

Aktionärsbrief 2023

Verehrte Aktionärinnen und Aktionäre

Die Lindt & Sprüngli Gruppe blickt auf ein sehr erfolgreiches Geschäftsjahr 2023 zurück. Das erneut zweistellige organische Umsatzwachstum ist breit abgestützt, alle drei Regionen haben zum Wachstum beigetragen. Lindt & Sprüngli hat damit die Marktführerschaft im global wachsenden Premium-Segment weiter ausbauen können. Diese Leistung ist umso bemerkenswerter, da in der Berichtsperiode ein Umfeld mit zahlreichen Herausforderungen herrschte. Das Jahr begann mit anhaltend hartnäckiger Inflation und als Konsequenz vor allem in Europa mit einer gedämpften Konsumentenstimmung. Die Kakaopreise stiegen im Jahresverlauf angesichts des weltweiten Mangels an Kakaobohnen auf historische Höchststände. Wetterbedingungen und Klima spielten dabei eine grosse Rolle. Auch der Schweizer Franken hat gegenüber wichtigen Währungen weiter zugelegt, was sich direkt in unserer Jahresrechnung niederschlägt.

Wir sind stolz darauf, wie erfolgreich das Führungsteam mit den mehr als 14 500 engagierten Mitarbeitenden durch dieses turbulente Jahr navigierte und damit Werte für ihre Aktionärinnen und Aktionäre geschaffen hat.

Wiederum zweistelliges organisches Wachstum

Wie genau Lindt & Sprüngli Werte geschaffen hat, zeigen die Kennzahlen. Die Gruppe steigerte 2023 den Umsatz um 4,6% auf CHF 5,20 Mrd. (Vorjahr: CHF 4,97 Mrd.), wobei das organische Wachstum bei 10,3% lag, während sich der Währungseffekt insbesondere durch die Abschwächung des US-Dollars und des Euros mit -5,4% negativ auswirkte. Damit verzeichnen wir zum dritten Mal in Folge ein zweistelliges organisches Umsatzwachstum. Trotz Abkühlung im weltweiten Schokoladenmarkt können wir ein Volumen- / Mixwachstum ausweisen. Zuversichtlich stimmt, dass die Volumina in der zweiten Halbjahreshälfte eine Beschleunigung erfuhren. Der grössere Teil des Wachstums ist auf die Preiserhöhungen aufgrund gestiegener Rohmaterialpreise zurückzuführen.

Das operative Ergebnis (EBIT) nahm gegenüber dem Vorjahr um 9,2% auf CHF 813,1 Mio. zu, was einer EBIT-Marge von 15,6% gleichkommt (Vorjahr: CHF 744,6 Mio. und 15,0%). Wir haben die Profitabilität mit einer straffen Kostenkontrolle und kontinuierlichen Optimierungen gesteigert. Parallel dazu investieren wir weiter in den Ausbau unserer Kapazitäten, derzeit namentlich in die Erweiterung der Produktionswerke in Olten (Schweiz) und Stratham (New Hampshire, USA). Es resultierte ein Reingewinn von CHF 671,4 Mio. (Vorjahr: CHF 569,7 Mio.) respektive eine Umsatzrendite von 12,9%. Beim Reingewinn zeigt sich ein nennenswerter positiver Effekt, der zu einer einmaligen Steuerrate von unter 15% führt. Dies aufgrund der Einführung einer globalen Mindestbesteuerung und der Vorlage «Steuerreform und AHV-Finanzierung» (STAF) in der Schweiz. Der ausgewiesene Reingewinn liegt um 17,9% über dem Vorjahr; ohne den einmaligen Steuereffekt wären es 5,6%. Der Free Cashflow lag mit CHF 476,8 Mio. aufgrund der höheren Vorräte unter dem Vorjahreswert. Die Cashflow-Marge erreichte 9,2%. Dabei hatte der Steuereffekt keinen Einfluss auf den Free Cashflow.

Die Bilanz der Gruppe ist sehr solide. Die Eigenkapitalquote lag per 31. Dezember 2023 bei 54,2% (Vorjahr: 55,4%). Lindt & Sprüngli kann ihre Aktionärinnen und Aktionäre erneut mit einer gesteigerten Dividende am Unternehmenserfolg beteiligen. Der Verwaltungsrat wird



Ernst Tanner, Exekutiver Verwaltungsratspräsident und Adalbert Lechner, CEO der Lindt & Sprüngli Gruppe, vor dem Unternehmenszweck «Wir verzaubern die Welt mit Schokolade».

an der 126. Ordentlichen Generalversammlung vom 18. April 2024 eine Ausschüttung von CHF 1 400 (Vorjahr: CHF 1 300) pro Namenaktie und CHF 140 (Vorjahr: CHF 130) pro Partizipationsschein beantragen. Die Erhöhung der Dividende um CHF 100 respektive CHF 10 ist die 28. kontinuierliche Steigerung der Ausschüttung in Folge.

Das 2022 aufgelegte Rückkaufprogramm von Namenaktien und Partizipationsscheinen im Umfang von CHF 1 Mrd. dauert bis längstens 31. Juli 2024. Bis zum 31. Dezember 2023 wurden Namenaktien und Partizipationsscheine im Wert von CHF 0,85 Mrd. zurückgekauft.

Dynamische Entwicklung im Retail-Geschäft

Der Bereich Global Retail, wo wir unter den Marken Lindt, Ghirardelli und Russell Stover selbst Shops betreiben, legte im Berichtsjahr deutlich zu.

Die Umsätze in unseren Shops sind in allen Marktregionen zweistellig gewachsen (gesamthaft 16,5%). Das ist einerseits auf höhere Verkäufe der einzelnen Läden zurückzuführen, andererseits haben wir im Laufe des Jahres 20 neue Shops eröffnet. Zum Jahresende waren es 520 an der Zahl.

Das Global-Travel-Retail-Geschäft, wo Lindt-Produkte in Duty-Free-Läden verkauft werden, kehrte beinahe auf sein Niveau vor der Covid-Pandemie zurück; der Distributionskanal profitierte von den wieder hohen Fluggastzahlen. Das organische Umsatzwachstum betrug 20,1%. Das ist unter anderem auf Basiseffekte zurückzuführen, zumal das Geschäft im ersten Quartal 2022 noch unter Covid-Restriktionen litt.

Alle Regionen legen zu

Die Resultate der drei Ländersegmente zeigen, wie breit das Gruppenresultat abgestützt ist. Das Segment «Europa», die umsatzstärkste Region, legte um 4,9% zu und wies einen Umsatz von CHF 2,41 Mrd. aus (Vorjahr: CHF 2,30 Mrd.). Organisch ist die Region um 9,1% gewachsen. Wir erreichten ein zweistelliges Wachstum in vielen europäischen Märkten einschliesslich

der Schweiz, Italien, Grossbritannien und Osteuropa. Auch in Deutschland und Frankreich generierte die Gruppe ein solides Wachstum. Zu vermerken ist zudem, dass der Rückzug aus Russland in dieser Wachstumsrate berücksichtigt ist.

Das Segment «Nordamerika» steigerte 2023 den Umsatz um 4,1% auf CHF 2,11 Mrd. (Vorjahr: CHF 2,03 Mrd.), ein organisches Wachstum von 11,0%. Schritt für Schritt verbreitern wir unsere Präsenz in den USA, dem grössten Schokoladenmarkt der Welt. Dieser zeigte sich von der hohen Inflation weitgehend unbeeindruckt. Wir fokussieren uns in den USA auf das oberste Marktsegment, welches wir mit unseren verschiedenen Premium-Marken bedienen. Lindor bleibt der Bestseller. Die Marken Lindt und Ghiradelli verzeichnen in der Berichtsperiode wiederum zweistellige Wachstumsraten. Auch Russell Stover, die 2023 ihr 100-jähriges Bestehen feierte, konnte erneut ein solides Wachstum verbuchen.

Im Segment «Rest der Welt» nahm der Umsatz um 5,8% auf CHF 683 Mio. zu (Vorjahr: CHF 646 Mio.). Das organische Wachstum lag bei 12,9%. Besonders schwungvoll lief das Geschäft zum wiederholten Mal in Japan und Brasilien, wobei Australien seine Stellung als umsatzstärkstes Land in diesem Segment behauptete. Dagegen ist unser noch kleines Geschäft in China zwar weiter gewachsen, blieb aber hinter den Erwartungen zurück. Wie unsere Konkurrenz spüren wir auch die gedrückte Konsumentenstimmung im Land der Mitte. Wir sind zuversichtlich, dass sie sich wieder aufhellen wird.

Lindor weiterhin mit starker Performance – 2024 feiert die Marke ihr 75-Jahr-Jubiläum

In unserem Produktmix setzte sich der Trend hin zu Geschenkformaten, Pralinés und Hohlfiguren fort. Die Gruppe profitiert von deren höherer Wertschöpfung. Lindor Pralinés, die wichtigste Produktlinie von Lindt & Sprüngli, glänzte 2023 mit erneut zweistelligem Wachstum in allen Regionen. Die Produktlinie mit der unverwechselbaren zartschmelzenden Füllung feiert 2024 ihr 75-jähriges Bestehen – siehe dazu auch das Fokuskapitel ab Seite 76.

Im Jahr 2023 haben wir wiederum diverse Innovationen auf den Markt gebracht. In Grossbritannien, Italien und Bulgarien haben wir den neuen Choco Wafer lanciert – ein Beispiel dafür, wie wir in neue Kategorien vorstossen, in diesem Fall das Waffelsegment. In den USA sammeln wir erste Erfahrungen mit Lindor-Kugeln nach veganer Rezeptur mit Haferdrink. Sie stehen für unser Innovationsprogramm, bei dem wir bestehende Marken und Produkte variieren, sei es mit neuen Geschmacksnoten oder mit Verpackungen.

«Konsumentinnen und Konsumenten greifen auch in einem anspruchsvollen Umfeld zu unseren Marken Lindt, Ghirardelli und Russell Stover, wie die positive Entwicklung im vergangenen Geschäftsjahr zeigt.»

Ernst Tanner, Exekutiver Verwaltungsratspräsident der Lindt & Sprüngli Gruppe

Zur weiteren Stimulierung der Nachfrage haben wir 2023 kräftig in klassische TV-Werbung wie auch zunehmend in digitale Medien in den Zielmärkten investiert. Damit haben wir die Strahlkraft unserer Marken weiter gestärkt.

Gemischtes Bild auf den Beschaffungsmärkten

Die Lage auf den Beschaffungsmärkten hat sich im Berichtsjahr bis zu einem gewissen Grad normalisiert. Allerdings blieb die Volatilität bei einzelnen Rohstoffen hoch. Das gilt besonders für Kakao, unseren wichtigsten Rohstoff. Dessen Preis hat sich im Jahresverlauf beinahe verdoppelt. Er erreichte zum Jahresende ein neues Allzeithoch an der Warenterminbörse in London. Aufgrund von Ernteausfällen liegt die Kakaoproduktion zum dritten Jahr in Folge unter dem Verbrauch. Für Lindt & Sprüngli ist dies insofern von Bedeutung, da unsere hochwertigen Schokoladenrezepturen hohe Anteile von Kakao und Kakaobutter beinhalten. Wir stellen uns hier auf dauerhaft hohe Preise ein. Dagegen hat sich der Zuckerpreis nach einem Schub im ersten Halbjahr stabilisiert. Auch bei den Energiepreisen und beim Verpackungsmaterial hat sich die angespannte Situation beruhigt. Als Gruppe haben wir diese verschiedenen Effekte dank langfristiger Verträge sowie durch Effizienzsteigerungen teilweise kompensieren können.

Unser Beitrag für eine nachhaltigere Zukunft

Eine umsichtige Unternehmensführung zeigt sich nicht nur in guten Zahlen, sondern auch im nachhaltigen Wirtschaften.

2023 haben wir unsere Aktivitäten für die verantwortungsvolle Beschaffung weiter ausgebaut. 72,3% unseres Kakaos, was Bohnen, Butter, Pulver und Schokoladenmasse einschliesst, hat die Lindt & Sprüngli Gruppe im Berichtsjahr bereits über Nachhaltigkeitsprogramme bezogen. Bis 2025 sollen es 100% sein.

Inzwischen sind rund 131 000 Bäuerinnen und Bauern in sieben Kakaoherkunftsländern Teil des Lindt & Sprüngli Farming Program. Es zielt darauf ab, die Einnahmen der Bauernhaushalte zu steigern sowie zum Erhalt der biologischen Vielfalt und der natürlichen Ökosysteme beizutragen. Zudem ist das Programm darauf ausgerichtet, Kinderarbeit in der Kakaolieferkette zu adressieren und wenn möglich zu verhindern.

Lindt & Sprüngli hat sich überdies dazu verpflichtet, mit wissenschaftsbasierten Klimazielen die Treibhausgasemissionen in ihrer Wertschöpfungskette (Scope 1, 2 und 3) zu reduzieren und bis 2050 Netto-Null-Emissionen zu erreichen. Die Science Based Targets Initiative (SBTi) hat die Ziele von Lindt & Sprüngli 2023 validiert.

Darüber hinaus hat der Verwaltungsrat die Bedeutung des nachhaltigen Wirtschaftens im Vergütungsmodell der Konzernleitung verankert. Dessen Bonus ist neu an das Erreichen ausgewählter Nachhaltigkeitsziele gekoppelt. Der Verwaltungsrat hat zudem entschieden, die Konzernleitung mit Nicole Uhrmeister als neue Chief Human Resources Officer zu erweitern. Damit trägt er der hohen Bedeutung von Mitarbeiterthemen Rechnung.

Im Interesse der Nachhaltigkeit haben wir auch unsere Berichterstattung angepasst und sparen Papier ein: Neu verschicken wir einen Kurzbericht an alle Aktionärinnen und Aktionäre. Der

komplette Geschäftsbericht steht weiterhin auf unserer Webseite zur Verfügung und kann als PDF heruntergeladen werden.

«Alle Regionen haben im vergangenen Jahr zu unserem erfreulichen Ergebnis beigetragen. Dies zeigt, dass unsere langfristige Strategie funktioniert und wir damit für 2024 bestens gerüstet sind.»

Adalbert Lechner, CEO Lindt & Sprüngli Gruppe

Ausblick

Trotz der ungewissen wirtschaftlichen und politischen Lage sind wir sehr zuversichtlich, weiterhin den Erfolgspfad beschreiten zu können. Wir sind überzeugt, dass der langfristige Trend zu Premiumprodukten anhalten wird. Dabei vertrauen wir auf unsere langfristig ausgelegte Strategie. Dank unserer hohen Werbeinvestitionen, regelmässiger Produktneuheiten, der hohen Qualität und unserer Positionierung als führende Marke im Premium-Segment sowie unseren tiefen Kenntnissen der Konsumentenbedürfnisse sind wir ausgezeichnet aufgestellt. Für 2024 streben wir ein organisches Wachstum von 6 bis 8% sowie eine Verbesserung der operativen Marge von 20 bis 40 Basispunkten an. Beide Spannbreiten liegen auf dem mittel- bis langfristigen Zielkorridor, den wir für unsere Gruppe definiert haben.

Unser aufrichtiger Dank geht an alle Mitarbeitenden der Lindt & Sprüngli Gruppe. Ihr Engagement ist der Kern unseres Erfolgs. Sie haben die vielen Herausforderungen des vergangenen Jahres mit einem beeindruckenden Teamgeist gemeistert. Wir sind stolz auf die Leidenschaft, mit welcher sie arbeiten, stets auf der Suche nach neuen Möglichkeiten, unsere Produkte zu verbessern und unsere Konsumentinnen und Konsumenten mit Schokolade zu verzaubern.

Ihnen, liebe Aktionärinnen und Aktionäre, danken wir für Ihr Vertrauen. Wir freuen uns, viele von Ihnen an der kommenden Generalversammlung zu begrüßen. Sie wird am 18. April 2024 an unserem traditionellen Veranstaltungsort im Kongresshaus Zürich stattfinden.



Ernst Tanner
Exekutiver Verwaltungsratspräsident



Adalbert Lechner
CEO Lindt & Sprüngli Gruppe