

Medienmitteilung

Ad hoc-Mitteilung gemäss Art. 53 KR

Emmi bestätigt strategischen Kurs mit starkem Volumenwachstum und Fortschritten auf allen Ergebnisebenen

- Gruppenumsatz von CHF 2.32 Mrd. (+2.2 %), Währungseffekt -2.1 %, Akquisitionseffekt +0.7 %
- Organisches Wachstum +3.6 %; gutes, regional breit abgestütztes Volumenwachstum in allen Divisionen bestätigt Relevanz des Portfolios und positive Wachstumsdynamik der letzten Jahre
- Besonders erfreuliches Wachstum in der Schweiz, Chile, Spanien, Brasilien und Mexiko
- Gesamthaft überdurchschnittliches organisches Wachstum in den Premium-Nischen nutrition+, Ready-to-drink-Kaffee, Premium-Desserts und Spezialitätenkäse
- nutrition+ etabliert sich als neue Wachstumsplattform
- Integration von Emmi Desserts ist weitgehend abgeschlossen
- EBIT von CHF 152.3 Mio. (+4.8 %) und EBIT-Marge von 6.6 % (H1 2025: 6.4 %) spiegeln die kontinuierliche Portfoliotransformation entlang strategischer Premium-Nischen wider
- Reingewinn von CHF 100.9 Mio. (+3.7 %), negativ beeinflusst durch höhere Minderheitsanteile
- Erneut starker Geldfluss aus Betriebstätigkeit (CHF 202.6 Mio., 88 % operative Cash Conversion)
- Kapitalrendite (ROIC) steigt auf 7.9 % (Geschäftsjahr 2025: 7.6 %)
- Gruppen-Prognose zu organischem Umsatzwachstum neu bei 2 % bis 3 % (bisher: 1 % bis 3 %), unveränderte Prognose zu EBIT (CHF 335 bis 355 Mio.) und Reingewinnmarge (4.8 % bis 5.3 %)
- Prognose zu organischem Umsatzwachstum Divisionen: Schweiz neu -1 % bis 1 % (bisher: -2 % bis ±0 %), unveränderte Prognosen für Americas (4 % bis 6 %) und Europa (2 % bis 4 %)

Luzern, 19. August 2026 – Die Emmi Gruppe blickt auf ein erfolgreiches 1. Halbjahr 2026 zurück. Das organische Wachstum von 3.6 % war vollständig volumengetrieben und regional breit abgestützt. Der Umsatz stieg auf CHF 2.32 Milliarden, das Betriebsergebnis (EBIT) auf CHF 152.3 Millionen (+4.8 %). Gleichzeitig verbesserten sich Profitabilität, Kapitalrendite und Cash Conversion. Mit nutrition+ hat sich eine weitere Wachstumsplattform erfolgreich etabliert. Emmi Desserts erreichte einen wichtigen Meilenstein: Die Integration ist weitgehend abgeschlossen und der Fokus richtet sich verstärkt auf Synergien und die weitere Skalierung der Plattform. Innovationen wie Emmi Matcha Latte und Produkte der Plattform nutrition+ mit Fokus auf Gesundheit und Funktionalität leisteten wichtige Wachstumsimpulse.

«Die positive Wachstumsdynamik der vergangenen Jahre hat sich auch im ersten Halbjahr fortgesetzt. Besonders erfreulich ist das starke Volumenwachstum, das die Relevanz unseres Portfolios und die konsequente Umsetzung unserer Strategie gemeinsam mit unseren Kunden und Partnern reflektiert. Gleichzeitig haben wir bei Profitabilität, Kapitalrendite und Cash Conversion weitere Fortschritte erzielt. Mit nutrition+ haben wir eine neue Wachstumsplattform erfolgreich etabliert und mit «Emmi Desserts» einen wichtigen Meilenstein erreicht. Der Fokus verschiebt sich nun zunehmend von der Integration zu Synergien und zur weiteren Skalierung der Plattform.» Ricarda Demarmels, CEO Emmi Gruppe.

Kennzahlen Emmi Gruppe

in CHF Millionen	H1 2026	H1 2025	Veränderung
Nettoumsatz	2'323.5	2'272.4	+2.2 %
<i>Organisches Wachstum in %</i>	3.6 %	4.4 %	
Betriebsergebnis vor Zinsen, Steuern, Abschreibungen (EBITDA)	230.7	223.1	+3.4 %
<i>in % des Nettoumsatzes</i>	9.9 %	9.8 %	+11 bps
Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)	152.3	145.4	+4.8 %
<i>in % des Nettoumsatzes</i>	6.6 %	6.4 %	+16 bps
Reingewinn	100.9	97.2	+3.7 %
<i>in % des Nettoumsatzes</i>	4.3 %	4.3 %	+ 6 bps
Geldfluss aus Betriebstätigkeit	202.6	168.0	+20.6 %
<i>in % des EBITDA</i>	88 %	75 %	
Nettoverschuldungsgrad	1.73	1.79¹	
Kapitalrendite (ROIC) in %	7.9 %	7.6 %¹	+25 bps

¹ Vorjahreswert per 31.12.2025

Umsatzentwicklung im ersten Halbjahr 2026

in CHF Millionen	Umsatz H1 2026	Umsatz H1 2025	Differenz 2026/2025	Akquisitions- effekt	Währungs- effekt	Wachstum organisch
Division Schweiz	903.3	871.6	3.6 %	-	-	3.6 %
Division Americas	852.8	853.4	-0.1 %	-	-3.7 %	3.6 %
Division Europa	498.3	483.7	3.0 %	3.4 %	-3.1 %	2.7 %
Division Global Trade	69.1	63.7	8.5 %	-1.4 %	-0.2 %	10.1 %
Total Emmi Gruppe	2'323.5	2'272.4	2.2 %	0.7 %	-2.1 %	3.6 %
Frischprodukte	817.7	786.0	4.0 %	2.0 %	-2.8 %	4.8 %
Käse	585.0	583.8	0.2 %	-	-3.4 %	3.6 %
Molkereiprodukte	563.1	559.6	0.6 %	-	-0.9 %	1.5 %
Frischkäse	140.9	128.9	9.4 %	-	0.5 %	8.9 %
Pulver/Konzentrate	103.3	96.4	7.1 %	-	-0.4 %	7.5 %
Übrige Produkte/Dienstleistungen	113.5	117.7	-3.6 %	-	0.0 %	-3.6 %
Total Emmi Gruppe	2'323.5	2'272.4	2.2 %	0.7 %	-2.1 %	3.6 %

Einzelheiten zur Umsatzentwicklung der Divisionen und Produktgruppen finden sich im Halbjahresbericht 2026:

<https://report.emmi.com/de/>

In der **Division Schweiz** setzte sich die Wachstumsdynamik der vergangenen Jahre auch im ersten Halbjahr 2026 weiter fort. Der Umsatz stieg um 3.6 % auf CHF 903.3 Millionen (H1 2025: CHF 871.6 Millionen) – und dies trotz der seit Februar 2026 gesunkenen A-Milch-Richtpreise. Wachstumsträger sind die bewährten Markenkonzpte im Frische- und Käsebereich sowie die Innovationen Emmi Matcha Latte im Ready-to-drink-Segment und in der Premium-Nische nutrition+ mit Emmi Kefir, Emmi Energy Milk High Protein, Emmi I'm your meal und Emmi good day. Das Umsatzwachstum im ersten Halbjahr 2026 beinhaltet zudem noch einen Einmaleffekt aus einem befristeten Auftrag, der bereits in der zweiten Jahreshälfte 2025 positive Auswirkungen hatte, im zweiten Halbjahr 2026 aber wegfallen wird. Ohne diesen Einmaleffekt (+2.0 %) sowie den Einfluss der tieferen Milchpreise (-1.1 %) hätte das organische Wachstum der Division Schweiz im ersten Halbjahr 2.7 % betragen.

Die **Division Americas** erreichte trotz negativer Währungseffekte von -3.7 % einen Umsatz von CHF 852.8 Millionen (H1 2025: CHF 853.4 Millionen). In einem herausfordernden Marktumfeld erreichte die Division damit ein solides volumengetriebenes organisches Wachstum von 3.6 %. Wesentliche Wachstumsimpulse kamen aus den Wachstumsmärkten Chile, Brasilien und Mexiko sowie aus Spanien und Tunesien. Besonders erfreulich entwickelten sich die strategischen Nischen Ready-to-drink-Kaffee mit Kaiku Caffè Latte in Spanien und nutrition+ in Spanien, Chile und bei der brasilianischen Tochtergesellschaft Verde Campo mit innovativen, funktionalen Milchprodukten. Der US-Markt blieb aufgrund der verhaltenen Konsumstimmung hinter den Erwartungen zurück. Die breite geographische Abdeckung der Division konnte diesen Effekt jedoch kompensieren.

Die **Division Europa** steigerte ihren Umsatz auf CHF 498.3 Millionen (H1 2025: CHF 483.7 Millionen). Nach Berücksichtigung des Akquisitionseffektes aus dem Erwerb von «The English Cheesecake Company Ltd.» und negativer Währungseffekte entspricht das organische Wachstum von 2.7 % den Erwartungen. Eine erfreuliche Wachstumsentwicklung verzeichneten das Dessertgeschäft sowie das Geschäft mit Ziegenmilchpulver in den Niederlanden. In den übrigen europäischen Märkten entwickelte sich das Geschäft angesichts der gedämpften Konsumstimmung und wirtschaftlicher Unsicherheiten insgesamt verhalten. Auch bei Emmi Caffè Latte blieb die Entwicklung in weiten Teilen Europas trotz der erfolgreichen Lancierung von Emmi Matcha Latte unter den Erwartungen – sehr positive Impulse kamen jedoch aus Belgien.

Die **Division Global Trade** erzielte vorwiegend aufgrund höherer Entlastungsexporte von Butter und Magermilchpulver und einer steigenden Nachfrage nach mit Schweizer Milch hergestellten Emmi Joghurts im asiatischen Raum einen Umsatz von CHF 69.1 Millionen (H1 2025: CHF 63.7 Millionen) und ein organisches Wachstum von 10.1 %.

Strategische Premium-Nischen auf überdurchschnittlichem Wachstumskurs

Die vier strategischen Nischen, auf die sich die Emmi Gruppe weltweit fokussiert – nutrition+, Ready-to-drink-Kaffee, Premium-Desserts und Spezialitätenkäse – machten im ersten Halbjahr 2026 rund 40 % des Gruppenumsatzes aus und erzielten ein insgesamt klar überdurchschnittliches organisches Wachstum. Eine besonders hohe Dynamik, mit einem organischen Wachstum im zweistelligen Prozentbereich, zeigte die neue strategische Premium-Nische nutrition+ mit ihrem Fokus auf funktionale Milchprodukte. Hier war das Wachstum in der Schweiz sowie in Spanien, Chile und Brasilien besonders erfreulich. Das Ready-to-drink-Segment entwickelte sich im Berichtszeitraum vor allem in der Schweiz, in Spanien und in Belgien sehr erfolgreich und bleibt ein zentraler Wachstumstreiber der Gruppe.

Seit März 2026 bündelt die Emmi Gruppe ihr internationales Premium-Dessertgeschäft unter dem Namen Emmi Desserts. Damit wurde ein wichtiger Meilenstein erreicht. Die Dessertgesellschaften treten heute unter einer gemeinsamen Identität auf und verfolgen eine gemeinsame Wachstumsagenda. Im strategischen Zentrum stehen «better for you»-Desserts, welche Genuss und bewusster Ernährung verbinden. Die bereits realisierten Synergien bestätigen die strategische Logik der Plattform. Entsprechend verschiebt sich der Fokus nun von der Integration zur Skalierung erfolgreicher Konzepte sowie zur Nutzung internationaler Vertriebs- und Wachstumspotenziale.

Gutes Ergebnis in einem angespannten Marktumfeld

Dank ihres dezentralen Geschäftsmodells, hoher Effizienz und Agilität behauptete sich die Emmi Gruppe im ersten Halbjahr 2026 erfolgreich in einem anspruchsvollen Umfeld. Dieses war geprägt von zunehmenden geopolitischen Spannungen, Volatilität und steigenden Inputkosten – insbesondere bei Verpackungsmaterialien –, einem starken Schweizer Franken sowie einer zurückhaltenden Konsumstimmung in vielen relevanten Märkten. Beschaffungsinitiativen, Produktivitätssteigerungen sowie verantwortungsvolle Preiserhöhungen konnten diesen Effekten jedoch entgegenwirken. Der **Bruttogewinn** stieg überproportional zum Nettoumsatz um 4.4 % auf CHF 948.9 Millionen (H1 2025: CHF 908.7 Millionen) und die **Bruttogewinnmarge** erhöhte sich dabei auf 40.8 % (H1 2025: 40.0 %). Diese positive Entwicklung reflektiert die kontinuierlich fortschreitende Portfoliotransformation in Premium-Nischen sowie operative Fortschritte im Ausland. Der **Betriebsaufwand** belief sich auf CHF 724.2 Millionen (H1 2025: CHF 690.3 Millionen). Diese Zunahme steht hauptsächlich im Zusammenhang mit gestiegenen Personal- und Logistikkosten.

Dank der guten operativen Leistung konnte das **EBITDA** auf CHF 230.7 Millionen (H1 2025: CHF 223.1 Millionen) zulegen. Gleichzeitig verbesserte sich die **EBITDA-Marge** auf 9.9 % (H1 2025: 9.8 %). Die Abschreibungen und Amortisationen bewegten sich mit CHF 78.5 Millionen leicht über dem Vorjahr (CHF 77.7 Millionen). Das **EBIT** stieg auf CHF 152.3 Millionen (H1 2025: CHF 145.4 Millionen), mit einer **EBIT-Marge** von 6.6 % (H1 2025: 6.4 %).

Das Finanzergebnis (Nettofinanzaufwand) verbesserte sich gegenüber der Vorjahresperiode auf CHF 16.6 Millionen (H1 2025: CHF 20.7 Millionen). Wesentlicher Treiber war das gegenüber dem Vorjahr deutlich verbesserte Fremdwährungsergebnis. Der Gewinn inklusive Minderheitsanteile betrug CHF 113.2 Millionen gegenüber CHF 103.9 Millionen in der Vorjahresperiode und konnte damit um deutliche CHF 9.3 Millionen gesteigert werden. Die **Minderheitsanteile** am Gewinn beliefen sich auf CHF 12.3 Millionen gegenüber CHF 6.7 Millionen in der Vorjahresperiode. Die Zunahme reflektiert die insgesamt höhere Profitabilität der Gesellschaften mit Minderheitsanteilen, wobei insbesondere Brasilien, Mexiko und Chile zu dieser Entwicklung beitrugen.

Die Emmi Gruppe erzielte einen **Reingewinn** von CHF 100.9 Millionen (H1 2025: CHF 97.2 Millionen), was einer unveränderten **Reingewinnmarge** von 4.3 % entspricht.

Starker Cashflow und steigender ROIC

Dank einem erneut starken Geldfluss aus der Betriebstätigkeit verringerte sich der **Nettoverschuldungsgrad** (Nettoverschuldung im Verhältnis zum annualisierten EBITDA) trotz der Dividendenzahlung im ersten Halbjahr planmässig von 1.79 per 31. Dezember 2025 auf 1.73 per 30. Juni 2026. Die **Kapitalrendite (ROIC)** erhöhte sich per 30. Juni 2026 auf 7.9 % gegenüber 7.6 % im Geschäftsjahr 2025. Diese Verbesserung ist auf die höhere Profitabilität bei gleichzeitig leicht tieferem durchschnittlich investiertem Kapital zurückzuführen.

Wachstum durch Innovationskraft

Emmi stellt in ihrer Innovationsstrategie die Konsumentenbedürfnisse ins Zentrum und richtet ihre Produktneuheiten gezielt an globalen Megatrends wie Gesundheit, Genuss, Natürlichkeit und Funktionalität aus. Mit der Einführung des Emmi Matcha Latte im März 2026 hat die Emmi Gruppe im Ready-to-drink-Segment erneut ihre Innovationskraft unterstrichen. Der laktosefreie Drink, der den globalen Matcha-Trend mit Schweizer Milch kombiniert, ist mittlerweile in der Schweiz, in Deutschland, Österreich, Spanien und Belgien erhältlich. Gleichzeitig baut Emmi ihr Portfolio im Wachstumsmarkt der funktional-natürlichen Milchprodukte mit der strategischen Plattform nutrition+ konsequent international aus.

Mit Verantwortung für Gesellschaft, Mitarbeitende und Umwelt

Emmi richtet ihre Nachhaltigkeitsstrategie darauf aus, Lösungen mit messbarem Umwelt- und Gesellschaftsnutzen zu entwickeln und gleichzeitig die Wettbewerbsfähigkeit zu stärken. Am gruppenweiten Nachhaltigkeitstag 2026 wurden drei besonders wirkungsvolle Projekte ausgezeichnet. Emmi Caffè Latte für die Verpackungsinnovation des neu zu 100 % recyclingfähigen 230-ml-Bechers aus Monomaterial, Emmi Desserts für ihr kontinuierliches B Corp Engagement in den Dessert-Gesellschaften in Frankreich, Grossbritannien, Belgien und den Niederlanden sowie die brasilianische Tochtergesellschaft Laticínios Porto Alegre für ihre Pionierleistung in der Kreislaufwirtschaft. Gemeinsam mit lokalen Partnern etablierte sie in einer Region ohne ausgeprägte Recyclinginfrastruktur ein funktionierendes Sammel- und Recyclingsystem für Getränkeverpackungen.

Leicht höhere Umsatzprognose, Bestätigung der Ertragsprognosen 2026

Die Entwicklung im ersten Halbjahr bestätigt die Attraktivität unserer strategischen Ausrichtung. Das anhaltend starke Volumenwachstum, die Fortschritte bei Profitabilität und Kapitalrendite sowie die positive Entwicklung unserer Wachstumsplattformen stimmt die Emmi Gruppe für die zweite Jahreshälfte positiv. Diese Zuversicht stützt sich auf ein diversifiziertes Innovationsportfolio, den Fokus auf Wachstumsmärkte und Premium-Nischen sowie auf Effizienzprogramme und Kostendisziplin.

Gleichzeitig erwartet die Emmi Gruppe, dass die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen – geprägt von geo- und handelspolitischen Spannungen, Volatilität auf den Beschaffungsmärkten, gedämpfter Konsumstimmung und einem starken Schweizer Franken – bestehen bleiben. Ebenso ist in der Schweiz mit einem anhaltenden Importdruck zu rechnen.

Wie in der Ganzjahresprognose antizipiert, wird das organische Wachstum des zweiten Halbjahres durch den tieferen Schweizer Milchpreis und den Wegfall eines Einmaleffektes aus dem Vorjahr belastet. Die beiden Effekte werden das Umsatzwachstum der Emmi Gruppe im Gesamtjahr um insgesamt rund -0.8 % beeinträchtigen (-2.1 % in der Division Schweiz). Während diese beiden Effekte die Umsatzentwicklung im ersten Halbjahr netto noch mit rund 0.4 % stützten (0.9 % in der Division Schweiz), wird die Belastung im zweiten Halbjahr voraussichtlich rund -1.9 % betragen (-4.7 % in der Division Schweiz). Die Emmi Gruppe erwartet, dass die zugrunde liegende Wachstumsdynamik ohne diese temporären Effekte weiterhin erfreulich bleibt.

Auf Basis der heute bekannten Rahmenbedingungen erhöht die Emmi Gruppe ihre Prognose für das organische Wachstum auf Gruppenstufe leicht auf 2.0 % bis 3.0 % (bisher: 1.0 % bis 3.0 %). Die Erwartungen für das EBIT von CHF 335 bis CHF 355 Millionen sowie die Reingewinnmarge von 4.8 % bis 5.3 % bleiben unverändert.

Für die Division Schweiz hebt Emmi die Prognose auf Basis der starken Wachstumsdynamik im ersten Halbjahr auf -1 % bis 1 % an (bisher: -2 % bis 0 %). Die Erwartungen für die Divisionen Americas (4 % bis 6 %) und Europa (2 % bis 4 %) bleiben hingegen unverändert.

Prognosen

	Prognose 2026	Mittelfristige Prognose (unverändert)
Organisches Umsatzwachstum		
Gruppe	2.0 % bis 3.0 % (bisher: 1.0 % bis 3.0 %)	2.0 % bis 3.0 %
Division Schweiz	-1.0 % bis 1.0 % (bisher: -2.0 % bis ±0.0 %)	0.0 % bis 1.0 %
Division Americas	4.0 % bis 6.0 % (unverändert)	4.0 % bis 6.0 %
Division Europa	2.0 % bis 4.0 % (unverändert)	1.0 % bis 3.0 %
EBIT	CHF 335 Mio. bis CHF 355 Mio. (unverändert)	
Reingewinnmarge	4.8 % bis 5.3 % (unverändert)	5.5 % bis 6.0 %
Kapitalrendite (ROIC)		10.0 %
Dividendenpolitik		Ausschüttungsquote 35 % bis 45 %, jährlicher Anstieg in CHF

Emmi veröffentlicht am 27. Januar 2027 um 07:00 Uhr den Jahresumsatz 2026 und am 3. März 2027 um 07:00 Uhr das Jahresergebnis 2026 mit der Prognose für das Geschäftsjahr 2027.

Downloadmaterial und weitere Informationen

- [Emmi Halbjahresbericht 2026](#)
- [Alternative Performancekennzahlen](#)
- [Präsentation zum Halbjahresergebnis 2026](#)
- [Emmi Media Corner](#)

Kontakte

Medien

Gisela Heel, Head Corporate Communications | 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.