

Medienmitteilung

Ad hoc-Mitteilung gemäss Art. 53 KR

Emmi mit einem guten Halbjahresergebnis 2023

Luzern, 18. August 2023 – Die Emmi Gruppe steigert ihren Halbjahresumsatz in einem anhaltend anspruchsvollen Marktumfeld um 4.3 % auf CHF 2'103.4 Millionen. Das breit abgestützte, organische Wachstum von 6.5 % beruht auf der konsequenten Strategieumsetzung und differenzierten Marktpositionen mit innovationsstarken Markenkonzepten sowie dem diversifizierten Länder- und Produkteportfolio. Dank operativer Fortschritte – insbesondere in der strategischen Nische der gekühlten Premium-Desserts in den USA und in wichtigen Wachstumsmärkten wie Chile und Mexiko – sowie der anhaltenden Erholung des Food Service-Geschäfts konnte sich Emmi im Vorjahresvergleich deutlich verbessern. Auf Stufe EBIT resultiert ein Ergebnis von CHF 138.5 Millionen und eine EBIT-Marge von 6.6 %. Mit ihrem Anspruch, ein Vorbild im Bereich Nachhaltigkeit zu sein, veröffentlichte Emmi ihren siebten Nachhaltigkeitsbericht und legte Rechenschaft über ihr langjähriges Nachhaltigkeitsengagement ab. Im Rahmen der kontinuierlichen Portfoliotransformation hat Emmi die Gläserne Molkerei veräussert. Bereinigt um den einmaligen Verlust aus dieser Veräusserung bestätigt Emmi für das Gesamtjahr 2023 die am 1. März 2023 kommunizierten Erwartungen für das organische Umsatzwachstum, den EBIT und die Reingewinnmarge.

- Breit abgestütztes, preisgetriebenes organisches Umsatzwachstum von 6.5 %, Währungseffekt -2.2 %, keine Akquisitionseffekte
- Organisches Wachstum in den Divisionen Schweiz von 6.0 %, Americas von 9.6 % und Europa von 2.0 %
- Wachstum entlang der strategischen Prioritäten in strategischen Nischen wie Ready to Drink-Kaffee oder gekühlte Premium-Desserts und Märkten wie der Schweiz, Chile, den USA, Spanien, Brasilien und Mexiko
- EBIT von CHF 138.5 Millionen, EBIT-Marge von 6.6 %
- Reingewinn von CHF 97.8 Millionen, Reingewinnmarge von 4.6 %
- Veröffentlichung des siebten Nachhaltigkeitsberichts mit positiver Gesamtentwicklung: Fortschritte bei der Entwicklung der Mitarbeitenden, bei der nachhaltigen Milchwirtschaft sowie bei der Reduktion von Treibhausgasemissionen und des Abfalls
- Veräusserung der Gläsernen Molkerei im Rahmen der kontinuierlichen Portfoliotransformation, einmaliger Verlust von rund CHF 38 Millionen auf Stufe EBIT und rund CHF 30 Millionen auf Stufe Reingewinn im zweiten Halbjahr
- Unveränderter Ausblick 2023: organisches Umsatzwachstum von 3 % bis 4 %, um den einmaligen Verlust aus der Veräusserung bereinigter EBIT zwischen CHF 275 Millionen und CHF 295 Millionen und bereinigte Reingewinnmarge von 4.5 % bis 5.0 %

«Dank der sehr fokussierten Arbeit und des grossen Engagements unserer Teams dürfen wir nach einem anspruchsvollen Jahr 2022 die angestrebte Verbesserung und damit ein gutes Halbjahresergebnis 2023 vorweisen. Wir konnten in einem anhaltend schwierigen Marktumfeld mit Innovationen, differenzierten Konzepten und starken Marken wie Emmi Caffè Latte begeistern, unser Portfolio entlang unserer Strategie konsequent weiterentwickeln und unsere langjährige Nachhaltigkeitsarbeit diszipliniert weiterführen», so Ricarda Demarmels, CEO der Emmi Gruppe.

2/7

Kennzahlen

in CHF Millionen	1. Halbjahr 2023	1. Halbjahr 2022	1. Halbjahr 2021
Nettoumsatz	2'103	2'016	1'884
davon Division Schweiz	857	808	802
davon Division Americas	848	798	668
davon Division Europa	338	348	352
davon Division Global Trade	60	62	62
Umsatzveränderung in %	4.3	7.1	6.2
davon organisches Wachstum in %	6.5	5.4	3.7
davon Akquisitionseffekt in %	-	2.3	3.2
davon Währungseffekt in %	-2.2	-0.6	-0.7
EBIT	138.5	108.6	129.4
in % des Nettoumsatzes	6.6	5.4	6.9
Reingewinn	97.8	78.1	98.7
in % des Nettoumsatzes	4.6	3.9	5.2

Wachstum entlang der strategischen Prioritäten

Die Emmi Gruppe steigert ihren Halbjahresumsatz in einem anhaltend anspruchsvollen Marktumfeld mit weiterhin hohen Inputkosten auf CHF 2'103.4 Millionen (Vorjahr: CHF 2'016.5 Millionen). Das Umsatzwachstum von 4.3 % setzt sich aus einem organischen Zuwachs von 6.5 % und einem negativen Währungseffekt von 2.2 % zusammen. Das preisgetriebene organische Wachstum liegt im ersten Halbjahr erwartungsgemäss über der eigenen Prognose für das Gesamtjahr (3 % bis 4 %) und bestätigt die konsequente Strategieumsetzung und Ausrichtung auf differenzierte Marktpositionen mit innovationsstarken Markenkonzepthen sowie dem diversifizierten Länder- und Produkteportfolio.

Emmi kann in den strategischen Nischen grösstenteils ein gutes organisches Wachstum aufweisen. Bei Ready to Drink-Kaffee konnte Emmi mit Emmi Caffè Latte weiter deutlich wachsen und erreichte mit Fun Latte eine junge Zielgruppe, die Generation Z. Bei den gekühlten Premium-Desserts in den USA verzeichnete Emmi dank hoher Qualität, Innovationskraft und Kundenorientierung ein starkes Wachstum. Im Bereich Spezialitätenkäse ist der Druck auf die Exporte aus der Schweiz nach wie vor hoch, dennoch konnte auf Gruppenstufe dank der Entwicklung im Heimmarkt Schweiz sowie in Chile, Mexiko und den USA ein erfreuliches Wachstum erzielt werden. Herausfordernd ist hingegen die Entwicklung bei den pflanzenbasierten Milchalternativen.

Umsatzentwicklung nach Divisionen

Division Schweiz

in CHF Millionen	Umsatz 1. HJ 2023	Umsatz 1. HJ 2022	Differenz 2023/2022	Akquisitions- effekt	Währungs- effekt	Wachstum organisch
Molkereiprodukte	337.7	323.0	4.5 %	-	-	4.5 %
Frischprodukte	190.9	177.0	7.9 %	-	-	7.9 %
Käse	190.4	182.2	4.5 %	-	-	4.5 %
Frischkäse	59.1	52.1	13.5 %	-	-	13.5 %
Pulver/Konzentrate	41.1	38.3	7.2 %	-	-	7.2 %
Übrige Produkte/Dienstleistungen	37.6	35.5	5.9 %	-	-	5.9 %
Total	856.8	808.1	6.0 %	-	-	6.0 %

Die **Division Schweiz** erzielte einen Nettoumsatz von CHF 856.8 Millionen und ein organisches Wachstum von 6.0 %. Schlüsselmarken wie Emmi Caffè Latte, Emmi Energy Milk, Jogurtpur oder Aktifit im Bereich Frischprodukte sowie Gerber oder Luzerner Rahmkäse im Bereich Käse profilierten sich weiter und auch die anhaltende Erholung des Food Service-Geschäfts hatte einen positiven Effekt.

Division Americas

in CHF Millionen	Umsatz 1. HJ 2023	Umsatz 1. HJ 2022	Differenz 2023/2022	Akquisitions- effekt	Währungs- effekt	Wachstum organisch
Käse	310.5	307.1	1.1 %	-	-2.8 %	3.9 %
Molkereiprodukte	223.6	212.3	5.3 %	-	-4.5 %	9.8 %
Frischprodukte	187.0	159.0	17.6 %	-	-4.9 %	22.5 %
Frischkäse	47.9	47.1	1.7 %	-	-1.5 %	3.2 %
Pulver/Konzentrate	22.6	19.0	18.7 %	-	-4.5 %	23.2 %
Übrige Produkte/Dienstleistungen	56.9	54.1	5.2 %	-	0.7 %	4.5 %
Total	848.5	798.6	6.2 %	-	-3.4 %	9.6 %

Die **Division Americas** erwirtschaftete einen Umsatz von CHF 848.5 Millionen und ein organisches Wachstum von 9.6 %. Nebst den USA und Spanien haben weitere wichtige Wachstumsmärkte wie Chile, Mexiko und Brasilien zum organischen Wachstum beigetragen. Besonders erfreulich entwickelte sich das Dessertgeschäft in den USA und der Markt in Chile nach einem aufgrund operativer Lieferschwierigkeiten bedingten Umsatzrückgang im Vorjahr.

Division Europa

in CHF Millionen	Umsatz 1. HJ 2023	Umsatz 1. HJ 2022	Differenz 2023/2022	Akquisitions- effekt	Währungs- effekt	Wachstum organisch
Frischprodukte	178.0	178.7	-0.4 %	-	-5.4 %	5.0 %
Käse	54.2	59.5	-8.7 %	-	-4.5 %	-4.2 %
Molkereiprodukte	47.2	50.5	-6.5 %	-	-4.4 %	-2.1 %
Frischkäse	23.6	21.3	10.5 %	-	-5.2 %	15.7 %
Pulver/Konzentrate	16.2	19.6	-17.1 %	-	-3.9 %	-13.2 %
Übrige Produkte/Dienstleistungen	18.5	18.5	-0.2 %	-	-4.7 %	4.5 %
Total	337.7	348.1	-3.0 %	-	-5.0 %	2.0 %

4/7

Die **Division Europa** wies mit einem Umsatz von CHF 337.7 Millionen und einem organischen Wachstum von 2.0 % aufgrund des herausfordernden wirtschaftlichen Umfelds ein verhaltenes Wachstum aus. Positiv hervorzuheben sind die Umsätze mit Emmi Caffè Latte sowie Ziegenfrischkäse bei Bettinehoeve, während das Exportgeschäft mit Käse aus der Schweiz und das Ziegenmilchpulvergeschäft in den Niederlanden die Umsatzentwicklung hemmten.

Division Global Trade

in CHF Millionen	Umsatz 1. HJ 2023	Umsatz 1. HJ 2022	Differenz 2023/2022	Akquisitions- effekt	Währungs- effekt	Wachstum organisch
Käse	28.2	30.3	-6.9 %	-	-	-6.9 %
Frischprodukte	17.5	18.2	-3.9 %	-	-	-3.9 %
Pulver/Konzentrate	13.9	11.9	17.1 %	-	-	17.1 %
Molkereiprodukte	0.5	0.8	-30.7 %	-	-	-30.7 %
Übrige Produkte/Dienstleistungen	0.3	0.5	-54.7 %	-	-	-54.7 %
Total	60.4	61.7	-2.1 %	-	-	-2.1 %

In der **Division Global Trade** resultierte ein Umsatz von CHF 60.4 Millionen und ein organischer Umsatzrückgang von 2.1 %. Aufgrund der Einstellung des Russlandgeschäfts und der tieferen Absätze im asiatischen Raum ist der Bereich Käse rückläufig. Das Wachstum im Bereich Pulver widerspiegelt die höheren Entlastungsexporte von Magermilchpulver aus der Schweiz.

Mehr Informationen zur Umsatzentwicklung sind dem [Emmi Halbjahresbericht 2023](#) zu entnehmen.

Ergebnisverbesserung dank Erholung in internationalen Märkten

Das Marktumfeld blieb für Emmi auch im ersten Halbjahr 2023 anspruchsvoll. Die Inputkosten stiegen länger als erwartet an und bewegen sich auf einem historisch hohen Niveau. Dennoch gelang es Emmi dank operativer Fortschritte – insbesondere in der strategischen Nische der gekühlten Premium-Desserts in den USA und im wichtigen Wachstumsmarkt Chile – sowie einer weiterhin starken Entwicklung in Mexiko und der anhaltenden Erholung des Food Service-Geschäfts sich gegenüber dem ersten Halbjahr 2022 deutlich zu verbessern und an das Vorvorjahr anzuknüpfen. Unterstützend wirkten zudem auch die konsequent umgesetzten Effizienz- und Kostensparprogramme sowie verantwortungsvolle Verkaufspreiserhöhungen. So konnten die deutlich gestiegenen Inputkosten weitgehend aufgefangen und die in der Vorjahresperiode erlittenen Margenverluste zu einem wesentlichen Teil kompensiert werden.

Der Bruttogewinn betrug im ersten Halbjahr 2023 CHF 775.4 Millionen (Vorjahr: CHF 707.4 Millionen) und die Bruttogewinnmarge belief sich auf 36.9 % (Vorjahr: 35.1 %). Aufgrund der hohen Inputkosten, insbesondere im Bereich Energie, stieg der Betriebsaufwand auf CHF 583.6 Millionen (Vorjahr: CHF 545.8 Millionen). Das Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) lag mit CHF 138.5 Millionen über jenem der Vorjahresperiode mit CHF 108.6 Millionen. Entsprechend stieg auch die EBIT-Marge auf 6.6 % (Vorjahr: 5.4 %). Emmi wies einen Reingewinn von CHF 97.8 Millionen (Vorjahr: CHF 78.1 Millionen) und eine Reingewinnmarge von 4.6 % (Vorjahr: 3.9 %) aus.

5/7

Kontinuierliche Strategieumsetzung und Portfoliotransformation

Im Rahmen der kontinuierlichen und konsequenten Portfoliotransformation sowie der Ausrichtung auf profitable, strategische Märkte und Nischen hat Emmi am 6. Juli 2023 die Veräusserung der im Nordosten Deutschlands ansässigen Gläsernen Molkerei GmbH angekündigt und diese am 14. August 2023 vollzogen. Auf den Halbjahresabschluss hatte diese Transaktion noch keine Auswirkungen. Im zweiten Halbjahr resultiert daraus jedoch ein einmaliger Verlust von rund CHF 38 Millionen auf Stufe EBIT und von CHF 30 Millionen auf Stufe Reingewinn. Der negative Cash-Impact der Transaktion beläuft sich auf rund CHF 10 Millionen.

Das Ziegenmilchpulvergeschäft in Etten-Leur in den Niederlanden tritt neu als Emmi Nutritional Solutions (ENS) am Markt auf. Gleichzeitig bündelt Emmi ihre Kräfte und bringt die Teams der drei niederländischen Tochtergesellschaften näher zusammen, was zu einer schlagkräftigeren und agileren Organisation mit einer starken Marktausrichtung führt.

Schliesslich wurde der Verkauf der nicht-strategischen Minderheitsbeteiligung Ambrosi am 3. Juli 2023 vollzogen. Im zweiten Halbjahr wird aus diesem Verkauf ein einmaliger Gewinn von CHF 3 Millionen auf Stufe Reingewinn resultieren. Einen Einfluss auf den EBIT hat die Transaktion hingegen nicht.

Fortschritte bei der Umsetzung des Emmi Nachhaltigkeitsmodells

Mit ihrem in der Strategie verankerten Anspruch, ein Vorbild im Bereich Nachhaltigkeit zu sein, erzielte Emmi weitere Fortschritte bei der Umsetzung ihres seit vielen Jahren konsequent verfolgten Nachhaltigkeitsmodells. So hat die Gruppe ihren bereits siebten Nachhaltigkeitsbericht veröffentlicht, der das langfristige Engagement von Emmi bekräftigt und Fortschritte insbesondere in den Handlungsfeldern Mitarbeitende, Umwelt und Gesellschaft sowie im Schwerpunktthema nachhaltige Milchwirtschaft aufzeigt. Emmi engagiert sich auch über das eigene Kerngeschäft hinaus, beispielsweise mit der Erarbeitung eines Kriterienkatalogs für nachhaltige Milch ausserhalb der Schweiz. Erfolgreich gestartet ist auch das mitinitiierte Ressourcenprojekt «KlimaStaR Milch», das darauf abzielt, die Schweizer Milchwirtschaft im Hinblick auf Klimaschutz sowie Nahrungsmittel- und Flächenkonkurrenz wettbewerbsfähiger zu machen.

Kontinuität in Aufsicht und Führung

Die Generalversammlung hat Urs Riedener im vergangenen April zum neuen Präsidenten des Verwaltungsrats gewählt. Dem abtretenden Präsidenten Konrad Graber dankt Emmi für die strategisch grundsätzliche Aufstellung der Emmi Gruppe und die langjährige, erfolgreiche Zusammenarbeit. Die bisherige CFO Ricarda Demarmels folgte Urs Riedener Anfang Jahr aus den eigenen Reihen als CEO der Emmi Gruppe. Sacha D. Gerber als neuer Chief Financial Officer seit 1. Juni 2023 und Raffael Payer als neuer Chief Marketing Officer ab 1. Oktober 2023 komplettieren die Konzernleitung.

Bestätigung der Prognosen 2023 auf um die Veräusserung bereinigter Basis

Emmi hält bereinigt um die erwähnten Sondereffekte aus der Veräusserung der Gläsernen Molkerei und dem Verkauf von Ambrosi an ihrer Prognose fest und erwartet für das Gesamtjahr 2023 auf Gruppenstufe ein organisches Umsatzwachstum von 3 % bis 4 %. Für die Division Schweiz, in einem weiterhin wettbewerbsintensiven Markt mit einem von der Frankenstärke

6/7

zusätzlich erhöhten Import- und Preisdruck, prognostiziert Emmi eine organische Umsatzentwicklung zwischen 2 % bis 3 % (bisher: 1 % bis 2 %). Im internationalen Geschäft erwartet Emmi in der Division Americas ein organisches Wachstum von 6 % bis 8 % (unverändert) und in der Division Europa aufgrund des herausfordernden wirtschaftlichen Umfelds ein tieferes organisches Wachstum von 0 % bis 1 % (bisher: 3 % bis 5 %).

Bereinigt um die anfallenden Sondereffekte bestätigt Emmi zudem die Prognosen hinsichtlich EBIT (CHF 275 Millionen bis CHF 295 Millionen) und Reingewinnmarge (4.5 % bis 5.0 %). Auch an der Mittelfristprognose hält Emmi unverändert fest.

Prognose Geschäftsjahr 2023

- Organisches Umsatzwachstum Gruppe: 3 % bis 4 %
- Organisches Umsatzwachstum Division Schweiz: 2 % bis 3 % (bisher: 1 % bis 2 %)
- Organisches Umsatzwachstum Division Americas: 6 % bis 8 %
- Organisches Umsatzwachstum Division Europa: 0 % bis 1 % (bisher: 3 % bis 5 %)
- Bereinigter EBIT: CHF 275 bis 295 Millionen
- Bereinigte Reingewinnmarge: 4.5 % bis 5.0 %

Emmi veröffentlicht am 25. Januar 2024 um 07:00 Uhr den Jahresumsatz 2023 und am 29. Februar 2024 um 07:00 Uhr die detaillierten Jahresergebnisse 2023 sowie den Ausblick auf das Geschäftsjahr 2024.

7/7

Downloadmaterial und weitere Informationen

- [Emmi Halbjahresbericht 2023](#)
- [Alternative Performancekennzahlen](#)
- [Präsentation zum Emmi Halbjahresergebnis 2023](#)
- [Emmi Media Corner](#)

Kontakte

Medien

Simone Burgener, Mediensprecherin | media@emmi.com

Investoren und Analysten

Oliver Wasem, Head Investor Relations | ir@emmi.com

Über Emmi

Emmi ist die führende Herstellerin von hochwertigen Milchprodukten in der Schweiz. Ihre Wurzeln reichen bis 1907 zurück, als sie durch milchbäuerliche Genossenschaften in der Region Luzern gegründet wurde. Mit einer klar ausgerichteten Strategie, innovativen Produkten und über die Schweiz hinaus etablierten Markenkonzepten wie Emmi Caffè Latte oder Kaltbach Käse hat sich Emmi zu einer international tätigen, börsennotierten Unternehmensgruppe (EMMN) mit einer starken lokalen Präsenz in 14 Ländern entwickelt.

Das Geschäftsmodell von Emmi basiert traditionell auf einem sorgsamem Umgang mit Natur, Tier und Mensch. So schafft Emmi die besten Milchmomente heute und für kommende Generationen und leistet auch in ländlichen Regionen einen Beitrag zur Wertschöpfung. Seine Qualitätsprodukte vertreibt das Unternehmen in rund 60 Ländern und stellt diese an über 50 eigenen Produktionsstandorten in elf Ländern her. Mit mehr als 9'000 Mitarbeitenden, von denen rund 70 % ausserhalb der Schweiz tätig sind, erwirtschaftete die Emmi Gruppe 2022 einen Umsatz von CHF 4.2 Milliarden.