

Medienmitteilung

Ad hoc-Mitteilung gemäss Art. 53 KR

Emmi ist auf Kurs und setzt auf strategische Akquisitionen

Luzern, 14. August 2024 – Die Emmi Gruppe weist im ersten Halbjahr 2024 einen Nettoumsatz von CHF 2'017.2 Millionen (Vorjahr: CHF 2'103.4 Millionen) aus, der aufgrund negativer Akquisitions- und Währungseffekte erwartungsgemäss unter der Vorjahresperiode liegt. Positive Volumen- und primär milchpreisgetriebene negative Preiseffekte hielten sich die Waage, sodass insgesamt eine flache organische Umsatzentwicklung (0.0 %) resultiert. Positiv entwickelte sich der Umsatz in der Division Europa, in den Schlüsselmärkten Brasilien und Chile in der Division Americas, im Marken- und Industriekunden-Geschäft in der Schweiz sowie in den strategischen Nischen Ready to Drink-Kaffee mit Emmi Caffè Latte und Premium-Desserts in Italien. Dank Rückkehr zu breit abgestütztem profitabilem Volumenwachstum, kontinuierlicher Portfoliotransformation und operativer Fortschritte in den Auslandsmärkten erzielt Emmi ein erfreuliches Ergebnis auf Stufe EBIT von CHF 140.3 Millionen (VJ: CHF 138.5 Millionen) und eine EBIT-Marge von 7.0 % (VJ: 6.6 %). Emmi tätigte mit Verde Campo in Brasilien zudem eine strategische Akquisition und kündigte mit Hochstrasser in der Schweiz und Mademoiselle Desserts in Frankreich weitere an. Mit der branchenübergreifenden Initiative «KlimaStaR Milch» zeigte Emmi mit Partnern wirksame Hebel für eine nachhaltigere Milchwirtschaft in der Schweiz auf und trieb die Kreislaufwirtschaft mit Milchprodukten in rezyklierbaren PET-Flaschen erfolgreich voran. Für das Gesamtjahr 2024 bestätigt Emmi, ohne Berücksichtigung der geplanten Akquisition der Mademoiselle Desserts Gruppe, die kommunizierten Umsatz- und Ertragsprognosen.

- Umsatz -4.1 %; organisches Wachstum 0.0 %, Akquisitionseffekt -2.2 %, Währungseffekt -1.9 %
- Organisches Wachstum Divisionen Americas +0.1 % und Europa +2.0 %, organischer Rückgang Division Schweiz -0.2 %
- EBIT CHF 140.3 Millionen (VJ: CHF 138.5 Millionen), EBIT-Marge 7.0 % (VJ: 6.6 %)
- Reingewinn CHF 104.4 Millionen (VJ: CHF 97.8 Millionen), Reingewinnmarge 5.2 % (VJ: 4.6 %)
- Kontinuierliche Portfoliotransformation: strategische Akquisition von Verde Campo in Brasilien vollzogen – um funktionales Premium-Markengeschäft auszubauen – sowie die angekündigte Akquisition von Hochstrasser AG zur Stärkung der Kaffeekompetenz für Emmi Caffè Latte
- Geplante Akquisition der französischen Mademoiselle Desserts Gruppe zur Stärkung der strategischen Nische Premium-Desserts nach Bilanzstichtag angekündigt
- Fortschritte Nachhaltigkeit: positive Zwischenbilanz bei «KlimaStaR Milch», Kreislaufwirtschaft mit Milch in PET-Flaschen, Quillayes Surlat als erstes südamerikanisches Unternehmen mit Tierwohl-Label AENOR zertifizierter Milch
- Kontinuität in Konzernleitung: Neuer CFO Oliver Wasem per 1. Juli 2024 aus eigenen Reihen
- Ausblick 2024 bestätigt (ohne mögliche Effekte aus Akquisition Mademoiselle Desserts): organisches Umsatzwachstum von 1 % bis 2 %, EBIT von CHF 295 Millionen bis 315 Millionen, Reingewinnmarge von 5.0 % bis 5.5 %
- Unveränderte Mittelfristprognose

2/7

«Die Emmi Gruppe hat ihre Portfoliotransformation im ersten Halbjahr 2024 mit der Akquisition von Verde Campo und der geplanten Übernahme von Hochstrasser konsequent vorangetrieben. Zudem beabsichtigen wir die französische Mademoiselle Desserts Gruppe zu übernehmen, um unsere strategische Nische Premium-Desserts weiter zu stärken. Damit könnten wir in Zukunft als Emmi «Desserts Powerhouse» unseren Kunden ein innovationsstarkes Gesamtsortiment anbieten. Herzlichen Dank an alle Teams weltweit, die sich mit grossem Einsatz und Gestaltungswillen für «Genuss von ganzem Herzen» eingesetzt haben», so Ricarda Demarmels, CEO der Emmi Gruppe.

Kennzahlen

| in CHF Millionen | 1. Halbjahr 2024 | 1. Halbjahr 2023 |
|---------------------------------|------------------|------------------|
| Nettoumsatz | 2'017 | 2'103 |
| davon Division Schweiz | 855 | 857 |
| davon Division Americas | 820 | 848 |
| davon Division Europa | 286 | 338 |
| davon Division Global Trade | 56 | 60 |
| Umsatzveränderung in % | -4.1 | 4.3 |
| davon organisches Wachstum in % | 0.0 | 6.5 |
| davon Akquisitionseffekt in % | -2.2 | - |
| davon Währungseffekt in % | -1.9 | -2.2 |
| EBIT | 140.3 | 138.5 |
| in % des Nettoumsatzes | 7.0 | 6.6 |
| Reingewinn | 104.4 | 97.8 |
| in % des Nettoumsatzes | 5.2 | 4.6 |

Erwartungsgemäss rückläufiger Umsatz aufgrund negativer Akquisitions- und Währungseffekte

Emmi erwirtschaftet im ersten Halbjahr 2024 einen Umsatz von CHF 2'017.2 Millionen, was einem Rückgang von 4.1 % im Vergleich zur Vorjahresperiode entspricht. Dieser Rückgang ist auf die Veräusserung der Gläsernen Molkerei und negative Währungseffekte in Folge der Abwertung des chilenischen Pesos, des Euros und des US-Dollars gegenüber dem Schweizer Franken zurückzuführen. Die Akquisition von Verde Campo in Brasilien hatte hingegen einen leicht positiven akquisitorischen Einfluss. Organisch resultiert auf Gruppenstufe trotz Rückkehr zu breit abgestütztem Volumenwachstum – aufgrund primär milchpreisgetriebener leicht rückläufiger Preiseffekte – eine flache Umsatzentwicklung (0.0 %). Tiefere Regulierungsexporte aus der Schweiz und Milchknappheit in Tunesien belasten das organische Wachstum mit insgesamt -0.8 %.

In den strategischen Nischen erzielt Emmi erfreuliche Ergebnisse: Ready to Drink-Kaffee mit Emmi Caffè Latte verzeichnet in erster Linie in Grossbritannien und Spanien ein sehr starkes Wachstum, auch dank erfolgreicher Marketingkampagnen im Rahmen des 20-jährigen Jubiläums der ikonischen Marke. Die Premium-Desserts in Italien mit den Gesellschaften Emmi Dessert Italia und Pasticceria Quadrifoglio entwickeln sich sowohl im Retail als auch im Food Service positiv. Beim Spezialitätenkäse konnten die Käseexporte aus der Schweiz trotz weiterhin zurückhaltender

3/7

Konsumstimmung und einem starken Schweizer Franken insgesamt zulegen. Erfreulicherweise trifft dies insbesondere auf die Premium-Käsespezialitäten von Kaltbach zu, die vor allem in Deutschland und den Niederlanden wieder kräftig wachsen konnten.

Umsatzentwicklung nach Divisionen

Division Schweiz

| in CHF Millionen | Umsatz 1. HJ 2024 | Umsatz 1. HJ 2023 | Differenz 2024/2023 | Akquisitions- effekt | Währungs- effekt | Wachstum organisch |
|----------------------------------|----------------------|----------------------|------------------------|-------------------------|---------------------|-----------------------|
| Molkereiprodukte | 334.1 | 337.7 | -1.1 % | - | - | -1.1 % |
| Frischprodukte | 191.4 | 190.9 | 0.3 % | - | - | 0.3 % |
| Käse | 188.4 | 190.4 | -1.0 % | - | - | -1.0 % |
| Frischkäse | 56.1 | 59.1 | -5.1 % | - | - | -5.1 % |
| Pulver/Konzentrate | 46.9 | 41.1 | 14.2 % | - | - | 14.2 % |
| Übrige Produkte/Dienstleistungen | 37.9 | 37.6 | 0.9 % | - | - | 0.9 % |
| Total | 854.8 | 856.8 | -0.2 % | - | - | -0.2 % |

In der Division Schweiz resultiert ein Nettoumsatz von CHF 854.8 Millionen (VJ: CHF 856.8 Millionen) und ein organischer Umsatzrückgang von 0.2 %, der auf die Milchpreisreduktion der Branchenorganisation Milch zurückzuführen ist. Die bereits von der Branchenorganisation Milch beschlossene und von Emmi umgesetzte Milchpreiserhöhung im zweiten Halbjahr dürfte der Division Schweiz insgesamt wieder eine positive Wachstumsdynamik verleihen. Positiv entwickeln sich neben dem Industriekunden-Geschäft mit Milchpulver insbesondere die innovationsstarken Marken Emmi Caffè Latte, Emmi Energy Milk, Aktifit und Luzerner Rahmkäse. Hingegen resultieren in den Segmenten Molkereiprodukte, aufgrund der Milchpreisreduktion, und Käse, unter anderem wegen erneut gestiegener Käseimporte, organische Umsatzrückgänge.

Division Americas

| in CHF Millionen | Umsatz 1. HJ 2024 | Umsatz 1. HJ 2023 | Differenz 2024/2023 | Akquisitions- effekt | Währungs- effekt | Wachstum organisch |
|----------------------------------|----------------------|----------------------|------------------------|-------------------------|---------------------|-----------------------|
| Käse | 300.2 | 310.5 | -3.3 % | 0.4 % | -3.1 % | -0.6 % |
| Molkereiprodukte | 208.0 | 223.6 | -7.0 % | 0.2 % | -6.8 % | -0.4 % |
| Frischprodukte | 180.3 | 187.0 | -3.5 % | 1.2 % | -3.6 % | -1.1 % |
| Frischkäse | 49.7 | 47.9 | 3.8 % | 1.0 % | -1.5 % | 4.3 % |
| Pulver/Konzentrate | 24.0 | 22.6 | 6.3 % | - | -3.3 % | 9.6 % |
| Übrige Produkte/Dienstleistungen | 58.3 | 56.9 | 2.6 % | 0.3 % | -1.1 % | 3.4 % |
| Total | 820.5 | 848.5 | -3.3 % | 0.5 % | -3.9% | 0.1 % |

Die Division Americas erwirtschaftet einen Umsatz von CHF 820.5 Millionen (VJ: CHF 848.5 Millionen) und ein verhaltenes organisches Wachstum von 0.1 %. Wachstumstreiber sind die Schlüsselmärkte Brasilien und Chile, die strategische Nische Ready to Drink-Kaffee mit Emmi Caffè Latte in Spanien, die kalifornische Darey Brands sowie das Handelsgeschäft von Mexideli. Insgesamt ist der Umsatz des Käsesegments zwar leicht rückläufig, das Exportgeschäft mit Schweizer Käsespezialitäten und auch Athenos, die Nummer 1 im US-Feta-Markt, können hingegen weiter zulegen. Die auch hier primär milchpreisgetriebenen leicht negativen Preiseffekte, ein auf Milchknappheit zurückzuführender Umsatzrückgang in Tunesien sowie der für das erste Halbjahr

4/7

erwartete Volumenrückgang im US-Dessert-Geschäft bremsen jedoch das Umsatzwachstum der Division.

Division Europa

| in CHF Millionen | Umsatz 1. HJ 2024 | Umsatz 1. HJ 2023 | Differenz 2024/2023 | Akquisitions- effekt | Währungs- effekt | Wachstum organisch |
|----------------------------------|----------------------|----------------------|------------------------|-------------------------|---------------------|-----------------------|
| Frischprodukte | 171.6 | 178.0 | -3.6 % | -3.4 % | -2.0 % | 1.8 % |
| Käse | 52.7 | 54.2 | -2.9 % | -1.4 % | -2.3 % | 0.8 % |
| Frischkäse | 24.3 | 23.6 | 3.4 % | -0.6 % | -2.5 % | 6.5 % |
| Pulver/Konzentrate | 18.6 | 16.2 | 14.5 % | -0.4 % | -2.9 % | 17.8 % |
| Molkereiprodukte | 3.2 | 47.2 | -93.3 % | -92.1 % | -0.2 % | -1.0 % |
| Übrige Produkte/Dienstleistungen | 15.7 | 18.5 | -15.5 % | -8.8 % | -2.1 % | -4.6 % |
| Total | 286.1 | 337.7 | -15.3 % | -15.4 % | -1.9 % | 2.0 % |

Der Nettoumsatz in der Division Europa beträgt CHF 286.1 Millionen (VJ: CHF 337.7 Millionen) und das organische Wachstum liegt mit 2.0 % über den eigenen Erwartungen für das Gesamtjahr. Positiv hervorzuheben sind die strategischen Nischen Ready to Drink-Kaffee mit Emmi Caffè Latte in Grossbritannien, Premium-Desserts aus Italien und das Ziegenmilchpulvergeschäft in den Niederlanden. Weiter hat sich das Exportgeschäft mit Käse aus der Schweiz, insbesondere Kaltbach in Deutschland und den Niederlanden, positiv entwickelt.

Division Global Trade

| in CHF Millionen | Umsatz 1. HJ 2024 | Umsatz 1. HJ 2023 | Differenz 2024/2023 | Akquisitions- effekt | Währungs- effekt | Wachstum organisch |
|----------------------------------|----------------------|----------------------|------------------------|-------------------------|---------------------|-----------------------|
| Käse | 26.8 | 28.2 | -5.1 % | - | - | -5.1 % |
| Frischprodukte | 20.3 | 17.5 | 15.6 % | 4.8 % | - | 10.8 % |
| Pulver/Konzentrate | 7.6 | 13.9 | -45.3 % | - | - | -45.3 % |
| Molkereiprodukte | 0.4 | 0.5 | -28.5 % | 9.6 % | - | -38.1 % |
| Frischkäse | 0.2 | - | n/a | n/a | n/a | n/a |
| Übrige Produkte/Dienstleistungen | 0.5 | 0.3 | 109.7 % | 382.5 % | - | -272.8 % |
| Total | 55.8 | 60.4 | -7.7 % | 3.3 % | - | -11.0 % |

Die Division Global Trade erzielt einen Umsatz von CHF 55.8 Millionen (VJ: CHF 60.4 Millionen). Der organische Rückgang von 11.0 % betrifft insbesondere tiefere Entlastungsexporte von Milchpulver. Das Wachstum bei den Frischprodukten resultiert aus der positiven Entwicklung von Jogurtdrinks in Nordeuropa und Joghurts im asiatischen Raum.

Verbessertes Ergebnis dank kontinuierlicher Portfoliotransformation und operativer Fortschritte in den Auslandsmärkten

Die Emmi Gruppe bewegt sich in einem anhaltend anspruchsvollen Marktumfeld. Während sich die Konsumstimmung in vielen europäischen Märkten auf tiefem Niveau erholt, ist diese in den USA weiterhin getrübt. Dennoch gelingt es Emmi, in ausländischen Gesellschaften – insbesondere bei den Dessertgesellschaften, bei Darey Brands in Kalifornien sowie bei den Gesellschaften in Grossbritannien, Spanien, Chile, Tunesien und Brasilien – operative Fortschritte zu erzielen. Unterstützend wirken nebst der kontinuierlichen Portfoliotransformation Massnahmen zur

5/7

Produktivitätssteigerung, Effizienzprogramme, die strategisch vorausschauende Einkaufspolitik und hohe Kostendisziplin. So steigert Emmi den Bruttogewinn trotz insgesamt rückläufigem Umsatz auf CHF 784.2 Millionen (VJ: CHF 775.4 Millionen) und die Bruttogewinnmarge auf 38.9 % (VJ: 36.9 %). Höhere Betriebsaufwendungen, insbesondere der Personalaufwand aufgrund von inflationsbedingten Lohnerhöhungen (Sekundäreffekte), sowie die Marketing- und Verkaufskosten und der Aufwand für Unterhalt und Reparaturen, schmälern zwar die positive Abweichung bei der Bruttogewinnmarge, dennoch resultieren auf Stufe EBIT und Reingewinn erfreuliche Margenverbesserungen.

Emmi weist mit einem EBIT von CHF 140.3 Millionen ein Ergebnis leicht über der starken Vorjahresperiode (CHF 138.5 Millionen) aus. Die EBIT-Marge steigt auf 7.0 % (VJ: 6.6 %). Der ebenfalls steigende Reingewinn von CHF 104.4 Millionen (VJ: CHF 97.8 Millionen) ist zudem getrieben durch das bessere Finanzergebnis und den tieferen Steueraufwand. Die Reingewinnmarge fällt mit 5.2 % (VJ: 4.6 %) somit positiv aus.

Erfreulich entwickelte sich im ersten Halbjahr 2024 auch der Geldfluss. Der Geldfluss aus der Betriebstätigkeit betrug CHF 179.3 Millionen und lag damit um CHF 11.5 Millionen über dem Vorjahreswert von CHF 167.8 Millionen. Die Cash Conversion (Geldfluss aus der Betriebstätigkeit im Verhältnis zum EBITDA) konnte damit von bereits hohen 86 % im Vorjahr auf 91 % gesteigert werden.

Fokussierte Strategieumsetzung

Die Emmi Gruppe hat ihre Strategie fokussiert umgesetzt und das Portfolio konsequent weiterentwickelt. Nachdem im Vorjahr die Veräusserung der Gläsernen Molkerei im Zentrum stand, tätigte Emmi im laufenden Jahr eine Akquisition und kündigte zwei weitere an, alle mit Fokus auf den Ausbau strategischer Märkte und Nischen. Im Mai 2024 übernahm Laticínios Porto Alegre, die brasilianische Tochtergesellschaft von Emmi, die Mehrheitsbeteiligung an der Molkerei Verde Campo im Bundesstaat Minas Gerais. Damit stärkt Emmi ihre bestehende Marktposition im Schlüsselmarkt Brasilien um funktionale Premium-Milchprodukte aus hochwertigen Proteinen mit der innovationstarken Marke Verde Campo. Weiter hat die Emmi Gruppe die Übernahme der renommierten Traditions-Kaffeerösterei Hochstrasser AG aus Luzern angekündigt, um damit ihre Kaffeekompetenz sowie die innovative Weiterentwicklung ihrer ikonischen Marke Emmi Caffè Latte langfristig zu stärken. Schliesslich hat Emmi nach dem Bilanzstichtag die geplante Akquisition der führenden französischen, auf Premium-Pâtisserie spezialisierten Mademoiselle Desserts Gruppe angekündigt. Mit der Akquisition könnte Emmi ihren Kunden ein innovationsstarkes Gesamtsortiment anbieten und als Emmi «Desserts Powerhouse» den Umsatz der strategischen Nische Premium-Desserts verdoppeln.

Verantwortungsvolles Handeln seit Generationen

Verantwortungsvolles Handeln ist seit Generationen fest im Geschäftsmodell der Emmi Gruppe verankert. Bei der Umsetzung ihrer Nachhaltigkeitsstrategie erzielt Emmi im ersten Halbjahr wichtige Fortschritte. Für die nachhaltige Milchwirtschaft setzt sich Emmi seit Jahren im Verbund mit Akteuren mittels Standards und Brancheninitiativen dafür ein, eine umfassend nachhaltige Milchproduktion zur Norm zu machen. Als Vorreiterin des Branchenstandards «Nachhaltige Schweizer Milch» trug Emmi dazu bei, dass dieser Standard 2019 eingeführt wurde und dass ihn seit 2024 alle Milchlieferanten verpflichtend umsetzen. Die Brancheninitiative «KlimaStaR Milch», initiiert von Emmi, Nestlé, ZMP, aaremilch AG und AgroCleanTech, präsentierte im Mai 2024 eine positive Zwischenbilanz hinsichtlich ihrer Ziele, den Klima-Fussabdruck der Milchwirtschaft und gleichzeitig die Nahrungsmittel- und

6/7

Flächenkonkurrenz zu reduzieren. Hervorzuheben ist, dass die Kombination dieser Ziele das Pilotprojekt einzigartig macht und sich die teilnehmenden Milchlieferanten dieser Herausforderung bewusst stellen. Die Berechnung der Treibhausgasemissionen der Betriebe fiel deutlich tiefer aus als erwartet und die wichtigsten Hebel zur weiteren Reduktion konnten ermittelt werden. Damit reduzierten die 230 Pilotbetriebe in den ersten zwei Jahren ihre Treibhausgasemissionen pro Kilogramm Milch um durchschnittlich 4.9 % und die Nahrungsmittelkonkurrenz um 19.7 %. Gemeinsam mit Coop lancierte Emmi zudem die umweltfreundliche PET-Flasche für Milch und Milchprodukte und damit eine Verpackungsinnovation in der Schweiz. Damit macht Emmi als Gründungsmitglied von RecyPac einen weiteren Schritt zur Erreichung der Nachhaltigkeitsziele im Bereich Kreislaufwirtschaft. Derzeit ist die PET-Flasche die einzige Kunststoff-Lebensmittelverpackung in der Schweiz, die in einem geschlossenen Kreislauf rezykliert und wiederaufbereitet wird. Darüber hinaus sind 80 % des von der Tochtergesellschaft Quillayes Surlat in Chile eingekauften Milchvolumens mit dem Tierwohl-Label AENOR zertifiziert. Damit ist Quillayes Surlat das erste südamerikanische Unternehmen, das diese Tierwohl-Label zertifizierte Milch einkauft.

Bestätigung der Umsatz- und Ertragsprognosen für 2024 ohne Akquisitionseffekte Mademoiselle Desserts

Emmi hält, ohne die Berücksichtigung möglicher Effekte aus der beabsichtigten Akquisition der Mademoiselle Desserts Gruppe, an ihren Umsatz- und Ertragsprognosen fest. Bei der Umsatzentwicklung geht Emmi im zweiten Halbjahr trotz anhaltend volatiler Marktbedingungen von einer leicht höheren Wachstumsdynamik als im ersten Halbjahr aus. Für das Gesamtjahr 2024 erwartet Emmi für die Gruppe deshalb unverändert ein organisches Wachstum von 1 % bis 2 %. Bei der Ertragsentwicklung erwartet sie für das Gesamtjahr 2024 unverändert einen EBIT von CHF 295 Millionen bis CHF 315 Millionen und eine Reingewinnmarge zwischen 5.0 % und 5.5 %. Der mögliche Einfluss von Mademoiselle Desserts auf das Gesamtjahr 2024 kann aufgrund des ausstehenden Closing-Datums sowie der Kaufpreisallokation zurzeit noch nicht zuverlässig abgeschätzt werden.

Prognose Geschäftsjahr 2024

- Organisches Umsatzwachstum Gruppe: 1 % bis 2 % (unverändert)
- Organisches Umsatzwachstum Division Schweiz: 0 % bis 1 % (unverändert)
- Organisches Umsatzwachstum Division Americas: 1 % bis 3 % (bisher: 2 % bis 4 %)
- Organisches Umsatzwachstum Division Europa: 2 % bis 3 % (bisher: 0 % bis 1 %)
- EBIT: CHF 295 bis CHF 315 Millionen (unverändert)
- Reingewinnmarge: 5.0 % bis 5.5 % (unverändert)

Emmi veröffentlicht am 24. Januar 2025 um 07:00 Uhr den Jahresumsatz 2024 und am 26. Februar 2025 um 07:00 Uhr das Jahresergebnis 2024 mit der Prognose für das Geschäftsjahr 2025.

7/7

Downloadmaterial und weitere Informationen

- [Emmi Halbjahresbericht 2024](#)
- [Alternative Performancekennzahlen](#)
- [Präsentation zum Halbjahresergebnis 2024](#)
- [Emmi Media Corner](#)

Kontakte

Medien

Simone Burgener, Spokesperson & Senior Communications Manager | media@emmi.com

Investoren und Analysten

Oliver Wasem, CFO | 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 57 eigenen Produktionsstandorten in elf Ländern her. Mit rund 10'000 Mitarbeitenden, von denen rund 70 % ausserhalb der Schweiz tätig sind, erwirtschaftete die Emmi Gruppe 2023 einen Umsatz von CHF 4.2 Milliarden.