

Medienmitteilung

Ad hoc-Mitteilung gemäss Art. 53 KR

Emmi wächst entlang strategischer Prioritäten

Luzern, 25. Januar 2024 – Die Emmi Gruppe erzielte 2023 in einem anhaltend anspruchsvollen Marktumfeld ein breit abgestütztes organisches Wachstum von 3.5 %. Dieses spiegelt die fokussierte Strategieumsetzung, die differenzierten Marktpositionen und das innovationsstarke Markenportfolio wider. Der Jahresumsatz 2023 stieg unter Berücksichtigung negativer Währungs- und Akquisitionseffekte um 0.3 % auf CHF 4'242.4 Millionen. Emmi wuchs insbesondere entlang der strategischen Prioritäten in wichtigen Märkten der Division Americas, in der Schweiz sowie in den strategischen Nischen wie Ready to Drink-Kaffee mit Emmi Caffè Latte. Das organische Wachstum entspricht damit der kommunizierten Prognose für das Geschäftsjahr 2023.

- Breit abgestütztes, preisgetriebenes organisches Umsatzwachstum 3.5 %, negativer Währungseffekt 2.2 %, negativer Akquisitionseffekt 1.0 %
- Organisches Wachstum in den Divisionen Schweiz (3.8 %) und Americas (5.7 %), leichter organischer Rückgang in der Division Europa (-0.4 %)
- Organisches Wachstum entlang strategischer Prioritäten in wichtigen Märkten wie Chile, Mexiko, Spanien, Brasilien oder der Schweiz und Nischen wie Ready to Drink-Kaffee und gekühlte Premium-Desserts in den USA
- Wachstum durch negative Währungseffekte und negativen Akquisitionseffekt aus Veräusserung Gläserne Molkerei beeinflusst

«Dank unserer gezielt umgesetzten Strategie, unserer klaren Marktorientierung und dem grossen Einsatz unserer Teams können wir 2023 ein solides organisches Umsatzwachstum in einem herausfordernden Marktumfeld verzeichnen. Mit unserer Leidenschaft, Innovationskraft und unserem hohen Qualitätsanspruch für unsere starken Marken und Produkte ist es uns erneut gelungen, gemeinsam mit unseren Partnern genussvolle Milchmomente zu schaffen», so Ricarda Demarmels, CEO der Emmi Gruppe.

Umsatzentwicklung Emmi Gruppe

in CHF Millionen	Umsatz 2023	Umsatz 2022	Differenz 2023/2022	Akquisitions- effekt	Währungs- effekt	Wachstum organisch
Division Schweiz	1'762.0	1'698.1	3.8 %	-	-	3.8 %
Division Americas	1'698.8	1'673.9	1.5 %	-	-4.2 %	5.7 %
Division Europa	661.4	730.4	-9.5 %	-5.8 %	-3.3 %	-0.4 %
Division Global Trade	120.2	127.6	-5.7 %	-	-	-5.7 %
Gruppe	4'242.4	4'230.0	0.3 %	-1.0 %	-2.2 %	3.5 %

Die Emmi Gruppe steigert ihren Jahresumsatz 2023 in einem anhaltend anspruchsvollen, teils stark inflationären Marktumfeld leicht auf CHF 4'242.4 Millionen (Vorjahr: CHF 4'230.0 Millionen). Das Umsatzwachstum von 0.3 % setzt sich aus einer organischen Zunahme von 3.5 %, einem negativen Währungseffekt von 2.2 % und einem negativen Akquisitionseffekt von 1.0 % zusammen. Das breit abgestützte, preisgetriebene organische Wachstum liegt damit in der Mitte der Bandbreite gemäss eigener Prognose für das Geschäftsjahr und ist auf die fokussierte Strategieumsetzung, die differenzierten Marktpositionen, die innovationsstarken Marken sowie das diversifizierte Produkteportfolio zurückzuführen. Unterstützend wirkten zudem verantwortungsvoll umgesetzte Verkaufspreisanpassungen.

Das Wachstum erzielte Emmi entlang ihrer strategischen Prioritäten. Märkte wie Chile, Mexiko und Brasilien, aber auch Spanien sind stark gewachsen. Die strategischen Nischen Ready to Drink-Kaffee mit Emmi Caffè Latte und gekühlte Premium-Desserts in den USA haben sich zudem als Wachstumstreiber der Gruppe bestätigt. Durch die hohe Marktorientierung und die starken, innovativen Marken konnte sich Emmi 2023 im Markt weiter differenzieren und ihre Positionen gezielt ausbauen.

Beeinflusst wurde die Umsatzentwicklung durch das anspruchsvolle Marktumfeld, das weiterhin von einer hohen Marktdynamik, hohen Inflationsraten und einer getrüben Konsumentenstimmung geprägt war. Zudem wirkten sich die Währungseffekte infolge des starken Schweizer Frankens negativ auf den Umsatz aus. Auch resultierte ein negativer Akquisitionseffekt aus der Veräusserung der Gläsernen Molkerei Mitte August 2023, die im Rahmen der kontinuierlichen und konsequenten Portfoliotransformation erfolgte.

Umsatzentwicklung nach Divisionen

Division Schweiz

in CHF Millionen	Umsatz 2023	Umsatz 2022	Differenz 2023/2022	Akquisitions- effekt	Währungs- effekt	Wachstum organisch
Molkereiprodukte	687.9	661.1	4.1 %	-	-	4.1 %
Käse	418.2	411.4	1.6 %	-	-	1.6 %
Frischprodukte	382.1	362.3	5.5 %	-	-	5.5 %
Frischkäse	115.2	106.0	8.7 %	-	-	8.7 %
Pulver/Konzentrate	82.0	86.4	-5.0 %	-	-	-5.0 %
Übrige Produkte/Dienstleistungen	76.6	70.9	8.1 %	-	-	8.1 %
Total	1'762.0	1'698.1	3.8 %	-	-	3.8 %

3/5

Die **Division Schweiz** erzielte einen Umsatz von CHF 1'762.0 Millionen (Vorjahr: CHF 1'698.1 Millionen) und ein organisches Wachstum von 3.8 %, das über den eigenen Prognosen liegt. Das Wachstum ist insbesondere auf innovative Marken wie Emmi Caffè Latte, Emmi Energy Milk, Aktifit sowie Luzerner Rahmkäse und Gerber zurückzuführen. Zudem wirkten sich der von der Branchenorganisation Milch erhöhte Milchpreis – der den Milchlieferanten zugutekommt – und die postpandemische Erholung des Food Service-Geschäfts positiv auf das Wachstum aus.

Division Americas

in CHF Millionen	Umsatz 2023	Umsatz 2022	Differenz 2023/2022	Akquisitions- effekt	Währungs- effekt	Wachstum organisch
Käse	635.2	663.0	-4.2 %	-	-4.7 %	0.5 %
Molkereiprodukte	427.1	414.1	3.2 %	-	-4.1 %	7.3 %
Frischprodukte	367.2	342.7	7.1 %	-	-5.6 %	12.7 %
Frischkäse	98.7	96.9	1.8 %	-	-1.3 %	3.1 %
Pulver/Konzentrate	48.5	40.2	20.7 %	-	-3.9 %	24.6 %
Übrige Produkte/Dienstleistungen	122.1	117.0	4.3 %	-	0.0 %	4.3 %
Total	1'698.8	1'673.9	1.5 %	-	-4.2 %	5.7 %

Die **Division Americas** erwirtschaftete einen Umsatz von CHF 1'698.8 Millionen (Vorjahr: CHF 1'673.9 Millionen). Bereinigt um stark negative Währungseffekte, insbesondere verursacht durch die weitere Stärkung des Schweizer Frankens im Vergleich zum US-Dollar, resultierte ein leicht unter den eigenen Erwartungen liegendes organisches Wachstum von 5.7 %. Im anspruchsvollen Marktumfeld in Tunesien hat sich die herrschende Milchknappheit negativ auf den Umsatz im Segment Molkereiprodukte ausgewirkt. Im bedeutendsten Auslandsmarkt USA entwickelten sich die vorwiegend im Premium-Segment angesiedelten Käsespezialitäten aufgrund ihres hohen Preisniveaus und der angespannten Konsumentenstimmung insgesamt verhalten. Athenos, die Nummer 1 im US-Feta-Markt, entwickelte sich hingegen erfreulich. Aber auch die gekühlten Premium-Desserts überzeugten in den USA. Als weitere Wachstumstreiber in unterschiedlichen Segmenten zeichneten sich die wichtigen Märkte Chile, Mexiko, Spanien und Brasilien aus.

Division Europa

in CHF Millionen	Umsatz 2023	Umsatz 2022	Differenz 2023/2022	Akquisitions- effekt	Währungs- effekt	Wachstum organisch
Frischprodukte	362.9	371.8	-2.4 %	-1.2 %	-3.7 %	2.5 %
Käse	124.4	138.5	-10.2 %	-0.4 %	-3.2 %	-6.6 %
Molkereiprodukte	55.8	96.8	-42.4 %	-38.4 %	-1.9 %	-2.1 %
Frischkäse	46.3	43.2	7.4 %	-	-3.6 %	11.0 %
Pulver/Konzentrate	35.3	39.8	-11.6 %	-0.3 %	-3.0 %	-8.3 %
Übrige Produkte/Dienstleistungen	36.7	40.3	-8.9 %	-0.3 %	-3.1 %	-5.5 %
Total	661.4	730.4	-9.5 %	-5.8 %	-3.3 %	-0.4 %

Die **Division Europa** wies in einem anhaltend anspruchsvollen europäischen Marktumfeld mit einer getrüben Konsumentenstimmung einen Umsatz von CHF 661.4 Millionen (Vorjahr:

4/5

CHF 730.4 Millionen) aus. Nebst dem negativen Akquisitionseffekt aus der Veräusserung der Gläsernen Molkerei wirkten sich auch Währungseffekte stark negativ auf den Umsatz aus. Bereinigt um diese Effekte resultierte somit ein leichter organischer Umsatzrückgang von 0.4 %, der knapp unter den eigenen Erwartungen liegt. Das Exportgeschäft mit Käse aus der Schweiz, insbesondere in Deutschland und in den Niederlanden, hemmte die Umsatzentwicklung. Zurückzuführen ist dies in erster Linie auf die preis- und wechselkursbeeinflusste Eintrübung der Konsumentennachfrage. Zudem wirkten sich wirtschaftliche Unsicherheiten, global hohe Lagerbestände bei Zwischenhändlern und eine mangelnde Verfügbarkeit von Rohstoffen negativ auf die Umsatzentwicklung im Ziegenmilchpulvergeschäft in den Niederlanden aus. Erfreulich entwickelten sich hingegen Emmi Caffè Latte sowie niederländische Ziegenfrischkäse. Bei den gekühlten italienischen Premium-Desserts verzeichnete Emmi zudem im Food Service-Geschäft eine erfreuliche Umsatzsteigerung.

Division Global Trade

in CHF Millionen	Umsatz 2023	Umsatz 2022	Differenz 2023/2022	Akquisitions- effekt	Währungs- effekt	Wachstum organisch
Käse	64.0	68.2	-6.0 %	-	-	-6.0 %
Frischprodukte	34.9	35.3	-1.2 %	-	-	-1.2 %
Pulver/Konzentrate	19.1	20.8	-8.2 %	-	-	-8.2 %
Molkereiprodukte	1.0	1.4	-29.5 %	-	-	-29.5 %
Übrige Produkte/Dienstleistungen	1.2	1.9	-35.7 %	-	-	-35.7 %
Total	120.2	127.6	-5.7 %	-	-	-5.7 %

In der **Division Global Trade** resultierten ein Umsatz von CHF 120.2 Millionen (Vorjahr: CHF 127.6 Millionen) und ein organischer Umsatzrückgang von 5.7 %. Die Einstellung des Russlandgeschäfts sowie leicht tiefere Absätze im asiatischen Raum beeinflussten den Bereich Käse. Der Rückgang im Bereich Pulver spiegelt die tieferen Entlastungsexporte von Magermilchpulver aus der Schweiz wider.

Die Emmi Gruppe veröffentlicht am 29. Februar 2024 um 7:00 Uhr die detaillierten Jahresergebnisse 2023 und den Ausblick für das laufende Geschäftsjahr 2024.

5/5

Downloadmaterial und weitere Informationen

- [Medienmitteilung zum Halbjahresergebnis 2023](#)
- [Alternative Performancekennzahlen](#)
- [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 13 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 57 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 2023 einen Umsatz von CHF 4.2 Milliarden.