausschliesslich aus der natürlichen Kakaofrucht stammt. Der Umweltschutz liegt uns als Schokoladenproduzent, der die Wertschöpfungskette von der Bohne zur Tafel abdeckt, schon lange am Herzen. Auf dem Weg zum Netto-Null-Ziel publizieren wir dieses Jahr erstmals wissenschaftlich fundierte Ziele zur Reduktion der Treibhausgasemissionen.

## *Werfen wir einen Blick in die Zukunft. Wohin soll die Reise von Lindt & Sprüngli gehen?*

Mein Wunsch ist, dass Lindt&Sprüngli seine Zukunft weiterhin eigenständig und unabhängig gestalten kann und Garant für überdurchschnittliche Unternehmensleistung bleibt. Dies erreichen wir, indem wir unseren Qualitätsanspruch als innovativer Hersteller von Premium-Schokolade hochhalten und so attraktiv für Mitarbeitende wie Aktionäre sind.

# Unsere Lindt & Sprüngli Erfolgsstrategie

1. Ausbau Marktanteile in Europa
2. Aufbau Premium–Schokoladenmarkt
3. Internationale Akquisitionen

Aufbau der  
Brand Equity  
mit unseren  
Leadermarken

LINDOR

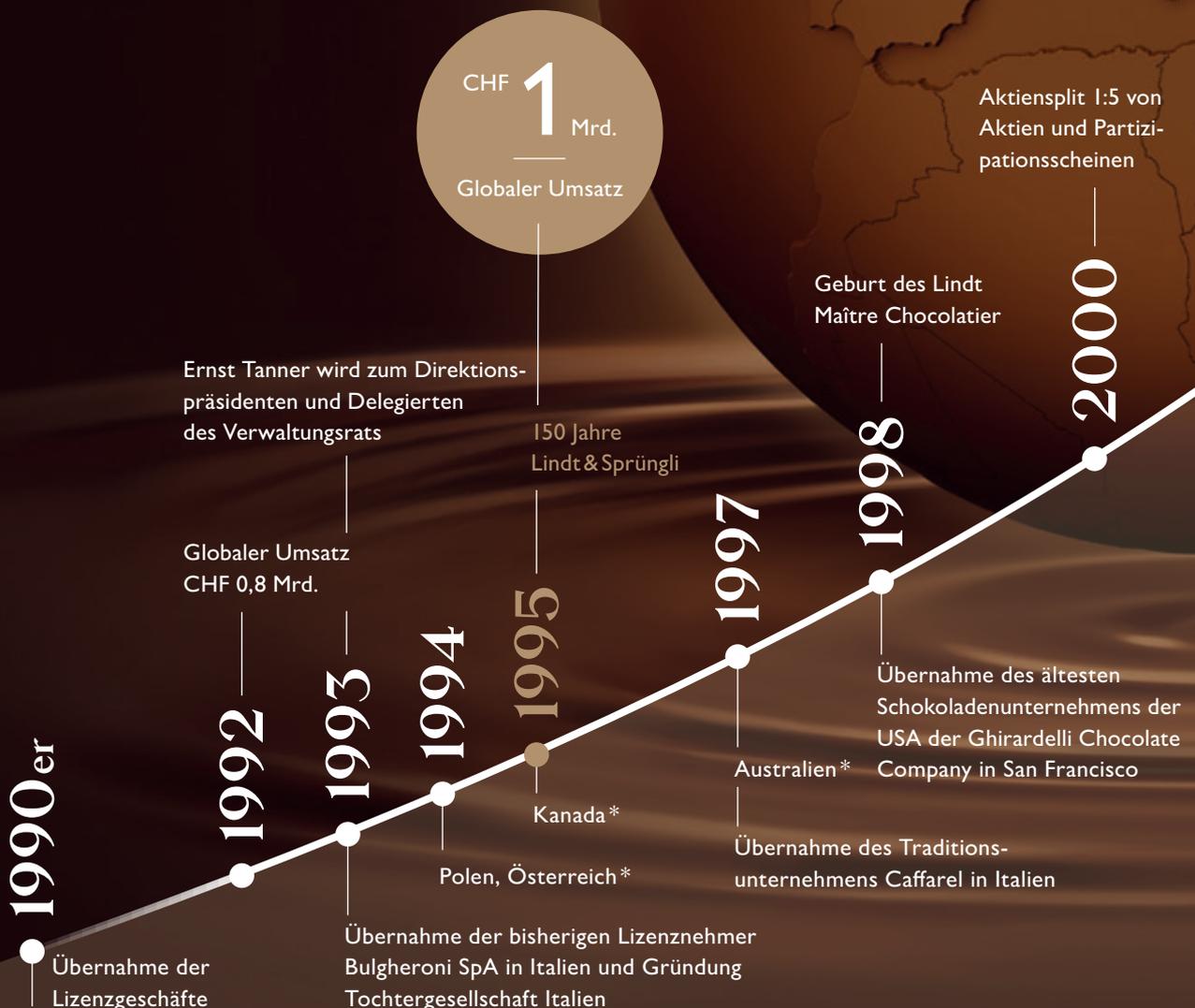
EXCELLENCE

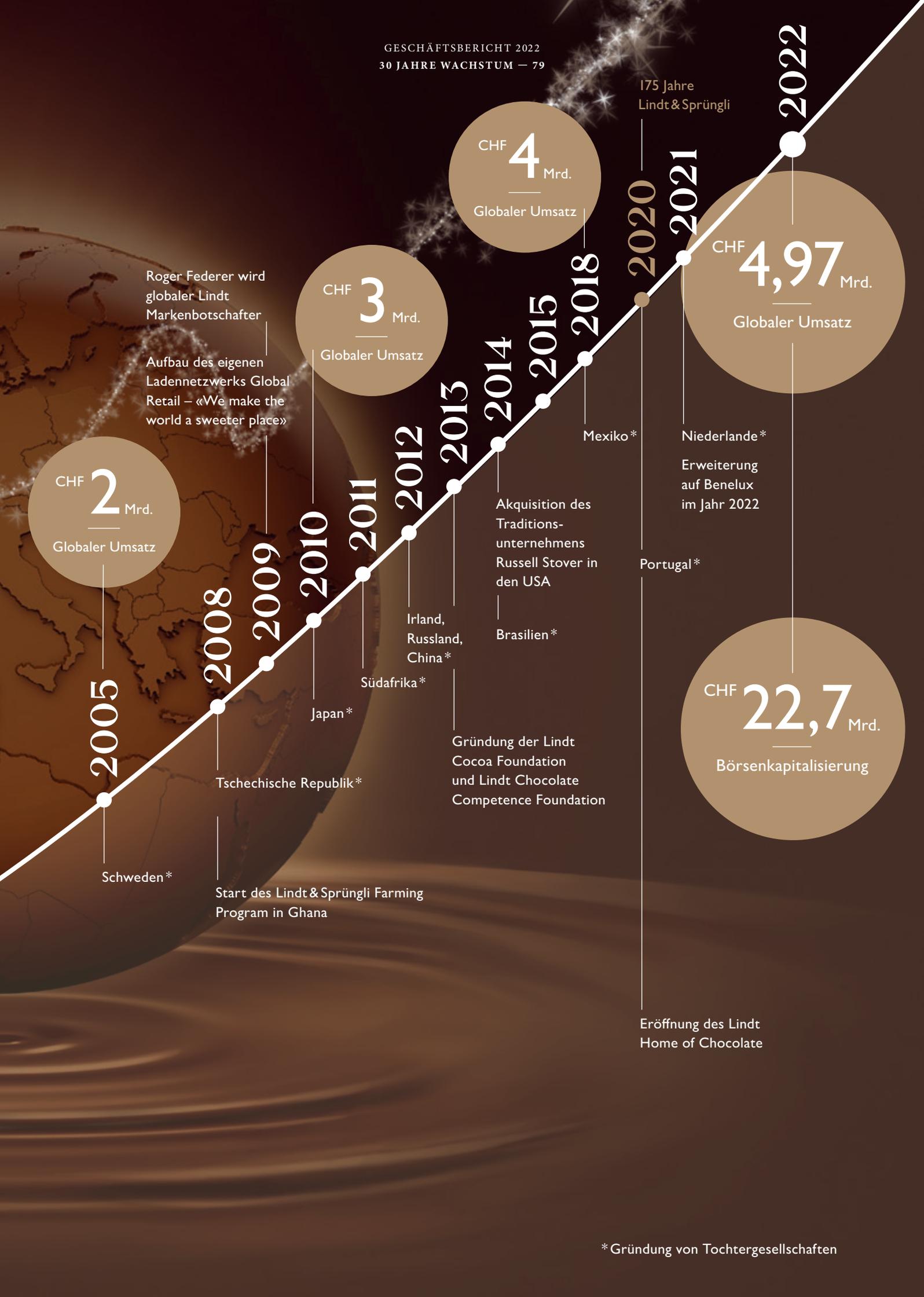
GOLDHASE



# 30 Jahre Wachstum

Börsen-  
kapitalisierung





CHF 2 Mrd.  
Globaler Umsatz

CHF 3 Mrd.  
Globaler Umsatz

CHF 4 Mrd.  
Globaler Umsatz

CHF 4,97 Mrd.  
Globaler Umsatz

CHF 22,7 Mrd.  
Börsenkapitalisierung

Roger Federer wird globaler Lindt Markenbotschafter

Aufbau des eigenen Ladennetzwerks Global Retail – «We make the world a sweeter place»

175 Jahre Lindt & Sprüngli

Portugal\*

Eröffnung des Lindt Home of Chocolate

# 1998

25 Jahre

GESCHÄFTSBERICHT 2022  
30 JAHRE WACHSTUM — 80





# Lindt Maîtres Chocolatiers

**Hinter jeder Lindt Kreation steht ein leidenschaftlicher und erfahrener Maître Chocolatier. Sie sind das Gesicht der Premium-Marke und verzaubern die Welt jeden Tag mit feiner Schweizer Schokolade.**

Das warme Licht, die samtig glänzende Schokolade in den kupfernen Kesseln, die freundlich lächelnden Herren unter weissen, gestärkten Hüten schwingen den kunstvoll gedrechselten, goldenen Schwingbesen, und aus dem Hintergrund klingt leise diese Musik... Wussten Sie spätestens in der dritten Zeile, um wen es geht?

Natürlich, die Lindt Maîtres Chocolatiers. Bereits seit 1845 kreieren die Maîtres Chocolatiers Premium-Schokolade und stehen seit 25 Jahren auch für die Markenwerbung in der Öffentlichkeit. Für die Mehrheit der Konsumentinnen und Konsumenten verkörpern die Damen und Herren in der weissen Uniform mit dem ikonischen Schwingbesen die Marke Lindt. Die Figur des Maître Chocolatier – der weltweit von mehreren Chocolatiers dargestellt wird – ist nur deshalb über einen so langen Zeitraum hinweg erfolgreich, weil die Marke konsistent geführt wird. In ihr verschmilzt Tradition mit Innovation und Exklusivität. Die Marketingstrategie versteht es, die Marke Lindt und ihre Werte, für die das Unternehmen steht, gekonnt im Sinnbild des Maître Chocolatier zu verbinden und weltweit erlebbar zu machen. So hat sich der Maître Chocolatier selbst zu einem globalen Markenzeichen für die Lindt Premium-Schokolade entwickelt.

Die Maîtres Chocolatiers sind das Fundament der Markenpositionierung und definieren mit ihrer Handwerkskunst die Kommunikation und das Design für Schweizer Premium-Schokolade. Es ist genau dieses konsequente Auftreten als Botschafter für Expertise und Qualität, das über Jahrzehnte das starke Image der Marke und die Authentizität aufgebaut hat.

Den Markenkern von Lindt bilden seit der Firmengründung von Lindt & Sprüngli fünf starke Werte: Qualität, Expertise, Swissness, Kreativität und Innovationskraft. Vor einem Vierteljahrhundert hat Lindt & Sprüngli seinen Unternehmenswerten mit der Einführung der Lindt Maîtres Chocolatiers in der Werbung Leben eingehaucht und ein unverkennbares, ja ein sehr persönliches Gesicht verliehen. Als prägende Werbefiguren verkörpern sie in idealer Weise, wofür Lindt von Anbeginn steht, vermitteln weltweit ein einheitliches Markenimage und sind mittlerweile zu unvergleichlichen Werbeikonen geworden.





Eröffnung der Chocolateria,  
Kilchberg, Schweiz



Lighting Event,  
Kilchberg, Schweiz



# Highl



Lindt Campus,  
Stratham, USA



Lindt Shop Opera, Paris, Frankreich



Ghirardelli Square,  
San Francisco, USA



Lindt Maitres Chocolatier  
Urs Liechti und Stefan Bruderer



Eröffnung Lindt Home of Chocolate, Kilchberg, Schweiz



Lindt Swiss Chocolate Heaven, Jungfrauoch, Schweiz



Eröffnung Lindt Shop, Flughafen Zürich, Schweiz



Derek Tanner und Uwe Sommer, Gründung Global Retail Division

# ights



Ernst Tanner, Johann Lafer und Adalbert Lechner



Roger Federer, Eröffnung Lindt Shop, O2-Arena London, UK



Lindt Shop, Lindt Home of Chocolate, Kilchberg, Schweiz



175-Jahr-Jubiläum, Lindt & Sprüngli, im Jahr 2020



Eröffnung Ghirardelli Shop, Disneyland Anaheim, USA

## «Die Welt ist voller Aromen und ein wahrer Fundus an neuen Geschmackserlebnissen und aussergewöhnlichen Zutaten für unsere Schoko- ladenkreationen.»

Stefan Bruderer, seit 15 Jahren Produktentwickler  
mit Fokus auf Produktinnovationen und international  
engagierter Lindt Maître Chocolatier

Die Lindt Mâîtres Chocolatiers sind klassisch ausgebildete Chocolatiers und als solche bei Lindt & Sprüngli auch tagtäglich in der Produktentwicklung tätig. Mit unübertroffenem Fachwissen experimentieren sie, verkosten und kreieren jedes Produkt zuerst in liebevoller Handarbeit. Denn jede Produktentwicklung beginnt bei Lindt & Sprüngli immer mit der Expertise und der handwerklichen Präzision des Chocolatiers.

In ihren Werbeauftritten ebenso wie bei ihren Einsätzen in den Lindt Shops spürt man die Leidenschaft für ihren Beruf, die in die Entwicklung der Rezepturen neuer Kreationen fliesst, genauso wie ihre Expertise und Handwerkskunst sowie ihr klares Bekenntnis zu höchster Qualität.

Die Fusion aus beiden Welten funktioniert. Man muss es einmal erlebt haben, wenn Konsumentinnen und Konsumenten auf Lindt Mâîtres Chocolatiers bei Werbeaufnahmen im Lindt Shop in Kilchberg treffen. Kinder schauen ihn mit grossen Augen an, als seien sie dem Weihnachtsmann persönlich begegnet. Erwachsene – wenngleich sie auch zunächst die Verbindung zu Wohlfühlatmosphäre und Familientraditionen herstellen – sehen aber auch schnell den Chocolatier. Meist entsteht eine Diskussion über bestimmte Schokoladen und Qualitätsaspekte, die nur ein Lindt Maître Chocolatier mit seiner fachlichen Qualifikation führen kann. So stärkt der Maître Chocolatier das nachhaltige Vertrauen der Konsumentinnen und Konsumenten in die Marke Lindt. Ein Vertrauen, das sich auch im bewussten Genuss der Lindt Produkte vollumfänglich widerspiegelt.

nehmen und seinen Kreationen geschaffen. Die Wärme und Zugewandtheit der Welt der Lindt Mâîtres Chocolatiers war, ist und bleibt ein prägendes Werbeelement in der vor dreissig Jahren initiierten globalen Wachstumsstrategie von Lindt & Sprüngli. Den Mâîtres Chocolatiers kommt auch eine tragende Rolle im Aufbau und Ausbau des unternehmenseigenen Ladennetzwerks Global Retail zu. Sie machen die Premium-Marke Lindt in den über 500 Lindt Shops weltweit direkt erlebbar. Den Meistern des Handwerks bei der Entstehung ihrer Kreationen über die Schulter schauen und sich persönlich mit ihnen austauschen zu können, übt immer wieder aufs Neue eine besondere Faszination bei den Besucherinnen und Besuchern der Shops aus.

Heute ist das Team der Lindt Mâîtres Chocolatiers international und divers besetzt. Die Chocolatiers an den zwölf Produktionsstandorten rund um den Erdball kommen aus den unterschiedlichsten Bereichen und verfügen über kulturell geprägt unterschiedliche Geschmacks- und Aromawahrnehmungen.

## «Unsere Liebe zum Detail und die Leidenschaft für das Handwerk sollen sich in jedem Praliné auch in der Herstellung in unseren zwölf Produktionsstandorten zeigen.»

Urs Liechti, 20 Jahre Leiter der Produktentwicklung von  
Lindt & Sprüngli Schweiz, passionierter Lindt Maître Chocolatier in  
der Werbung

Ihre Herkunft, ihre Erfahrungen und ihre vielfältigen Ideen sind eine unerschöpfliche Inspirationsquelle für ständig neue Kreationen und Genusslebnisse. Was sie dabei eint, sind die Passion für ihren Beruf, ihr hoher Anspruch an Premium-Qualität sowie die enge Verbundenheit mit der Heimat der Lindt Mâîtres Chocolatiers in der Schweiz, die stets Quelle der Innovation für die Lindt & Sprüngli Gruppe ist.

# Passion Kompetenz Qualität

# Ghirardelli

**Die Übernahme des traditionsreichen amerikanischen Schokoladenherstellers vor 25 Jahren bildete ein solides Fundament für die erfolgreiche Expansion von Lindt & Sprüngli in den nordamerikanischen Markt. Die lange Geschichte, der hohe Qualitätsanspruch und die starke Innovationskraft verbinden.**

Die Expansion von Lindt & Sprüngli folgt seit 30 Jahren einer klaren Strategie: die Gruppe zu einem globalen Unternehmen für Premium-Schokolade auszubauen, die Marktführerschaft in allen wichtigen Märkten zu erreichen und profitables Wachstum zu erzielen. Die geografische Expansion, die auf einem gut etablierten und profitablen Europageschäft aufbaute, sah von Beginn an Wachstum aus eigener Kraft auf Basis eigener Vertriebsgesellschaften und zugleich durch Übernahmen vor.

Die Pläne zur Erschliessung neuer wachstumsstarker Märkte konzentrierten sich zunächst auf solche mit einer etablierten Schokoladentradition. Den bedeutendsten Pfeiler der globalen Expansionsstrategie stellt damals wie heute der amerikanische Markt dar. Bereits 1987 hatte Lindt & Sprüngli in Stratham/New Hampshire einen Produktionsstandort und in der Folge erste Lindt Shops eröffnet.

Um das Unternehmen auf dem weltgrössten Schokoladenmarkt zu etablieren, erwarb Lindt & Sprüngli vor einem Vierteljahrhundert die traditionsreichste Schokoladenfirma der USA. Die Akquisition der 1852 gegründeten Ghirardelli Chocolate Company in San Francisco war der entscheidende strategische Schritt, um das Wachstumspotenzial auszuschöpfen. Firmengründer und Confiseur Domingo Ghirardelli war Mitte des 19. Jahrhunderts von Italien nach Amerika ausgewandert. Zur Zeit des Goldrauschs liess er sich im Hinterland von San Francisco nieder und versorgte dort mit seinem Kolonialwarenladen die Goldgräber mit Vorräten, aber auch mit Konfekt. Wenig später eröffnete er in San Francisco die zweite Schokoladenfabrik in der noch jungen amerikanischen Geschichte.



Was die beiden Unternehmen verbindet und Ghirardelli zu einer idealen Ergänzung des Portfolios machte, sind der Pioniergeist, die lange Tradition, der hohe Qualitätsanspruch und die starke Innovationskraft. Durch die Übernahme gelang der Lindt & Sprüngli Gruppe der Aufstieg zur Nummer 1 im Premium-Schokoladenmarkt in den USA. Einen wichtigen Beitrag dazu leisten die 1999 lancierten Ghirardelli Squares, der heutige Bestseller von Ghirardelli. Die mit vielfältigen Füllungen erhältlichen Schokoladenquadrate sind – was den Erfolg angeht – sozusagen das amerikanische Pendant zu den Lindor Kugeln. Benannt sind sie nach dem Ghirardelli Square, dem historischen Standort des Schokoladenproduzenten im Hafenviertel von San Francisco.

Seit 100 Jahren begrüsst dort die weithin sichtbare Leuchtreklame mit dem Ghirardelli-Schriftzug die Schiffsreisenden bei ihrer Fahrt durch die Golden-Gate-Bucht. Der geschichtsträchtige Ghirardelli Square, der heute ein markantes Wahrzeichen im Stadtbild und ein touristisches Highlight ist, wurde vor 40 Jahren in das nationale Verzeichnis historischer Stätten aufgenommen. Seit den 1960er-Jahren ist dort der «Original Chocolate & Ice Cream Store» untergebracht. Er ist weltberühmt für seine Eisbecher mit hausgemachter, warmer Schokoladensauce, die Hot Fudge Sundae. Zudem werden dort die Geschichte des Traditionsunternehmens und Wissenswertes zu den Anfängen der Schokoladenherstellung vermittelt. In neuem Glanz präsentiert sich seit Mai 2022 der auf demselben Areal gelegene «Chocolate Experience Store».

25 Jahre



## «Ghirardelli — Makes Life a Bite Better — seit 1998 gemeinsam mit Lindt & Sprüngli.»

In dem Backsteinbau von 1864 war ursprünglich eine Spinnerei angesiedelt, bevor Ghirardelli dort Ende des 19. Jahrhunderts seine vier Produktionsstandorte zusammenzog. Als der Firmensitz und die Schokoladenherstellung zu Beginn der 1960er-Jahre nach San Leandro verlagert wurden, erhielten weitsichtige Investoren das Areal in seiner ursprünglichen Form und bauten es zum Einkaufs- und Erlebnisviertel um.

Die derzeit laufende Rundumerneuerung zum 170-jährigen Bestehen von Ghirardelli verbindet die historische Bausubstanz mit modernen Elementen. Die originalen roten Backsteinbauten und Holzgewölbe treffen auf die kreativen Fliesenarbeiten eines lokalen Produzenten. Im Boden ist der Steinadler, seit jeher das Ghirardelli-Logo, eingelassen. Die Wände zieren Wandmalereien und Werbeplakate aus den Gründerzeiten.

Die Besucherinnen und Besucher können im «Chocolate Experience Store» den Ghirardelli Chocolatiers beim Herstellen des legendären Hot Fudge – ein zart schmelzender Genuss aus Schokolade, Milch und Vanille – über die Schulter schauen und diesen im Anschluss auf einem Hot Fudge Sundae bei einem atemberaubenden Blick über die Bucht direkt geniessen. Für den Genuss zu Hause eignet sich dann eine schöne Metalldose mit einer Auswahl aus 40 Sorten Ghirardelli Squares von der grössten Pick&Mix-Theke.

«Ghirardelli Makes Life a Bite Better» lautet der Slogan des traditionsreichen Schokoladenherstellers. Dieses Markenversprechen vermitteln nicht nur der neue Flagship-Store in San Francisco, son-

dern auch das Erlebnis in den weiteren 13 Ghirardelli Stores, darunter einer in Disney World in Florida.

Einen Bissen besser macht Ghirardelli auch das Leben von Hobbybäckern, Bäckereien und Gastronomen mit Kakao- und Schokoladenzutaten sowie Back- und Dessertrezepten. So verteidigt das Traditionsunternehmen mit ungebrochener Innovationskraft seit Jahren seinen Spitzenplatz in der Schokoladen- und Backindustrie in Amerika.

Die jüngsten Zahlen belegen einmal mehr den Erfolg der Expansionsstrategie von Lindt & Sprüngli im nordamerikanischen Markt. Dazu trägt neben den Marken Ghirardelli und Lindt auch das 2014 erworbene Traditionsunternehmen Russell Stover bei. Die Wachstumsperspektiven für Premium-Schokolade im weltgrössten Markt bleiben damit langfristig intakt.

# Attraktion Erlebnis Tradition



**1852:** Domingo Ghirardelli eröffnet das erste Süßwarengeschäft «Ghirardelli & Girard» und legt damit den Grundstein für die heutige Ghirardelli Chocolate Company in San Francisco.

**1893:** Nach der Übergabe des Geschäfts an die Söhne im Jahr 1892 kauft das Unternehmen das «Pioneer Woolen Building» und verlegt die Herstellung an den heutigen Standort am Ghirardelli Square.

**1923:** Die heute berühmte Leuchtschrift «Ghirardelli» wird installiert und leuchtet über Meilen sichtbar direkt an der Golden-Gate-Meerenge.

**1965:** Die Stadt San Francisco erklärt den Ghirardelli Square zu einem Wahrzeichen der Metropole. Bereits 1982 wird der Platz ins «National Historic Register», ins nationale Verzeichnis historischer Stätten, aufgenommen.

**1998:** Lindt & Sprüngli akquiriert mit Ghirardelli das traditionsreichste Schokoladenunternehmen der USA.

**1999:** Ghirardelli lanciert die heute ikonischen Ghirardelli Squares, die mit ihrer zarten Füllung «das Leben einen Bissen besser machen».



# 2009

## 15 Jahre

# Global Retail

**Die Premium-Markenwelt von Lindt & Sprüngli für Konsumentinnen und Konsumenten rund um die Welt erlebbar zu machen, ist die Aufgabe des Global Retail. Was wegweisend mit dem Aufbau eines eigenen internationalen Ladennetzwerks begann, erreicht bereits heute und in Zukunft vermehrt über analoge und digitale Vertriebskanäle neue Dimensionen.**

Das Ziel war klar: Das Traditionsunternehmen Lindt & Sprüngli soll zum Global Player weiterentwickelt werden. Doch der Weg dahin war für einen klassischen Vertreter der Konsumgüterbranche aussergewöhnlich: Lindt und die Welt der Mâitres Chocolatiers sollten in eigenen Geschäften erlebbar sein. Zu jenem Zeitpunkt setzten Konsumgüterhersteller überwiegend auf den Zwischenhandel. Eigene Ladenkonzepte verfolgten eher Luxusmarken, was aber wiederum ideal zu den Expansionsplänen für eine einzigartige Premium-Schokoladenmarke passte.

Was mit fünfzig Shops begann, hat sich über die Jahrzehnte in globaler Dimension verzehnfacht. Über 500 Geschäfte von Lindt, Caffarel, Ghirardelli und Russell Stover zählen heute mehr als 90 Millionen Besucherinnen und Besucher jährlich und sind ein relevanter Treiber des organischen Wachstums innerhalb der Unternehmensgruppe. Mit über 200 Shops hat Europa den grössten Anteil am globalen Ladennetzwerk, dicht gefolgt von Nordamerika mit rund 150 und einem Ladennetz von rund 150 Geschäften in den jüngeren Märkten von Australien über Japan nach Südafrika bis nach Brasilien. Heute ist Lindt & Sprüngli weltweit an den exklusivsten Adressen direkt beim Empire State Building in New York über das Ginza-Viertel in Tokio bis zu den Champs-Élysées in Paris mit einem eigenen Shop vertreten.

Die Shop-Konzepte entwickelten sich über die Zeit kontinuierlich weiter. Heute sprechen sie eine global einheitliche Sprache. Das edle Ladendesign sowie der exzellente Service der über 2900 Chocolate Advisors, erfüllen das Premium-Markenerlebnis mit Leben. Sortiment, Logistik, Vertrieb und Werbung werden dagegen den lokalen Präferenzen der Konsumentinnen und Konsumenten und Geschenkanlässen angepasst.





Lindt 



Lindt 



Lindt 

Lindt 

Lindt 





Die Lindt Shops begeistern seit 2009 mit dem besonderen Markenerlebnis in unverkennbarem Design Schokoladenfans aus aller Welt. Die exklusiven saisonalen Produktinszenierungen bringen die Vielfalt des Premium-Sortiments besonders zur Geltung.

# 500 Shops

So wird Lindt & Sprüngli nicht nur entlang der gesamten Wertschöpfungskette von der Kakaobohne über die Produktion bis zur Produktgestaltung seinem hohen Qualitätsanspruch gerecht, sondern erfüllt seinen Premium-Anspruch auch im Hinblick auf das Käuferlebnis für die Konsumentinnen und Konsumenten. Das eigene Shop-Konzept ermöglicht es Lindt & Sprüngli, die Bekanntheit der einzelnen Marken im Einklang mit der globalen Expansionsstra-

tegie zu steigern. Zudem erleichtert es die Erschließung neuer Märkte mit wenig oder gar keiner Schokoladentradition. Wichtige Erfolgsfaktoren sind dabei die enge Zusammenarbeit zwischen den Ländern und die Nutzung von Synergieeffekten. Die systematische Umsetzung des direkten Vertriebsmodells verlangte bald nach einer professionellen Managementstruktur. Im Jahr 2009 wurde daher die strategische Division Global Retail ge-

gründet, die die globalen Aktivitäten und den einheitlichen Auftritt zentral steuert. Damals war die Zahl der Shops weltweit bereits auf 130 angewachsen, eine Zahl, die das Kompetenzteam weiter ausgebaut hat, indem aus den Erfahrungen in den einzelnen Ländern strategische Konzepte entwickelt und weltweit ausgerollt wurden. Global Retail sollte sich von Beginn an zum stabilen Umsatz- und Ertragspfeiler entwickeln sowie nachhaltige Wachs-

tumschancen eröffnen. Der Entscheid für das eigene globale Ladennetzwerk mit unverwechselbarer Markeninszenierung war aber keinesfalls ein Entscheid gegen den Detailhandel, sondern im Gegenteil eine ideale Ergänzung dessen. Die Erfahrung zeigt. Wo immer ein Lindt Shop eröffnet, steigt aufgrund der erlebbaren Markenpräsenz im näheren Umkreis der Verkauf von Lindt Produkten.

Kaum ein anderer Markt dreht sich schneller und ist stärker äusseren Einflüssen ausgesetzt als der Konsumgütermarkt. Mit dieser Entwicklung Schritt zu halten respektive sie vorwegzunehmen und mitzugestalten, heisst darum, nicht nur neue Länder zu erschliessen, sondern analoge Vertriebskanäle systematisch um digitale zu ergänzen. Diese erweiterte Vielfalt muss aktiv gesteuert werden und über alle Kanäle hinweg für die Konsumentinnen und Konsumenten ein einheitliches und unverwechselbares Markenerlebnis bieten.

Omnichannel, wie dies im Fachjargon heisst, spielt für Lindt&Sprüngli deshalb eine zentrale Rolle. Zu den mehr als 500 physischen Shops weltweit sind mittlerweile 24 eigene E-Shops auf einer globalen

E-Commerce-Plattform hinzugekommen. Ausserdem wird mit zahlreichen E-Commerce-Anbietern kooperiert – oft sind dies bewährte Handelspartner aus der analogen Welt, die ebenfalls in den digitalen Handel expandieren. Damit können Konsumentinnen und Konsumenten jederzeit direkt bei Lindt einkaufen – physisch oder online.

Lindt&Sprüngli kommt zugute, dass in den letzten drei Jahrzehnten mit den Lindt Shops parallel zum Zwischenhandel bereits gezielt der direkte Zugang zu den Konsumentinnen und Konsumenten aufgebaut worden war. Im Gegensatz zu anderen Konsumgüterproduzenten musste sich Lindt&Sprüngli diese unabdingbare Grundlage nicht erst mit dem Entstehen des digitalen Ökosystems erarbeiten. Vielmehr lässt sich das einzigartige Marken- und Käuferlebnis auf Basis der etablierten Verbindung zu den Konsumentinnen und Konsumenten direkt auf die digitalen Kanäle übertragen, was Global Retail als profitablen Wachstumskanal weiter stärkt. Der Fokus auf die Schaffung einzigartiger Markenerlebnisse wird deshalb auch in Zukunft eine Konstante bleiben.

Ein weiteres Wachstumsfeld, das ebenfalls die strategische Division Global Retail steuert, ist das Geschäft mit Unternehmenskunden und insbesondere der Bereich der personalisierten Firmengeschenke. Das «Corporate Gifting» richtet sich an Unternehmen, die sich beispielsweise bei ihren Kundinnen und Kunden mit einer süssen Aufmerksamkeit von Lindt&Sprüngli für ihre Treue bedanken möchten, ein passendes Give-away für einen Messeauftritt suchen oder besondere Leistungen ihrer Mitarbeitenden anerkennen wollen. Hier eröffnen sich zusätzliche Wachstumschancen, weil Firmen nicht mehr nur zu den üblichen Feiertagen, sondern vermehrt zu Unternehmensanlässen eine emotionale Verbindung durch ein personalisiertes Schokoladenpräsent schaffen wollen.

Lindt&Sprüngli bietet seinen Konsumentinnen und Konsumenten ein nahtloses Einkaufserlebnis, das Genuss, Premium-Qualität und exzellenten Service im Global Retail in idealer Weise verbindet. Damit nimmt das Unternehmen eine führende Rolle in der Schokoladenbranche ein und setzt auf die Wachstumschancen der Digitalisierung im Direct-to-Consumer-Geschäft.

# Markenerlebnis Direct-to-Consumer Personalisierung



2009

15 Jahre



Passion  
Kompetenz  
Qualität

# Roger Federer

**Ein Weltklasse-Tennispieler. Eine weltbekannte Premium-Schokoladenmarke.  
Verbunden in einer langjährigen, erfolgreichen Partnerschaft auf Basis gemeinsamer  
Werte – seit 2009 und über das Heute hinaus.**

2009 war für Roger Federer wie für Lindt & Sprüngli ein Schlüsselmoment. Mit dem Sieg am French Open errang der Schweizer Tennisstar seinen Karriere-Grand-Slam. Vor ihm hatten weltweit erst fünf Spieler in ihrer Karriere alle vier Grand-Slam-Titel gewonnen. Lindt & Sprüngli gelang es im selben Jahr, den Weltklassemann als ersten und einzigen globalen Markenbotschafter in seiner über 175-jährigen Geschichte zu gewinnen. Ein perfektes Schweizer Doppel, das seit 17 Jahren andauert.

Der Maestro des Tennis verkörpert in einzigartiger Weise die für Lindt & Sprüngli grundlegenden Werte von Swissness, Präzision, Eleganz, Qualität und Expertise. Mit seiner globalen Präsenz und seiner Bekanntheit unterstützte er den Aufbau der Marke Lindt in wichtigen Märkten und prägte sie nachhaltig. Im Rahmen seines Engagements als Markenbotschafter für seine Lieblingsschokolade bescherte der weltbeste Tennispieler schon Tausenden von Lindt Fans unvergessliche Momente.

An einem der ersten gemeinsamen Auftritte eröffnete Roger Federer zusammen mit Ernst Tanner den weihnächtlichen Lighting Event mit einer zauberhaften Lichtshow am Hauptsitz in Kilchberg.

Doch zu den spektakulärsten Auftritten, die ihm und dem gesamten Lindt & Sprüngli Team unvergesslich bleiben wird, zählt die Eröffnung des höchstgelegenen Lindt

Shops, des «Swiss Chocolate Heaven» auf dem Jungfrauoch im Jahr 2014. An diesem besonderen Einweihungsevent

## «Seit 2009 ein perfektes Schweizer Doppel»

lieferte sich Roger Federer mit US-Skirennläuferin Lindsey Vonn einen weltweit beachteten Showmatch vor grandioser Bergkulisse auf dem Aletschgletscher. Ein Match, den Roger Federer bis heute als einen der spektakulärsten in seinem Leben bezeichnet.

Wie sehr er in Asien vergöttert wird, zeigte sich 2019. Für die Lindt Werbekampagne «Chinese Moment of Bliss» stand er mit dem Filmstar Xin Zhilei vor der Kamera. Das erste Video erreichte innert einer Stunde 12 Millionen Zuschauer.

Roger Federer liess es sich auch nicht nehmen, 2020 zusammen mit dem damaligen Bundesrat Ueli Maurer und Stiftungsratspräsident Ernst Tanner das Lindt Home of Chocolate einzuweihen. Die gemeinsame Enthüllung des imposanten, über neun Meter hohen Schokoladenbrunnens und der Film «The Grand Opening», in dem Roger Federer mitspielte, waren die Highlights der Einweihung. Darüber hinaus trat der Markenbotschafter über die Jahre an zahlreichen Eröffnungen von Lindt Shops rund um den Globus auf, darunter den

grössten in Paris direkt an den Champs-Élysées oder den exklusivsten an der 5th Avenue in New York. Mit seinem sympathischen und stets nahbaren Auftreten begeistert er Lindt Fans immer wieder an den exklusiven Meet & Greet-Anlässen.

Es sind aber nicht nur die Auftritte auf den grossen Bühnen, mit denen der Markenbotschafter das Publikum in seinen Bann zieht und die Bekanntheit sowie das Image von Lindt stärkt. Ihm wie Lindt & Sprüngli liegt das wohltätige Engagement am Herzen. Davon zeugen zahlreiche gemeinsame Projekte in der Schweiz und in Afrika. So etwa die Charity-Turniere «Match for Africa» mit bekannten Tennisgrössen. Oder die Aktion «Freude schenken» zu Ostern 2017, als er unzählige kleine Patientinnen und Patienten in zehn Kinderspitälern in der Schweiz mit einem süssen Ostergeschenk überraschte.

2022 gab Roger Federer seinen Rücktritt vom Profisport bekannt. Lindt & Sprüngli hält an ihm als globalem Markenbotschafter fest. Denn längst beeindruckt die Tennislegende nicht mehr nur mit seinem aussergewöhnlichen Tennisspiel. Er überzeugt durch seine Persönlichkeit, sein Charisma und seine vielfältigen internationalen Engagements als starke globale Marke.

2016  
28 Jahre



# Dieter Weisskopf

**Kontinuität im Management lässt Raum für das Wesentliche im Unternehmen: die Umsetzung der Strategie, Innovation und in der Konsequenz nachhaltiges profitables Wachstum. Darauf setzt Dieter Weisskopf seit mehr als 28 Jahren. Erfolgreiche Teamarbeit auf einer gemeinsamen Wertebasis – einst als Finanzchef, zuletzt als Group CEO und seit 2022 als Verwaltungsrat der Lindt & Sprüngli Gruppe – prägen seine Arbeitsweise.**

*Sie begannen 1995 als Finanzchef der Lindt & Sprüngli Gruppe und zeichneten zudem für den Einkauf und die Produktion verantwortlich. War diese Verbindung der Verantwortungsbereiche später als CEO Ihr Erfolgsgeheimnis?*

Über die Zahlen hinaus die Prozesse aus unserer Praxis zu kennen und mitzugestalten, kam mir schon als Finanzchef und in der Tat noch mehr als CEO zugute. Die reine Konzentration auf Zahlen

hätte uns kaum so weit gebracht. Hinter jeder Zahl entlang der gesamten Wertschöpfungskette stehen Menschen – seien es die Kakaobauern, unsere Mitarbeitenden, unsere Handelspartner oder die Konsumentinnen und Konsumenten. Die Wertschätzung ihrer Beiträge zum Ganzen sowie unsere gemeinsame Wertebasis waren und sind ein solides Fundament für unsere globale Expansion.

## «Für die nachhaltige Fortsetzung unserer Erfolgsgeschichte gebührt Dieter Weisskopf grosser Dank. Ich freue mich, unsere bewährte, langjährige Zusammenarbeit mit ihm nun auf strategischer Ebene fortzusetzen.»

Ernst Tanner, Exekutiver Verwaltungsratspräsident  
der Lindt & Sprüngli AG

*Sie prägten Lindt auf dem Weg zur globalen Marke für Premium-Schokolade entscheidend mit. Welche waren dabei die wichtigsten «Zutaten»?*

Erfolg ist nie die Leistung Einzelner, sondern das erfolgreiche Zusammenwirken eines Teams, das sich mit der Marke, dem Unternehmen und seinen Zielen identifiziert. Eine Premium-Marke global aufzustellen, bedeutet, Hand in Hand zu arbeiten und dabei Expertise und Meinungsvielfalt zielführend zu nutzen sowie gleichzeitig den lokalen Bedürfnissen der Konsumentinnen und Konsumenten zu entsprechen – ohne Abstriche bei der Qualität zu machen. Mit dem Einstieg in den US-Markt setzten wir damals den Benchmark für den globalen Rollout unseres erfolgreichen Konzepts.

*Im Frühjahr 2022 wurden Sie in den Verwaltungsrat von Lindt & Sprüngli gewählt und gaben den CEO-Posten im Herbst 2022 an Adalbert Lechner weiter. Wie erlebten Sie den Wechsel?*

Im Wesentlichen sind es ein Perspektivwechsel und die Konzentration auf die strategische Weitsicht, die einem als CEO zwar nicht fremd ist, aber im operativen Alltag oft etwas zu kurz kommt. Dabei meine langjährige Erfahrung als CEO und ehemaliger Finanzchef einbringen zu können, kommt mir natürlich zugute. Ich freue mich, in meiner neuen Funktion meinem Nachfolger und seinem Team als Sparringpartner so zur Seite stehen zu können, wie ich es als CEO selbst erleben durfte.

*Im Verwaltungsrat arbeiten Sie nun wieder enger mit Ernst Tanner zusammen, mit dem Sie schon auf operativer Ebene lange Zeit ein erfolgreiches Führungsteam gebildet hatten. Wo sehen Sie die Vorteile dieser Kultur der Kontinuität?*

Wer so lange gemeinsam unternehmerisch tätig ist wie wir, kennt die Stärken und Schwächen des anderen. Genau diese Vertrauensbasis ermöglicht eine Offenheit im Austausch, die Wandel und Weiterentwicklung möglich macht. Das haben wir im Übergang von Ernst Tanner zu mir und nun auch beim Wechsel von mir zu Adalbert Lechner bewiesen. Sind Beziehungen im Unternehmen so eingespielt, wie sie es bei uns sind, ermöglicht dies eine Konzentra-

tion aufs Wesentliche, ja sie machen vieles überhaupt erst möglich. Und unsere Zahlen belegen das.

*Von Beginn an haben Sie sich für die strategische Verankerung von Nachhaltigkeit bei Lindt & Sprüngli engagiert, unzählige Massnahmen initiiert und umgesetzt. Warum war und ist Ihnen dies so wichtig?*

Als Unternehmen mit einer über 175-jährigen Geschichte ist Nachhaltigkeit sozusagen in unserer DNS verankert. Die Wertschätzung und die Verantwortung gegenüber Mensch und Umwelt prägen unser tägliches Handeln. Nachhaltigkeit bestimmt die Art und Weise, wie wir Lindt & Sprüngli führen und zukunftsfähig aufstellen. Ein Produkt wie Schokolade verpflichtet auf ganzer Linie. Wir sind weltweit einer der wenigen grossen Schokoladenhersteller, die die gesamte Wertschöpfungskette abdecken. Nur so können wir unseren hohen Qualitätsanforderungen von der Auswahl der Kakaobohnen bis zur Schokoladentafel gerecht werden. Wir erbringen den Nachweis, dass sich Nachhaltigkeit und gesundes Wachstum nicht ausschliessen.

*Was waren die wichtigsten Stationen auf dem bisherigen Weg? Und auf welche sind Sie besonders stolz?*

Ein Meilenstein war 2009 der Beitritt zum UN Global Compact. Ein Jahr später erschien unser erster Nachhaltigkeitsbericht. Besonders stolz macht mich, dass unsere Lieferkette für Kakaobohnen durch unser eigenes «Lindt & Sprüngli Farming Program» seit Ende 2020 zu 100 Prozent rückverfolgbar und extern verifiziert ist. Damit sorgen wir für eine stabile Lebensgrundlage von 91 000 Kakaobauern und ihrer Familien in allen sieben Herkunftsländern sowie für eine nachhaltige Entwicklung der dortigen Landwirtschaft. Überdies starteten wir 2020 die «Sustainable Packaging Initiative», mit der wir bis zum Jahr 2025 100 Prozent unserer Verpackungen recyclebar respektive wiederverwendbar machen wollen, ein wichtiges Etappenziel auf unserem langfristigen Weg zu Netto-Null-Emissionen. Unsere diesbezüglichen Fortschritte zeigt unser Nachhaltigkeitsbericht, der erstmals nach den Standards der Global Reporting Initiative erstellt ist.

# Nachhaltigkeit Transformation Globalisierung

2020

# Lindt Home of Chocolate

Das einzigartige Schokoladenkompetenzzentrum der Lindt Chocolate Competence Foundation vereint unter seinem Dach Schweizer Pioniergeist und Expertise in der Schokoladenherstellung mit dem Ziel, die Innovationskraft des Standorts langfristig zu stärken. Bereits im Eingangsbereich begeistert Besucher der spektakuläre, frei stehende Schokoladenbrunnen, bevor man in sieben Erlebniswelten in Wissen rund um das Thema Schokolade eintauchen kann.



# Innovation Swissness Kompetenz

## «Die internationale Strahlkraft des Lindt Home of Chocolate hat es zu einem der beliebtesten Museen in der Schweiz gemacht.»

Kaum etwas anderes wird so stark mit der Schweiz in Verbindung gebracht wie Schokolade. Dass ausgerechnet die Schweiz für ihre Schokolade so bekannt ist, verdankt sie zwei Tugenden: dem Pioniergeist und dem hohen Qualitätsanspruch. Lindt & Sprüngli steht exemplarisch dafür: Rodolphe Lindts bahnbrechende Erfindung des Conchierens im Jahr 1879 ist zum Branchenstandard für die Herstellung hochwertiger Schokolade geworden und sorgt bei der Lindt Schokolade bis zum heutigen Tag für die charakteristisch zart schmelzende Struktur. Mit dem Bekenntnis zu steter Erneuerung und dem kompromisslosen Qualitätsstandard trägt Lindt & Sprüngli seit über 175 Jahren wesentlich dazu bei, den guten Ruf der Schweizer Schokolade in alle Welt hinauszutragen.

Der Weltruf der Schweizer Schokolade ist Auszeichnung und Aufgabe zugleich, gilt es doch, ihn hochzuhalten und noch breiter bekannt zu machen. Getragen wird er von einem starken Bekenntnis zur langfristigen Sicherung des Schokoladenstandorts Schweiz und von unermüdlichen Aufbau von Wissen und Kompetenz in Bezug auf die Schokoladenherstellung.

Einen aktiven Beitrag dazu leistet die 2013 gegründete Lindt Chocolate Competence Foundation, die sich zum Ziel gesetzt hat, die Innovationskraft der Schweizer Schokoladenindustrie nachhaltig zu stärken. Dies tut sie zum einen mit einem Museum, das sie der breiten Öffentlichkeit als Informationsplattform rund um das Thema Schokolade zugänglich macht. Zum anderen

Ernst Tanner, Stiftungsratspräsident der Lindt Chocolate Competence Foundation

betreibt sie ein Kompetenzzentrum zur branchenspezifischen Aus- und Weiterbildung von Fachkräften sowie zur Förderung des Nachwuchses. In Zusammenarbeit mit Universitäten und Hochschulen werden dort unter anderem neue Produktions- und Verfahrenstechnologien erforscht.

Zur Realisierung ihrer Vision wählte die Stiftung einen aussergewöhnlichen Weg. Mit dem Lindt Home of Chocolate hat sie der Geschichte und der Zukunft der Schweizer Schokolade ein Zuhause gegeben – und das genau dort, wo bereits die Lindt & Sprüngli Gründer wirkten und bis zum heutigen Tag die zart schmelzende Lindt Schokolade produziert wird: am Stammhaus der Gruppe in Kilchberg am Zürichsee.

Das markante Gebäude ist in vielerlei Hinsicht eine Meisterleistung. Zwischen der Idee und der Einweihung des visionären Grossprojekts verstrichen rund zehn Jahre. 2014, nur ein Jahr nach der Gründung der Foundation, startete die Planungsphase mit einem renommierten Architekturbüro.

Das Projekt schritt zügig voran. Schon ein Jahr später reichte die Stiftung das Bauge-such bei den Behörden der Gemeinde Kilchberg ein, die es 2016 bewilligte. Für die 13 Meter tiefe Baugrube von der Grös-

se eines Fussballfelds transportierten über 4000 Lastwagen knapp 70000 Kubikmeter Erdreich ab. Im Herbst 2017 folgte die Grundsteinlegung, bei der eine Zeitkapsel im Fundament versenkt wurde. Sie enthält unter anderem eine Tafel «Surfin», die erste von Rodolphe Lindt produzierte zart schmelzende Schokolade, die noch heute nach dem ursprünglichen Rezept hergestellt wird. Sie ist der Urmeter von Lindt & Sprüngli und symbolisiert gleichermaßen das Fundament des Unternehmens sowie das Fundament für den Siegeszug der Lindt Schokolade um die Welt.

In den Folgemonaten wurden 16000 Kubikmeter Beton und 2500 Tonnen Stahl verbaut. Aufwendige Schalungsarbeiten formten runde Treppenaufgänge, Brückenpassagen und imposante Oberlichter in der Decke und gaben dem dreistöckigen Gebäude das charakteristische Innere. Die Fassade des 20 Meter hohen Baus entstand aus 170000 roten und 50000 weissen Backsteinen und lehnt sich optisch an die historische Produktionsstätte von Lindt & Sprüngli an. Nach rund 1000 Tagen Bauzeit übernahm die Stiftung Ende 2019 den fertig gestellten Bau und übergab das Zepter direkt den Szenografen, die das





# 1 Million Besucher seit Eröffnung 2020

Gebäudeinnere in eine einzigartige Schokoladenerlebniswelt verwandelt.

Das Herzstück des Lindt Home of Chocolate bildet einer der weltweit grössten Schokoladenbrunnen, der aus über neun Metern Höhe 1400 Liter flüssige Schokolade fliessen lässt. Auf einer Fläche von 1500 Quadratmetern gibt es sieben multimediale, interaktive und multisensorische Erlebniswelten zu entdecken. Sie vermitteln den Besucherinnen und Besuchern viel Wissenswertes über den Kakaoanbau, die Geschichte der Schokolade und die Schweizer Schokoladenpioniere. Eine grosse Forschungsanlage und eine Schaulproduktion runden das Angebot ab. Im Degustationsraum, wo die ganze Vielfalt an Kreationen der Maîtres Chocolatiers in Versuchung führt, wännen sich die Besucherinnen und Besucher endgültig im Schokoladenhimmel. Mit einer Chocolate-ria für Schokoladenkurse und einem Auditorium mit Kino bietet das Lindt Home of

Chocolate zudem Raum für Anlässe. Untergebracht sind im Gebäude auch der weltweit grösste Lindt Chocolate Shop sowie das erste Lindt Café der Schweiz. Im Herbst 2020, just zum 175-Jahr-Jubiläum

**«Von der ersten Idee bis zur Eröffnungsfeier vergingen rund 10 Jahre. Der enorme Erfolg des Projekts bestätigt das Engagement der Stiftung für den Schokoladenstandort Schweiz.»**

Ernst Tanner, Stiftungsratspräsident der Lindt Chocolate Competence Foundation

von Lindt & Sprüngli, wurde das neue Wahrzeichen der Schweizer Schokoladenindustrie in einem feierlichen Festakt eingeweiht und das Lindt Home of Chocolate in Anwesenheit zahlreicher Gäste aus dem In- und Ausland seiner Bestimmung übergeben. «Schokolade ist ein Teil unserer nationalen

Identität und die Schokoladenindustrie ein wichtiger Wirtschaftszweig unseres Landes», betonte Bundesrat Ueli Maurer in seiner Eröffnungsansprache. «Deshalb ist die Förderung der Schokoladenkompetenz auch gleichbedeutend mit der Stärkung des Wirtschaftsstandorts Schweiz.»

Nach der Eröffnung verursachte die COVID-19-Pandemie immer wieder Schliessungen. Eine permanente Öffnung des Museums war erst seit dem 1. Januar 2022 möglich. Umso erfreulicher ist es, dass die Schokoladenattraktion seit der Eröffnung schon 1 Million kleine und grosse Besucherinnen und Besucher aus nah und fern in ihren Bann gezogen hat. Nur zwei Jahre nach Eröffnung ist das Lindt Home of Chocolate bereits ein internationaler Besuchermagnet, der das Wissen und die Faszination rund um die Herstellung von Schokolade sowie die Qualität und Expertise der Schweizer Handwerkskunst in alle Welt trägt.

# 160 Jahre Expertise

Unternehmerisches Denken in langen Zyklen, Schweizer Premium-Qualität der Schokoladen und Kontinuität im Management – dafür steht Lindt & Sprüngli. Die Erfolgsgeschichte der letzten 30 Jahre wird durch die strategische Führung an der Unternehmensspitze und passionierte, loyale Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bestimmt.



Daniel  
Studer

Rolf  
Fallegger

Martin  
Hug

Adalbert  
Lechner

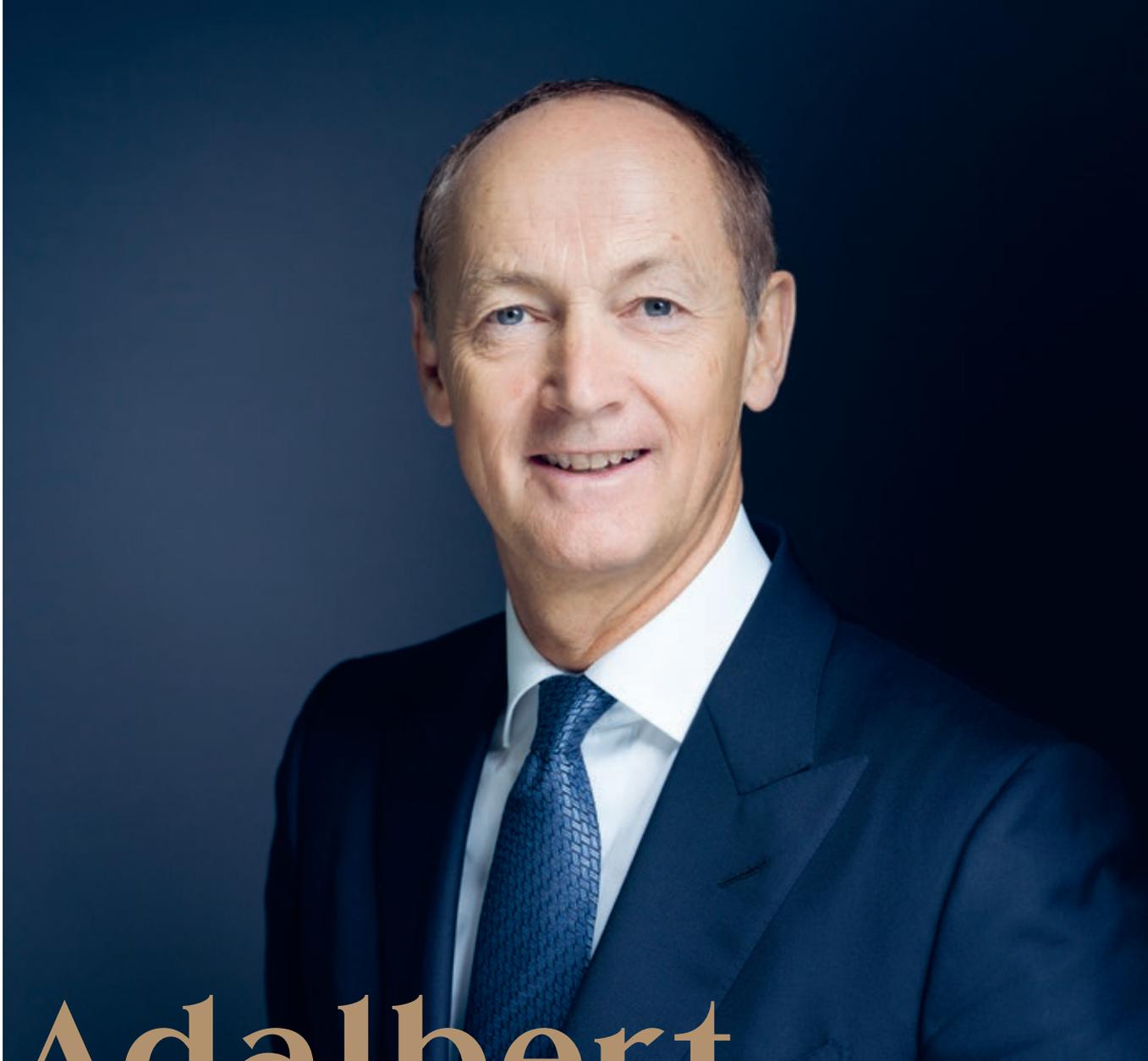
Jennifer  
Picenoni

Alain  
Germiquet

Guido  
Steiner

# 2022

30 Jahre



# Adalbert Lechner

**Im Oktober 2022 hat Dr. Adalbert Lechner die Nachfolge von Dr. Dieter Weisskopf als Group CEO von Lindt & Sprüngli angetreten. Er setzt auf Kontinuität in der Führung und geht die aktuellen Herausforderungen mit Enthusiasmus sowie einem klaren Blick für neue Chancen an und treibt die Wachstumsstrategie gezielt voran.**

*Sie gestalten die Unternehmensgeschichte von Lindt & Sprüngli seit 30 Jahren mit und teilen mit ihren beiden Vorgängern die Passion für Marke, Menschen und Märkte. Wie gehen Sie Ihre neue Aufgabe an?*

Die Kontinuität in der Führung ist ein Garant für unseren Erfolg, und das setze ich fort. Führung braucht Vertrauen. Meinen Vorgängern bin ich dankbar, dass sie dieses Vertrauen über Jahrzehnte in der Lindt & Sprüngli Gruppe aufgebaut und gefestigt haben. An diesem Punkt zu übernehmen, heisst auch Respekt vor ihrem Wirken zu haben. Gleichzeitig ist es eine motivierende Aufgabe, das Unternehmen auf diesem stabilen Fundament zielgerichtet weiterzuentwickeln.

Ich habe über Jahrzehnte Erfahrungen in den Märkten gesammelt und gleichzeitig in den vergangenen sechs Jahren als Mitglied der Konzernleitung die Gruppenstrategie mitgestaltet. Internationale Erfahrung habe ich durch die Leitung der Global Retail Division, die unsere 500 weltweiten Retail Shops betreut, erworben. Die daraus entstandene Nähe zu den Märkten, den Konsumentinnen und Konsumenten sowie unseren lokalen Teams kennzeichnet meinen Führungsstil. Ich kenne also die Länder der Gruppe sowohl aus operativer als auch strategischer Perspektive.

# Teamwork Globales Wachstum Nachhaltigkeit

## «Gemeinsam mit dem Team von Lindt & Sprüngli möchte ich die Herausforderungen der Zukunft mit Freude und Begeisterung angehen.»

Dr. Adalbert Lechner, Group CEO

### *Worauf stellen Sie sich denn bei dieser Weiterentwicklung ein?*

Eine starke Basis erleichtert es, herausfordernde Zeiten zu meistern und gibt gleichzeitig den Freiraum, Neues zu antizipieren und sich darauf einzulassen. Ich habe die Leitung in einer Zeit grösserer Umwälzungen auf den globalen Märkten übernommen, was sich an der starken Volatilität in unserem Geschäft zeigt. In diesem unsicheren Umfeld ist es mein klares Ziel, den Erfolgskurs, auf dem sich Lindt & Sprüngli seit Jahrzehnten befindet, beizubehalten und dabei zugleich die Chancen zu nutzen, die der aktuelle Wandel bietet.

### *Was Sie auszeichnet, ist Ihre Nähe zu den Märkten und Ihre langjährige Erfahrung im operativen Geschäft von Lindt & Sprüngli. Inwieweit kommt Ihnen dies in der neuen Funktion zugute?*

Märkte sind einem steten Wandel unterworfen, der mal oberflächlicher, mal tiefgreifender abläuft. Langjährige Markterfahrung ist auf alle Fälle hilfreich. Nur ein Unternehmen, das sich anpasst, bleibt nachhaltig erfolgreich. Daher ist sowohl die Nähe zu unseren Handelspartnern als auch unseren Konsumentinnen und Konsumenten so wichtig. Aber auch das Vertrauen darauf, dass starke Marken wie die unseren über Generationen hinweg tragfähig sind, wenn sie gepflegt und ihrem Anspruch gerecht werden. Ausserdem bin ich überzeugt davon, dass Genuss und Qualität beständige Faktoren – vor allem in der Premium-Schokoladenbranche – sind.

### *Sie haben den Ausbau von Deutschland zum grössten und wichtigsten Markt für Lindt & Sprüngli in Europa vorangetrieben. Gleichzeitig haben sie Emerging Markets sowie die globale Retail-Organisation aufgebaut. Wie unterscheiden sich die etablierten von neuen Märkten?*

Da wie dort zählt die konsequente Ausrichtung an den Bedürfnissen unserer Konsumentinnen und Konsumenten. Während wir in etablierten Märkten insbesondere durch Innovationen, die Vielfalt unseres Sortimentes sowie durch intensive Aktivierungsmassnahmen punkten, ist unser Türöffner in neue Märkte ein fokussiertes Sortiment unserer Kernmarken, bei dem wir die Markenbekanntheit konzentriert Schritt für Schritt aufbauen. Gerade in Emerging Markets haben wir die Erfahrung gemacht, dass der Markteintritt mit eigenen Retail Shops ein erfolgversprechender Weg sein kann, um eine solvente Käuferschicht an Premium Locations zu errei-

chen. Darüber hinaus kommt unseren eigenen Shops, in denen die Marken auf einzigartige Weise erlebt werden, beim Aufbau der Markenbekanntheit und insbesondere des Premium-Images eine besondere Rolle zu. In beiden

Kontexten steht und fällt unser Erfolg aber immer damit, dass wir bei der Produktqualität keine Abstriche machen.

### *Lindt & Sprüngli hat sich auch für die kommenden Jahre ambitionierte Wachstumsziele gesetzt. Welche Voraussetzungen sind hierfür entscheidend?*

Grundvoraussetzung ist, dass wir den Herausforderungen mit Freude und Begeisterung begegnen und sie konstruktiv mit vereinten Kräften angehen. Ambitionierte Ziele lassen sich erreichen, wenn sie klar formuliert sind, was ebenso für die Massnahmen zur Umsetzung gilt. Für uns heisst das: Wir definieren, wie wir unter den gegebenen Vorzeichen noch nachhaltiger werden können und analysieren, was Globalität für uns in Zukunft bedeutet. Wir entwickeln ein Konzept wie uns die schnelle Anpassung an neue Marktbedingungen erfolgreich gelingen kann und stellen damit langfristig profitables Wachstum sicher.

### *Wo setzen Sie die Schwerpunkte in der Umsetzung?*

In den kommenden Jahren konzentrieren wir uns auf folgende strategische Schwerpunkte. Wichtige Voraussetzung für unsere Unabhängigkeit ist profitables Wachstum. Wir wollen schneller wachsen als der Markt und unsere Marktanteile weiter ausbauen, um unsere hohe Bewertung sicherzustellen und Shareholder Value zu schaffen. Wir werden weiterhin in die Premium-Qualität unserer Produkte investieren, was unsere Marken stärkt und uns klar von Wettbewerbern differenzieren. Das bedeutet gleichzeitig, dass wir Innovation in allen Bereichen fördern. So verbessern wir Prozesse und Produkte, begeistern Konsumentinnen und Konsumenten, und schaffen in der Konsequenz die Grundlage für künftiges Wachstum. Zudem werden wir Umwelt-, Sozial- und Governance-Standards noch stärker verankern und damit die – zu Recht – steigenden Erwartungen adressieren. Bei all dem möchten wir unsere einzigartige Unternehmenskultur weiterentwickeln, in der die unternehmerische Haltung unserer Mitarbeitenden eine zentrale Rolle spielt.

«Gemeinsam  
verzaubern wir  
die Welt mit  
Schokolade, und  
das jeden Tag.»

Ernst Tanner,  
Exekutiver Verwaltungsratspräsident

