

# Credo

---

## **Wir sind eine internationale Firmengruppe und als führendes Unternehmen im Premium-Schokoladenmarkt anerkannt.**

Wir wollen mit herausragenden Leistungen weltweit die Chancen im Markt nutzen. Wir kennen die Bedürfnisse, die Gewohnheiten und das Verhalten unserer Konsumentinnen und Konsumenten. Dieses Bewusstsein ist die Grundlage für die Entwicklung neuer, innovativer Produkte und Dienstleistungen im Bereich der obersten Qualitäts- und Wertstufe. Wir werden niemals Kompromisse eingehen, welche die Produktqualität, die Präsentation oder die Herstellungsmethoden beeinträchtigen.

## **Unser Arbeitsumfeld fördert das langfristige Engagement der besten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.**

Wir fördern, anerkennen und belohnen das individuelle Engagement, die persönliche Initiative und die Führungskompetenzen auf allen Stufen der Organisation. Wir legen die Basis für Vertrauen, Fairplay und Freude an der Zusammenarbeit, indem wir die persönlichen Eigenschaften jedes Einzelnen respektieren. Teamgeist in allen Disziplinen und Geschäftsbereichen ist Voraussetzung für den Ausbau unserer Unternehmensgemeinschaft, die sich gegenseitig unterstützt und gemeinsam den Erfolg anstrebt. Wir setzen uns ein für die Weiterbildung unserer Mitarbeitenden und fördern das Verständnis zwischen den verschiedenen Aufgabenbereichen durch kollegiale Zusammenarbeit.

## **Die Partnerschaft mit unseren Konsumentinnen und Konsumenten, Kunden und Lieferanten führt zu Anerkennung und gegenseitigem Erfolg.**

Unser Verständnis für die Bedürfnisse unserer Konsumentinnen und Konsumenten und für die Ziele und Strategien unserer Kunden und Lieferanten erlaubt den Ausbau einer gegenseitig erfolgreichen und langfristigen Partnerschaft.

## **Wir wollen mit der Umwelt und den Gemeinschaften, in denen wir leben und arbeiten, sorgfältig und gewissenhaft umgehen.**

Die Sorge um unsere Umwelt spielt eine immer grössere Rolle in all unseren Entscheidungsprozessen. Wir begegnen den Bedürfnissen der Gemeinschaften, in denen wir leben, mit Respekt und Verantwortung.

## **Die Erfüllung unserer Verpflichtungen garantiert unseren Aktionärinnen und Aktionären ein langfristig attraktives Engagement und die Unabhängigkeit unseres Unternehmens.**

Wir wollen unsere Zukunft selbst gestalten. Dieses Bekenntnis zur Eigenständigkeit und Unabhängigkeit offenbart sich in unseren überdurchschnittlichen Leistungen.

## Wichtigste Kennzahlen

### Erfolgsrechnung

		2022	2021	Veränderung in %
Umsatz	CHF Mio.	4 970,2	4 585,5	8,4
Operatives Ergebnis vor Abschreibungen/Wertbeeinträchtigungen (EBITDA)	CHF Mio.	1 017,7	921,5	10,4
in % des Umsatzes	%	20,5	20,1	
Operatives Ergebnis (EBIT)	CHF Mio.	744,6	644,9	15,5
in % des Umsatzes	%	15,0	14,1	
Reingewinn	CHF Mio.	569,7	490,5	16,1
in % des Umsatzes	%	11,5	10,7	

### Bilanz

		2022	2021	Veränderung in %
Bilanzsumme	CHF Mio.	7 945,1	8 956,1	-11,3
Umlaufvermögen	CHF Mio.	2 889,8	3 024,8	-4,5
in % der Bilanzsumme	%	36,4	33,8	
Anlagevermögen	CHF Mio.	5 055,3	5 931,3	-14,8
in % der Bilanzsumme	%	63,6	66,2	
Langfristiges Fremdkapital	CHF Mio.	1 967,2	2 246,8	-12,4
in % der Bilanzsumme	%	24,8	25,1	
Eigenkapital	CHF Mio.	4 400,6	5 223,6	-15,8
in % der Bilanzsumme	%	55,4	58,3	

### Geldfluss

		2022	2021	Veränderung in %
Operativer Cash Flow	CHF Mio.	756,0	826,8	-8,6
in % des Umsatzes	%	15,2	18,0	
Investitionsausgaben in Sachanlagen/immaterielle Anlagen/Nutzungsrechte <sup>1</sup>	CHF Mio.	229,9	240,8	-4,5
in % des operativen Cash Flow	%	30,4	29,1	

<sup>1</sup> Die Position «Investitionsausgaben für Nutzungsrechte» beinhaltet Zahlungen, die vor Leasingbeginn getätigt wurden, und im Geldfluss aus Investitionstätigkeit ausgewiesen werden.

### Mitarbeiter

		2022	2021	Veränderung in %
Durchschnittlicher Personalbestand		14 466	14 135	2,3
Umsatz pro Mitarbeiter	TCHF	343,6	324,4	5,9

## Kennzahlen der Aktien

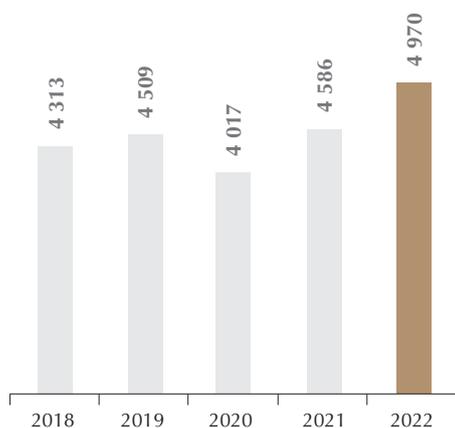
		2022	2021	Veränderung in %
Unverwässerter Reingewinn je Aktie/10 PS <sup>1</sup>	CHF	2 416	2 049	17,9
Operativer Cash Flow je Aktie/10 PS <sup>1</sup>	CHF	3 206	3 453	-7,2
Dividende je Aktie/10 PS	CHF	1 300 <sup>2</sup>	1 200	8,3
Payout Ratio	%	54,6	59,3	
Eigenkapital je Aktie/10 PS	CHF	18 662	21 818	-14,5
Schlusskurs NA 31.12.	CHF	95 000	122 200	-22,3
Schlusskurs PS 31.12.	CHF	9 430	12 630	-25,3
Börsenkapitalisierung per 31.12.	CHF Mio.	22 678,9	30 035,2	-24,5

<sup>1</sup> Basierend auf dem gewichteten Durchschnitt der Anzahl Namenaktien/10 PS im Umlauf.

<sup>2</sup> Antrag des Verwaltungsrats.

## Gruppenumsatz

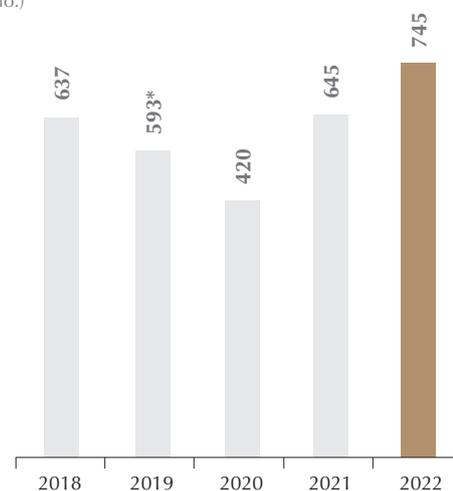
(CHF Mio.)



Organisches Wachstum: 5,1% 2018, 6,1% 2019, -6,1% 2020, 13,3% 2021, 10,8% 2022

## Operatives Ergebnis (EBIT)

(CHF Mio.)



in % des Umsatzes: 14,8% 2018, 13,2% 2019, 10,5% 2020, 14,1% 2021, 15,0% 2022

\* Beinhaltet einmalige Sonderaufwendungen von CHF 81,6 Mio. Ohne diese beträgt das operative Ergebnis (EBIT) CHF 674,6 Mio. und die EBIT-Marge 15,0%.

# Inhalt

---

2	Aktionärsbrief
8	Märkte
26	Global Retail
30	Corporate Governance
52	Vergütungsbericht
73	30 Jahre Wachstum
103	Finanzbericht der Lindt & Sprüngli Gruppe
110	Anhang zur konsolidierten Jahresrechnung
150	Bericht der Revisionsstelle zur Konzernrechnung
156	Jahresrechnung der Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli AG
162	Antrag des Verwaltungsrats über die Verwendung des Bilanzgewinns und der Reserven
164	Bericht der Revisionsstelle zur Jahresrechnung
168	Fünf-Jahres-Überblick
170	Adressen der Lindt & Sprüngli Gruppe
172	Informationen



**Unsere Berichte sind online verfügbar unter:**

**Geschäftsbericht**

<https://reports.lindt-spruengli.com/geschaeftsbericht-2022>

**Nachhaltigkeitsbericht ab Juni 2023 verfügbar**

<https://www.lindt-spruengli.com/sustainability/reports>

# Aktionärsbrief 2022

---

## Verehrte Aktionärinnen und Aktionäre

Die Lindt & Sprüngli Gruppe stellt ihr erfolgreiches Geschäftsmodell erneut unter Beweis und schliesst in einem äusserst anspruchsvollen Geschäftsjahr mit einem sehr guten Ergebnis ab. Die Umsätze konnten in allen drei Marktregionen über unseren Erwartungen gesteigert werden, und wir gewannen infolgedessen Marktanteile in allen strategisch wichtigen Märkten. Damit gelang es Lindt & Sprüngli, die führende Position im global wachsenden Premium-Segment weiter auszubauen. Die unerwarteten Kostensteigerungen wurden grösstenteils durch Massnahmen zur Effizienzsteigerung aufgefangen, sodass auch die gesteckten Profitabilitätsziele in diesem herausfordernden Umfeld erreicht wurden. Lindt & Sprüngli erzielte einen Gruppenumsatz von CHF 4,97 Mrd., was einem sehr erfreulichen organischen Wachstum von 10,8% entspricht. Aufgrund der Aufwertung des Schweizer Frankens beläuft sich die Umsatzsteigerung in der Heimwährung auf 8,4%. Das gute Gesamtergebnis unterstreicht erneut, dass unsere auf Wachstum ausgerichtete Unternehmensstrategie auch in einem schwierigen Marktumfeld sehr robust ist. Die grosse Leistung unserer rund 14 000 engagierten Kolleginnen und Kollegen sorgte rund um den Globus dafür, dass wir stets in der Lage waren, unseren Konsumentinnen und Konsumenten unsere Produkte in konstant hoher Qualität anzubieten und gemeinsam die Welt mit Schokolade zu verzaubern.

Lindt & Sprüngli verzeichnete zu Beginn des Jahres dank Lockerungen der gesundheitsbedingten Restriktionen stärkere Kundenfrequenzen in den eigenen Lindt Shops und ganz besonders im wiedererstarkenden Global Travel Retail. Nach dem Abflauen der Pandemie war es für unsere Chocolate Advisors in den Lindt Shops eine besondere Freude, wieder im direkten täglichen Kontakt mit unseren Konsumentinnen und Konsumenten zu stehen und deren Begeisterung erleben zu dürfen. Mit der Rückkehr zur Normalität konnte das Verschenken von Schokolade wieder vermehrt im Familien- und Freundeskreis und in der Saison an Geschenkanlässen zelebriert werden. Davon profitierte unsere wichtigste Produktlinie Lindor, die mit ihren vielfältigen feinen Füllungen und den hochwertigen Geschenkpäckungen im vergangenen Jahr zweistellig zulegen konnte. Die Entwicklung unseres weiteren Key Franchise Excellence verlief auf weiterhin konstant hohem Niveau. Im wichtigen Saisongeschäft zu Ostern und Weihnachten entwickelten sich die Umsätze dank unserer hochwertigen Artikel sehr erfreulich, was einmal mehr unsere strategische Ausrichtung auf Premium-Schokolade bestätigt.

Die zunächst generell positive Konsumentenstimmung trübte sich im Verlauf des Geschäftsjahrs in einigen Märkten ein. Davon betroffen waren in erster Linie europäische Länder, in denen der Krieg in Osteuropa, die Energiekrise und die Inflation zu einem vorsichtigeren Kaufverhalten führten. Die Stimmung der Konsumenten in Nordamerika ist dagegen weiterhin robust. Dank der Premium-Positionierung unserer Marke Lindt sind wir überzeugt, dass sich unsere Konsumentinnen und Konsumenten besonders in diesen Zeiten weiterhin den kleinen Luxus eines Stückchens feiner Schokolade im Alltag gönnen werden.

Im vergangenen Jahr wurden unsere Marken Lindt, Ghirardelli und Russell Stover durch kontinuierlich hohe Investitionen in klassische TV-Werbung wie auch in digitale Medien rund um den Globus gestärkt. Auf Basis des beschriebenen Marktumfelds, innovativer Produktlancierungen, gesteigerter Werbeinvestitionen und des kontinuierlichen Ausbaus der Online-



Dr. Adalbert Lechner, CEO, und Ernst Tanner, Exekutiver Verwaltungsratspräsident der Lindt & Sprüngli Gruppe, zu Besuch im Lindt Home of Chocolate in Kilchberg, Schweiz.

und Offline-Distributionskanäle erzielte die Lindt & Sprüngli Gruppe einen Umsatz von CHF 4,97 Mrd. (Vorjahr: CHF 4,59 Mrd.), was einem organischen Wachstum von 10,8% entspricht. Währungseffekte, insbesondere die Abschwächung des Euro wie auch des britischen Pfunds, führten zu einem leicht tieferen Ausweis in Schweizer Franken von 8,4%. Das operative Ergebnis (EBIT) steigerte sich gegenüber dem Vorjahr um gute 15,5% auf CHF 744,6 Mio., was einer EBIT-Marge von 15,0% entspricht (Vorjahr: CHF 644,9 Mio. und 14,1%). Als Reingewinn resultieren für das Geschäftsjahr 2022 CHF 569,7 Mio. (Vorjahr: CHF 490,5 Mio.), womit die Umsatzrendite bei 11,5% liegt. Der Free Cashflow beträgt CHF 526,1 Mio. und die Cashflow-Marge 10,6%. Dieses ausgezeichnete Resultat verdanken wir einmal mehr allen unseren Mitarbeitenden, die mit ihren grossen Anstrengungen und mit einem unvergleichbaren Teamgeist die aussergewöhnlichen Herausforderungen des vergangenen Jahres gemeistert haben.

Die guten Umsatzergebnisse der Lindt & Sprüngli Gruppe werden gleichermassen von allen drei Ländersegmenten gestützt. Wobei «Europa» nach wie vor die umsatzstärkste Region ist, dicht gefolgt von «Nordamerika» und vom stark wachsenden Segment «Rest der Welt».

Das Segment «Europa» erzielte einen Umsatz von CHF 2,30 Mrd. (Vorjahr: CHF 2,33 Mrd.), was aufgrund der Währungseffekte in Schweizer Franken zwar einen marginalen Rückgang darstellt, tatsächlich aber einem organischen Wachstum von 5,3% entspricht. In Europa sind nach wie vor Deutschland, Frankreich, UK und Italien die wichtigsten Märkte mit gutem Wachstum auf einer hohen Umsatzbasis. Hervorzuheben sind auch die Märkte Ost- und Nordeuropa, die sich durch zweistellige Wachstumsraten auszeichnen. Aufgrund des leidvollen Krieges in der

Ukraine entschied Lindt & Sprüngli, das über die letzten Jahre erfolgreich aufgebaute Geschäft in Russland mit einem Beitrag zum Gesamtumsatz von rund einem Prozentpunkt komplett aufzugeben und die Niederlassung zu schliessen.

Das Segment «Nordamerika» erreichte im abgelaufenen Geschäftsjahr einen Umsatz von CHF 2,03 Mrd. (Vorjahr: CHF 1,69 Mrd.), was einem organischen Wachstum von bemerkenswerten 15,7% entspricht. Lindt & Sprüngli wuchs im grössten Schokoladenmarkt der Welt – den USA – wiederum überproportional zum Gesamtmarkt und konnte die Marktanteile markant steigern. Unsere Strategie, die Konsumenten in Nordamerika für das Erlebnis einer qualitativ hochwertigen Premium-Schokolade zu begeistern, zahlt sich aus. Allen voran trafen unser Bestseller Lindor sowie die neu im Markt eingeführte Milchsokoladen-Linie Gamme Bleue den Geschmack der Konsumenten. Neben sehr erfreulichen Volumensteigerungen ist es auf der Basis einer weiterhin guten Konsumentenstimmung gelungen, die Verkaufspreise in konstruktiven Gesprächen mit unseren langjährigen Handelspartnern an die steigenden Kosten anzupassen. Sämtliche fünf Tochtergesellschaften in Nordamerika – inklusive Russell Stover – konnten als Folge im vergangenen Jahr zweistellige Wachstumsraten verzeichnen.

Das Segment «Rest der Welt» erreichte einen Umsatz von CHF 646 Mio. (Vorjahr: CHF 568 Mio.) und verzeichnete damit mit 16,6% das stärkste organische Wachstum. Das gute Resultat wird von allen Märkten getragen. Hervorzuheben sind hier Brasilien, Japan und China, die alle zweistellige Zuwachsraten verzeichneten. In Brasilien und Japan expandierte Lindt & Sprüngli erfolgreich mit der Eröffnung von weiteren Lindt Shops. Die Tochtergesellschaft in China machte weitere Fortschritte auf den Online-Kanälen und konnte insbesondere die Position im stationären Handel mit zusätzlichen Distributionspartnern ausbauen. In Australien, dem umsatzstärksten Markt in diesem Segment, haben sich besonders die Lindt Shops weiter positiv entwickelt. Das Global-Travel-Retail-Geschäft litt in den vergangenen Jahren stark unter den Restriktionen im Reiseverkehr. Umso mehr freut es uns, dass im Zuge der wieder steigenden Fluggastzahlen unsere Verkäufe im Duty-Free-Kanal markant zulegen konnten.

*«Ich durfte Lindt & Sprüngli als CEO in einer hervorragenden Verfassung von meinem Vorgänger Dr. Dieter Weisskopf übernehmen. Auf dieser Basis bin ich sehr optimistisch, dass wir unsere ambitionierte globale Wachstumsstrategie umsetzen können.»*

Dr. Adalbert Lechner, CEO Lindt & Sprüngli Gruppe

Der Bereich Global Retail ist deutlich zweistellig gewachsen. Da in den meisten Teilen der Welt die Covid-Restriktionen sukzessive gelockert wurden, durften wir wieder zahlreiche Konsumentinnen und Konsumenten in unseren eigenen Shops begrüßen und erzielten entsprechende Umsatzsteigerungen. Mit der Eröffnung neuer Läden haben wir die Expansion unseres Retail-Geschäfts weiter vorangetrieben. Besonders stolz sind wir über die Wiedereröffnung des komplett überarbeiteten Flagship-Stores von Ghirardelli, der am traditionellen Standort in

San Francisco eine vielbesuchte Touristenattraktion darstellt. Der Bereich Global Retail geht aber weit über den stationären Handel hinaus: Mit unserem Omnichannel-Ansatz bedienen wir auch rein digitale oder hybride Kanäle wie eigene E-Shops, Online-Marktplatzkonzepte bis hin zu Liefer-Apps. Massgeschneiderte Konzepte für Corporate Gifting oder Teleshopping komplettieren das Angebot. Welche Bestell- oder Zahlungsmethode der Konsument auch immer bevorzugt, ob er die Waren nach Hause liefern lässt oder lieber im Geschäft abholt: Lindt & Sprüngli bietet ihm ein nahtloses Einkaufserlebnis über alle Kanäle hinweg.

*«Für das Privileg, dass ich die lange Erfolgsgeschichte von Lindt & Sprüngli auf dem Weg zur globalen Nummer 1 im Premium-Schokoladensegment steuern und gestalten durfte, bin ich dankbar. Bei unserem neuen CEO Adalbert Lechner sehe ich das Unternehmen in den besten Händen.»*

Ernst Tanner, Exekutiver Verwaltungsratspräsident der Lindt & Sprüngli Gruppe

Die Bilanz der Gruppe steht weiterhin auf einem sehr soliden Fundament. Die Eigenkapitalquote per 31. Dezember 2022 liegt bei 55,4% (Vorjahr: 58,3%). Dank dieser Basis, kombiniert mit der ausgesprochen positiven Entwicklung unserer Resultate, kann Lindt & Sprüngli die Aktionärinnen und Aktionäre erneut mit einer gesteigerten Dividende am Unternehmenserfolg beteiligen. Der Verwaltungsrat wird an der 125. Ordentlichen Generalversammlung vom 20. April 2023 eine Ausschüttung von CHF 1 300 (Vorjahr: CHF 1 200) pro Namenaktie und CHF 130 (Vorjahr: CHF 120) pro Partizipationsschein beantragen. Bei dieser Erhöhung der Dividende um CHF 100 respektive CHF 10 handelt es sich um die 27. kontinuierliche Steigerung der Ausschüttung in Folge.

Das 2021 gestartete Rückkaufprogramm von Namenaktien und Partizipationsscheinen im Umfang von CHF 750 Mio. wurde im Juni 2022 abgeschlossen. Insgesamt wurden dabei 629 Namenaktien und 65 014 Partizipationsscheine zurückgekauft. Angesichts der weiterhin sehr starken Bilanz hat der Verwaltungsrat der Schokoladefabriken Lindt & Sprüngli AG entschieden, ein erneutes Rückkaufprogramm im Umfang von bis zu CHF 1 Mrd. zu starten. Dieses Programm hat am 2. August 2022 begonnen und dauert bis längstens 31. Juli 2024. Bis zum 31. Dezember 2022 wurden bereits 200 Namenaktien und 23 100 Partizipationsscheine zurückgekauft.

Die angespannte Lage auf den Beschaffungsmärkten hielt auch im Geschäftsjahr 2022 an. Preissteigerungen durch Lieferengpässe als Folge der wieder anziehenden Nachfrage nach den pandemiebedingten Lockdowns wurden durch den massiven Anstieg der Energiepreise aufgrund des Ukraine-Kriegs verstärkt. Für Lindt & Sprüngli verursachte dies nicht nur höhere direkte Energiekosten, sondern auch steigende Preise bei Rohstoffen mit energieintensiver Produktion. Vorrangig sind hier Verpackungsmaterialien und Milchpulver zu nennen. Aber auch die Preise für Zucker legten stark zu, während die Kosten für Kakaobohnen und -butter dank einer guten Einkaufspolitik stabil blieben. In diesem anspruchsvollen Umfeld ist es

Lindt & Sprüngli gelungen, einerseits die Versorgungssicherheit aller Produktionsstätten zu gewährleisten. Andererseits konnten die Kostensteigerungen durch Effizienzverbesserungen in Produktion und Organisation weitgehend kompensiert werden, mussten aber auch teilweise mittels Preiserhöhungen an die Konsumentinnen und Konsumenten weitergegeben werden.

Verantwortungsbewusstes Handeln, insbesondere wenn es um unseren wichtigsten Rohstoff Kakao geht, hat für uns oberste Priorität. Deshalb haben wir unsere Nachhaltigkeitsbemühungen weiter vorangetrieben. Nachdem wir im Jahr 2020 den Meilenstein erreicht hatten, 100% der Kakaobohnen nachhaltig zu beschaffen, arbeiten wir nun daran, den Anteil an nachhaltig beschaffter Kakaobutter zu erhöhen. Zusätzlich wurden weitere Kakaoherkunftsländer in das Lindt & Sprüngli Farming Program aufgenommen. Das Unternehmen arbeitet weiter an der Reduktion seiner Treibhausgasemissionen. Deshalb haben wir 2021 zum ersten Mal unsere vollständige CO<sub>2</sub>-Bilanz erfasst und planen, im Jahr 2023 unsere Science Based Targets (SBT) bekannt zu geben. Davon ausgehend wird das Unternehmen seine Roadmap zur Reduktion der Treibhausgasemissionen entwickeln und Massnahmen zu deren Verringerung erarbeiten.

Nachhaltiges Wirtschaften bedarf einer langfristigen Perspektive. Das Denken in langen Zyklen, Verlässlichkeit und Kontinuität sind unverzichtbar, wenn ein Unternehmen über Jahrzehnte erfolgreich sein will. Lindt & Sprüngli darf von sich behaupten, dass es in den vergangenen 30 Jahren auf eine durchaus bemerkenswerte Erfolgsgeschichte zurückblicken kann, die nur durch langfristige strategische Überlegungen und Kontinuität in der Führung möglich war. In unserem Fokuskapitel ab Seite 73 blicken wir auf die vergangenen 30 Jahre zurück und wagen einen Ausblick in die Zukunft von Lindt & Sprüngli.

Im vergangenen Jahr haben wir erneut bewiesen, dass bei Lindt & Sprüngli Kontinuität und Veränderung aufeinander abgestimmt sind. Dr. Dieter Weisskopf übergab nach 28-jähriger Tätigkeit – zunächst als CFO und in den vergangenen sechs Jahren als CEO – die Verantwortung an Dr. Adalbert Lechner, der ebenfalls auf 30 Jahre Erfahrung als Führungskraft für Lindt & Sprüngli zurückblicken kann. Die Übergabe erfolgte per 1. Oktober 2022 reibungslos, und Adalbert Lechner übernimmt die Firma operativ und strategisch in optimaler Verfassung. Der Verwaltungsrat dankt Dieter Weisskopf für seine Verdienste und freut sich auf die künftige Zusammenarbeit mit ihm als stellvertretendem Präsidenten im Verwaltungsrat. Wir wünschen Adalbert Lechner viel Erfolg bei der Weiterentwicklung von Lindt & Sprüngli.

Ohne engagierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter kann ein CEO nichts erreichen. Die Unternehmensführung von Lindt & Sprüngli darf sich glücklich schätzen, dass sie auf über 14 000 kompetente Mitarbeitende in der ganzen Welt bauen kann. Sie sorgen jeden Tag dafür, dass unsere Konsumentinnen und Konsumenten nur Produkte von hoher Qualität geniessen und wir mit unseren Partnern vertrauensvoll und langfristig zusammenarbeiten. Deshalb möchten wir uns bei den Mitarbeitenden von Lindt & Sprüngli für ihr grosses Engagement bedanken. Sie haben unter anspruchsvollen Bedingungen das Unternehmen erneut so erfolgreich gemacht.

In den vergangenen Jahren ist es uns trotz eines sehr volatilen Umfelds gelungen, unser Geschäft stetig und erfolgreich auszubauen. Lindt & Sprüngli hat sich auf sämtliche globalen Herausforderungen der Märkte agil und effizient eingestellt und diese in Zusammenarbeit mit

unseren Partnern und Kunden gemeistert. Wir stellen uns darauf ein, dass die aktuellen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen – geprägt von hoher Inflation und starker Volatilität – in den meisten Märkten anhalten werden. Wir werden in diesem Umfeld an unserer langfristigen Strategie unverändert festhalten. Dank weiterhin hoher Werbeinvestitionen, Produktneuheiten, hoher Qualität und unserer Positionierung im Premium-Segment sowie der profunden Kenntnisse der Konsumentenbedürfnisse sind wir zuversichtlich, auch diese Herausforderungen erfolgreich bewältigen zu können. Für 2023 halten wir an unserer mittel- bis langfristigen Zielsetzung eines organischen Wachstums von 6 bis 8% pro Jahr sowie einer kontinuierlichen jährlichen Verbesserung der operativen Marge von 20 bis 40 Basispunkten fest. Zugleich arbeiten wir darauf hin, dass wir uns auch in Zukunft über dem Marktwachstum entwickeln und damit unsere Marktanteile stetig steigern werden.

Geschätzte Aktionärinnen und Aktionäre, wir schätzen Ihre Loyalität zu Lindt & Sprüngli sehr und bedanken uns, dass Sie uns in einem herausfordernden Umfeld weiterhin die Treue gehalten haben. Wir freuen uns, dass wir weiterhin auf Sie zählen können, ganz besonders aber darauf, dass wir Sie an unserer Generalversammlung wieder persönlich begrüßen dürfen. Diese findet erstmals wieder in Präsenz am 20. April 2023 an unserem traditionellen Veranstaltungsort im Kongresshaus in Zürich statt.



**Ernst Tanner**  
Exekutiver Verwaltungs-  
ratspräsident



**Dr. Adalbert Lechner**  
CEO Lindt & Sprüngli Gruppe  
(seit 1. Oktober 2022)



**Dr. Dieter Weiskopf**  
CEO Lindt & Sprüngli Gruppe  
(bis 30. September 2022)