

Medienmitteilung

Weltmilchtag: Emmi verbindet die natürlichen Stärken von Milch mit Genuss und Innovation

Luzern, 1. Juni 2026 – Milch ist eines der ursprünglichsten Lebensmittel und rückt im Kontext einer bewussteren Ernährung wieder stärker in den Fokus. Zum Weltmilchtag zeigt die Emmi Gruppe, wie sie die natürlichen Stärken von Milch mit heutigen Ernährungsbedürfnissen, funktionalen Innovationen und traditioneller Handwerkskunst verbindet – von proteinreichen Milchprodukten über funktionale Getränke bis hin zu fermentierten Käsespezialitäten.

Milch bringt von Natur aus viel mit: hochwertiges Protein mit allen neun essenziellen Aminosäuren, wichtige Vitamine und Mineralstoffe sowie eine grosse Vielseitigkeit für die Herstellung hochwertiger Milchprodukte. Gleichzeitig verändern sich die Bedürfnisse der Konsumentinnen und Konsumenten. Gefragt sind Produkte, die gut schmecken, in den Alltag passen, wenige Zutaten enthalten und einen ernährungsphysiologischen Mehrwert bieten. Die Emmi Gruppe verbindet dafür ihre langjährige Milchkompetenz mit neuen Rezepturen, Formaten und Herstellungsverfahren.

nutrition+: Funktionale Milchprodukte für heutige Ernährungsbedürfnisse

Mit der neuen strategischen Wachstumsplattform nutrition+ baut Emmi ihr Portfolio an Milchprodukten mit zusätzlichem funktionalem Mehrwert gezielt aus. Dazu gehören proteinreiche Produkte wie Emmi Energy Milk High Protein in der Schweiz oder Whey-Produkte der brasilianischen Tochtergesellschaft Verde Campo, die einen Beitrag zur Sättigung sowie zum Muskelerhalt und -aufbau leisten können. Laktosefreie Sortimente wie Emmi good day ermöglichen Milchgenuss mit besserer Verträglichkeit. Gleichzeitig gewinnen fermentierte Milchprodukte wie Kefir an Bedeutung, insbesondere im Zusammenhang mit einer gesunden Darmflora. Hinzu kommen Produkte mit zusätzlicher Funktionalität wie Aktifit in der Schweiz oder Vitamin Yogurt in Spanien, denen gezielt Vitamine, Mineralstoffe oder weitere wertvolle Inhaltsstoffe hinzugefügt werden. Ergänzt wird das Sortiment durch Trinkmahlzeiten wie Emmi I'm your meal in der Schweiz oder Kaiku Ñam in Spanien sowie durch natürliche Rezepturen mit wenigen und sorgfältig ausgewählten Zutaten wie Jogurt Pur in der Schweiz oder Onken Naked in Grossbritannien.

Fermentation, Reifung und Handwerk schaffen Käsevielfalt

Die Vielseitigkeit von Milch zeigt sich auch beim Käse. Käse zählt zu den ältesten fermentierten Lebensmitteln der Welt. Aus wenigen Zutaten entstehen durch Fermentation, Reifung und Veredelung Spezialitäten mit sehr unterschiedlichen Geschmacksprofilen – von mild cremig bis kräftig und charaktervoll. Gerade gereifte Käse werden heute nicht nur wegen ihres Geschmacks geschätzt, sondern auch wegen ihrer Natürlichkeit, Bekömmlichkeit und ihres hohen Proteingehalts. Mit unterschiedlichen Reifegraden, lokal verankerten Herstellungsverfahren und innovativen Markenkonzepten trägt die Emmi Gruppe dazu bei, Käse immer wieder neu zu interpretieren und global neue Genussmomente zu schaffen. Dazu gehören international erfolgreiche Schweizer Spezialitäten wie Kaltbach und Der scharfe Maxx, ebenso wie starke regionale und internationale Marken: etwa Bettine Ziegenkäse in den Niederlanden, die Nummer-1-Fetamarke Athenos in den USA, die vielfach ausgezeichneten Käsespezialitäten von Emmi Roth, die ikonischen Ziegenkäse von

2/2

Cypress Grove wie Humboldt Fog, die handwerklichen Käse von Cowgirl Creamery oder die Nummer-1-Frischkäsemarke Chacra von Quillayes in Chile.

Verantwortung entlang der gesamten Wertschöpfungskette

Die Emmi Gruppe setzt sich dafür ein, nachhaltige Milchwirtschaft zur Norm zu machen. Dazu gehören standortangepasste Produktionssysteme, hohe Standards beim Tierwohl und die kontinuierliche Reduktion des CO₂e-Fussabdrucks der Milchproduktion, etwa durch das Pilotprojekt KlimaStaR Milch. Gleichzeitig investiert Emmi in ressourcenschonende Produktionsprozesse und erneuerbare Energien. Am Standort Emmen setzt Emmi beispielsweise auf Photovoltaik, Holzschnitzelheizung sowie Rückgewinnungs- und Wiederaufbereitungssysteme für Wasser, wodurch jährlich bis zu 70 Millionen Liter Wasser eingespart werden.

Milch kann mehr. Möglich machen das die vielen Menschen entlang der gesamten Wertschöpfungskette: von den Milchproduzentinnen und Milchproduzenten über Mitarbeitende und Partner bis hin zu Kunden sowie Konsumentinnen und Konsumenten. Gemeinsam sorgen sie dafür, dass aus Milch hochwertige Produkte entstehen, die Genuss, Ernährung und Verantwortung verbinden und gleichzeitig regionale Wertschöpfung stärken.

Downloadmaterial und weitere Informationen

- [Faktenbasierte Grundhaltung von Emmi zu Milch](#)
- [Emmi Media Corner](#)

Kontakte

Medien

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

Investoren und Analysten

Patrik Schwendimann, Head Investor Relations | ir@emmi.com

Über Emmi

Die Emmi Gruppe ist ein Schweizer Traditionsunternehmen mit Sitz in Luzern. 1907 von milchbäuerlichen Genossenschaften gegründet, ist sie heute rund um die Welt zu Hause – und ihren Wurzeln bis heute verbunden. Innovation und Verantwortung treiben Emmi an. Mit grosser Handwerkskompetenz und Erfahrung stellt sie hochwertige Milchprodukte und Desserts her und verfügt über starke Positionen in Ready-to-drink-Kaffee mit Emmi Caffè Latte, funktionaler Ernährung, Spezialitätenkäse und Premium-Desserts. In ihren strategischen Nischen ist Emmi Vorreiterin und schafft Genussmomente, die bleiben.

Emmi denkt langfristig und handelt mit Sorgfalt gegenüber Mensch, Tier und Natur. Sie setzt sich für eine zukunftsfähige Milchwirtschaft ein, schafft Wertschöpfung im ländlichen Raum und stärkt familiäre Strukturen. Im Zentrum stehen Menschen, die Verantwortung tragen und die Zukunft gemeinsam über Generationen hinweg gestalten.

Die Emmi Gruppe ist an der SIX Swiss Exchange kotiert (EMMN) und mehrheitlich im Besitz der ZMP Invest AG, hinter der rund 2'800 Milchbäuerinnen und Milchbauern stehen. Ein wesentlicher Teil des Gewinns fliesst über diese Struktur als Dividende zurück an die Milchlieferanten. Das Unternehmen betreibt 73 Produktionsstandorte in 13 Ländern und seine Produkte sind in rund 90 Märkten erhältlich. 2025 erzielten rund 12'800 Mitarbeitende einen Umsatz von CHF 4.7 Milliarden. Seit über 100 Jahren übernimmt Emmi Verantwortung – und hat den Mut, immer wieder Neues zu schaffen.