

Lindt&Sprüngli wächst und gewinnt Marktanteile

Der Schokoladenkonzern Lindt&Sprüngli hat im vergangenen Jahr erneut mehr Lindorkugeln, Schokoladentafeln und Pralinés verkauft und so den Umsatz gesteigert. Zum Wachstum beigetragen hat auch das US-Geschäft, wo die Gruppe künftig Läden schliessen und gleichzeitig an attraktiveren Standorten neu eröffnen wird.



Bild: Amirali Mirhashemian / Unsplash

Insgesamt setzte Lindt&Sprüngli 4,51 Milliarden Franken um. Das ist ein Plus von 4,5 Prozent, wie das Unternehmen am Dienstag mitteilte. Aus eigener Kraft und um Währungseffekte bereinigt wuchsen die Verkäufe um 6,1 Prozent. Experten hatten im Vorfeld mit einem etwas geringeren Anstieg gerechnet.

Lindt&Sprüngli sei einmal mehr schneller als der gesamte Schokoladenmarkt gewachsen und habe Marktanteile dazugewonnen, hiess es weiter. Dabei gelang es, das Wachstumstempo zu beschleunigen. Im Jahr 2018 hatten die Verkäufe organisch nur um 5,1 Prozent zugelegt.

Umbau in Nordamerika

Zur Beschleunigung trug auch bei, dass Lindt&Sprüngli in den USA aus dem Wachstumstief herausgefunden hat. Die US-Tochter Russell Stover, die zuletzt noch geschrumpft war, fand mit einer neuen Pralinenlinie und zuckerfreien Stevia-Produkten zurück in die Spur. Rückenwind verlieh zudem das Geschäft an Ostern.

In Nordamerika steigerte Lindt&Sprüngli den Umsatz dank guter Verkäufe von Lindt- und Ghirardelli-Schokolade sowie einem zweistelligen Zuwachs in Mexiko organisch um 5,4 Prozent. Vieles wurde umgekrempelt: So hatte man Lager- und Produktionsstrukturen vereinfacht und zu Beginn des neuen Jahres die Verkaufsförderung an den US-Standorten an einen Drittanbieter ausgelagert.

Nun nimmt Lindt&Sprüngli das US-Ladennetz unter die Lupe. Bis 2021 würden von den heute rund 150 Shops etwa 50 geschlossen, erklärte Finanzchef Martin Hug an einer Telefonkonferenz. Davon betroffen seien in erster Linie Standorte in Shopping-Malls, die mit rückläufigen Kundenzahlen zu kämpfen haben. Gleichzeitig sucht die Gruppe an guten Lagen in Innenstädten nach neuen Standorten.

Wachstum in Europa

Sehr gut lief das Geschäft 2019 in Europa. Dort wuchs Lindt&Sprüngli organisch mit 6,2 Prozent. Treiber dazu waren Deutschland und Österreich. Aber auch am Heimmarkt Schweiz sowie in Ländern wie Spanien, Italien oder Frankreich sei das Geschäft gut gelaufen, hiess es. Zudem wurden in Russland oder Grossbritannien zweistellige Wachstumsraten erzielt.

Der Hunger nach Premiumschokolade bleibt auch in Ländern wie Japan, Brasilien oder China gross. Der Umsatzanstieg im «Rest der Welt» fiel mit 7,6 Prozent am stärksten aus. Jedoch trägt dieses Marktsegment erst gut 13 Prozent zu den Verkäufen bei, 39 Prozent sind es in Nordamerika und der Rest des Umsatzes wird in Europa (inkl. Russland) erzielt.

Ziele bestätigt

Im Ausblick hält die Gruppe an den vor einem Jahr gesetzten mittel- bis langfristigen Zielen fest. Damals hatte man sich von seiner langjährigen organischen Umsatzvorgabe von 6 bis 8 Prozent Wachstum verabschiedet, nachdem diese bereits das zweite Jahr in Folge verfehlt wurde. Seither liegt die Messlatte bei 5 bis 7 Prozent.

Beim Betriebsgewinn strebt Lindt weiterhin eine jährliche Verbesserung der Marge zwischen 20 und 40 Basispunkten in Aussicht. Diese Steigerung werde auch für 2019 erwartet, hiess es. Genaueres zu den Gewinnzahlen gibt der Konzern Anfang März bekannt.

In der Rechnung 2019 würden sich zudem zwei ausserordentliche einmalige Anpassungen auf Stufe Reingewinn aufheben, nahm Finanzchef Hug schon einmal einen Teil des Ergebnisses vorweg. Einerseits belasten Kosten für die Restrukturierungen und Abschreibungen in Nordamerika das Ergebnis mit rund 60 Millionen Franken. Andererseits profitiert die Gruppe dank der Schweizer Steuerreform von einer Steuerentlastung in derselben Grössenordnung. (awp sda)

Publiziert am Dienstag, 14. Januar 2020