

Medienmitteilung

Ad hoc-Mitteilung gemäss Art. 53 KR

Emmi mit gutem organischen Wachstum und Stärkung ihrer strategischen Märkte und Nischen

Luzern, 24. Januar 2025 – Die Emmi Gruppe verzeichnete im Geschäftsjahr 2024 ein gutes, volumengetriebenes organisches Wachstum von 2.4 % und übertraf damit die eigene Prognose von 1 % bis 2 %. Das breit abgestützte organische Wachstum reflektiert die konsequente Strategieumsetzung und starke Marktpositionierung mit innovativen Marken und Konzepten in attraktiven Nischen. Dazu trägt auch die ausgewogene geografische Präsenz mit einem attraktiven Produkt- und Kundenportfolio bei. Der Gruppenumsatz 2024 stieg, unter Berücksichtigung der insgesamt positiven Akquisitions- und negativen Währungseffekte, um 2.5 % auf rekordhohe CHF 4'348.8 Millionen (Vorjahr: CHF 4'242.4 Millionen). Alle Divisionen trugen zum volumengetriebenen Wachstum bei, allen voran die wichtigen Märkte Brasilien, Chile, Mexiko und die USA, ebenso wie die strategischen Nischen Ready to Drink-Kaffee mit Emmi Caffè Latte, Premium-Desserts sowie Spezialitätenkäse mit Kaltbach und das Ziegenmilchpulvergeschäft in den Niederlanden. Zur Stärkung ihrer strategischen Märkte und Nischen tätigte Emmi drei Akquisitionen mit der Mademoiselle Desserts Gruppe, Verde Campo und Hochstrasser. Emmi bestätigt die Prognose 2024 zu EBIT und Reingewinnmarge.

Zudem schlägt der Verwaltungsrat der Emmi AG Rebekka Iten und Christian Troxler für die Nachfolge der anlässlich der Generalversammlung vom 10. April 2025 nicht mehr kandidierenden Verwaltungsräte Diana Strebel und Werner Weiss vor.

- Starker Umsatz mit breit abgestütztem, vollumfänglich volumengetriebenem organischem Wachstum von 2.4 %; Akquisitionseffekt 2.5 %; Währungseffekt -2.4 %
- Alle Divisionen mit gutem organischem Wachstum: Americas mit 3.7 % und Europa mit 5.5 % übertrafen eigene Erwartungen, Schweiz lag mit 0.3 % innerhalb Bandbreite
- Starkes Umsatzwachstum der wichtigen Märkte Brasilien, Chile, Mexiko und die USA sowie in den strategischen Nischen Ready to Drink-Kaffee, Premium-Desserts und Spezialitätenkäse
- Emmi Caffè Latte und Kaltbach Käse mit einem erfreulichen Wachstum
- Stärkung der strategischen Märkte und Nischen und Fortführung der kontinuierlichen Portfoliotransformation mittels der Akquisition von Mademoiselle Desserts, Verde Campo und Hochstrasser
- Bestätigung der Prognose 2024 zu EBIT und Reingewinnmarge im mittleren Bereich der kommunizierten Bandbreite (ohne Mademoiselle Desserts)
- Verwaltungsrat schlägt der Generalversammlung vom 10. April 2025 Rebekka Iten und Christian Troxler als Nachfolger der nicht mehr kandidierenden Verwaltungsräte Diana Strebel und Werner Weiss vor

Die Emmi Gruppe veröffentlicht am 26. Februar 2025 um 7.00 Uhr das Jahresergebnis 2024 und die Prognosen für das laufende Geschäftsjahr 2025.

2/6

«Dank einer breit abgestützten Beschleunigung im zweiten Halbjahr erzielte die Emmi Gruppe 2024 ein gutes organisches Wachstum. Das vollumfänglich volumengetriebene organische Wachstum reflektiert die konsequente Strategieumsetzung und starke Marktpositionierung mit innovationsstarken Marken und Konzepten in attraktiven Nischen sowie das ausgewogene Länder- und Produktportfolio. Und allem voran das grosse Engagement unserer Teams, die unsere Konsumentinnen und Konsumenten ins Zentrum ihres Handelns stellen», so Ricarda Demarmels, CEO der Emmi Gruppe.

Gutes volumengetriebenes organisches Wachstum in allen Divisionen

in CHF Millionen	Umsatz 2024	Umsatz 2023	Differenz 2024/2023	Akquisitions- effekt	Währungs- effekt	Wachstum organisch
Division Schweiz	1'771.4	1'762.0	0.5 %	0.2 %	-	0.3 %
Division Americas	1'707.7	1'698.8	0.5 %	1.9 %	-5.1 %	3.7 %
Division Europa	747.7	661.4	13.1 %	9.4 %	-1.8 %	5.5 %
Division Global Trade	122.0	120.2	1.5 %	4.7 %	0.0 %	-3.2 %
Gruppe	4'348.8	4'242.4	2.5 %	2.5 %	-2.4 %	2.4 %

Die Emmi Gruppe steigerte ihren Jahresumsatz in einem anhaltend anspruchsvollen Marktumfeld auf CHF 4'348.8 Millionen (Vorjahr: CHF 4'242.4 Millionen). Das Wachstum von 2.5 % resultierte aus einem organischen Zuwachs von 2.4 %, einem insgesamt positiven Akquisitionseffekt von 2.5 % und einem negativen Währungseffekt von -2.4 %. Das breit abgestützte, volumengetriebene organische Wachstum übertraf die kommunizierte Prognose von 1 % bis 2 %, wozu insbesondere die erfreuliche Wachstumsbeschleunigung im zweiten Halbjahr beitrug. Die positive Umsatzentwicklung ist auf die fokussierte Strategieumsetzung, das robuste Geschäftsmodell, das diversifizierte Marktportfolio und die innovationsstarken Marken zurückzuführen.

Alle Divisionen trugen zum Umsatzwachstum bei, allen voran die wichtigen Märkte Brasilien, Chile, Mexiko und die USA sowie die strategischen Nischen Ready to Drink-Kaffee, Premium-Desserts und Spezialitätenkäse. Die ikonische Marke Emmi Caffè Latte und der höhlengereifte Premiumkäse Kaltbach legten insbesondere aufgrund des guten Momentums in den Auslandsmärkten deutlich zu. Auch die italienischen Dessertgesellschaften entwickelten sich mit ihrem innovationsstarken Portfolio positiv. In der Schweiz vermochte die positive Volumenentwicklung den über das Gesamtjahr betrachtet negativen Milchpreiseffekt zu überkompensieren. Rückläufig entwickelten sich der Umsatz in Tunesien aufgrund der andauernden Milchknappeit sowie der Umsatz mit Regulierungsexporten von Milchpulver aus der Schweiz.

Die Emmi Gruppe setzt ihre Strategie konsequent um und hat im Berichtsjahr ihre Portfolioqualität gezielt weiterentwickelt. Im Geschäftsjahr 2024 tätigte Emmi drei strategische Akquisitionen, um ihre bestehenden Marktpositionen in den strategischen Märkten und Nischen zu stärken und das profitable Wachstum weiter voranzutreiben.

Im Mai 2024 übernahm Laticínios Porto Alegre, die brasilianische Tochtergesellschaft von Emmi, eine Mehrheitsbeteiligung an der Molkerei Verde Campo im Bundesstaat Minas Gerais. Damit stärkt Emmi ihre bestehende Marktposition im Schlüsselmarkt Brasilien um funktionale Premium-Milchprodukte aus hochwertigem Protein mit der innovationsstarken Marke Verde Campo.

3/6

Am 1. Oktober 2024 hat Emmi die renommierte Traditions-Kaffeerösterei Hochstrasser aus Luzern übernommen, um ihre Kaffeekompetenz sowie die innovative Weiterentwicklung ihrer ikonischen Marke Emmi Caffè Latte zu stärken.

Mit der Akquisition der führenden französischen, auf Premium-Pâtisserie spezialisierten Mademoiselle Desserts Gruppe am 3. Oktober 2024 vollzog die Emmi Gruppe die bedeutendste Akquisition des Geschäftsjahrs. Sie ermöglicht Emmi, ihren Kunden als «Category Captain» ein Gesamtsortiment an innovationsstarken Dessertkreationen anzubieten. Mit der neu geschaffenen Dessertorganisation, bestehend aus allen Dessertgesellschaften der Gruppe, verdoppelt Emmi ihren Umsatz in der strategischen Nische Premium-Desserts und nimmt eine führende Position in diesem wachsenden Markt ein.

Die Übernahmen resultierten, in Kombination mit dem Devestitionseffekt aus der Veräusserung der Gläsernen Molkerei im Geschäftsjahr 2023, in einem insgesamt positiven Akquisitionseffekt von 2.5 %. Die netto negativen Währungseffekte von -2.4 % widerspiegeln die Aufwertung des Schweizer Francs insbesondere im Vergleich zum chilenischen Peso, brasilianischen Real, Euro und US-Dollar und vermindern den Umsatz in Schweizer Franken.

Division Schweiz

in CHF Millionen	Umsatz 2024	Umsatz 2023	Differenz 2024/2023	Akquisitions- effekt	Währungs- effekt	Wachstum organisch
Molkereiprodukte	686.7	687.9	-0.2 %	-	-	-0.2 %
Käse	413.5	418.2	-1.1 %	-	-	-1.1 %
Frischprodukte	387.8	382.1	1.5 %	-	-	1.5 %
Frischkäse	112.5	115.2	-2.4 %	-	-	-2.4 %
Pulver/Konzentrate	89.3	82.0	8.9 %	-	-	8.9 %
Übrige Produkte/Dienstleistungen	81.6	76.6	6.5 %	5.9 %	-	0.6 %
Total	1'771.4	1'762.0	0.5 %	0.2 %	-	0.3 %

Die Division **Schweiz** erwirtschaftete ein volumengetriebenes organisches Wachstum von 0.3 % im Rahmen der eigenen Erwartungen und einen Umsatz von CHF 1'771.4 Millionen (Vorjahr: CHF 1'762.0 Millionen). Der von der Branchenorganisation Milch (BO Milch) festgelegte, in der Gesamtjahresbetrachtung leicht tiefere Milchpreis sowie die negativen Volumeneffekte bei Butter belasteten zwar die Umsatzentwicklung im Heimmarkt. Allerdings konnten diese Effekte durch die positive Umsatzentwicklung mit innovationsstarken Markenkonzepten wie Emmi Caffè Latte, Emmi Energy Milk, Aktifit, I'm your meal und Luzerner Rahmkäse kompensiert werden. Mit dem Einsatz von PET-Flaschen bei diversen Emmi Marken wie Emmi Energy Milk oder dem Comella Drink verstärkte Emmi ihr Nachhaltigkeitsengagement im Bereich Kreislaufwirtschaft. Erfreulich entwickelte sich zudem der Umsatz mit Milchpulver im Industriekundengeschäft. Die im Oktober 2024 abgeschlossene Akquisition von Hochstrasser trug als Akquisitionseffekt mit 0.2 % zum Wachstum bei.

4/6

Division Americas

in CHF Millionen	Umsatz 2024	Umsatz 2023	Differenz 2024/2023	Akquisitions- effekt	Währungs- effekt	Wachstum organisch
Käse	660.2	635.2	3.9 %	1.5 %	-4.0 %	6.4 %
Molkereiprodukte	416.4	427.1	-2.5 %	0.9 %	-7.0 %	3.6 %
Frischprodukte	374.1	367.2	1.9 %	3.9 %	-3.6 %	1.6 %
Frischkäse	93.8	98.7	-4.8 %	4.1 %	-7.9 %	-1.0 %
Pulver/Konzentrate	44.1	48.5	-9.1 %	-	-8.1 %	-1.0 %
Übrige Produkte/Dienstleistungen	119.1	122.1	-2.5 %	0.0 %	-4.2 %	1.7 %
Total	1'707.7	1'698.8	0.5 %	1.9 %	-5.1 %	3.7 %

Die Division **Americas** erzielte ein über den eigenen Erwartungen liegendes organisches Wachstum von 3.7 % mit einem Umsatz von CHF 1'707.7 Millionen (Vorjahr: CHF 1'698.8 Millionen). Zur positiven Entwicklung trugen einmal mehr die wichtigen Märkte Brasilien, Chile, Mexiko und die USA bei. In den USA lieferten sowohl lokal verankerte Geschäfte wie die führende Marke im US-Feta-Markt, Athenos, oder Ziegenmilchprodukte der in den USA einzigen nationalen Marke Meyenberg, als auch aus der Schweiz importierte Käsespezialitäten einen wesentlichen Beitrag. Auch der Umsatz mit Premium-Desserts von Emmi Dessert USA legte im zweiten Halbjahr nach dem erwarteten Rückgang im ersten Halbjahr wieder zu. Ebenfalls sehr erfreulich entwickelte sich der Umsatz in der strategischen Nische Ready to Drink-Kaffee mit Kaiku Caffè Latte in Spanien. Die Milchknappheit in Tunesien hemmte hingegen das Wachstum der Division. Das im Mai 2024 erworbene Unternehmen Verde Campo trug als Akquisitionseffekt zur Umsatzsteigerung bei, allerdings dämpften stark negative Währungseffekte die Umsatzentwicklung.

Division Europa

in CHF Millionen	Umsatz 2024	Umsatz 2023	Differenz 2024/2023	Akquisitions- effekt	Währungs- effekt	Wachstum organisch
Frischprodukte	483.4	362.9	33.2 %	31.9 %	-2.0 %	3.3 %
Käse	126.3	124.4	1.5 %	-0.7 %	-1.9 %	4.1 %
Frischkäse	50.0	46.3	7.9 %	-0.8 %	-2.2 %	10.9 %
Pulver/Konzentrate	43.6	35.3	23.6 %	-0.2 %	-2.5 %	26.3 %
Molkereiprodukte	9.6	55.8	-82.7 %	-87.9 %	-0.3 %	5.5 %
Übrige Produkte/Dienstleistungen	34.8	36.7	-5.2 %	-8.9 %	-1.9 %	5.6 %
Total	747.7	661.4	13.1 %	9.4 %	-1.8 %	5.5 %

Die Division **Europa** wies ein starkes organisches Wachstum von 5.5 % aus, das deutlich über den eigenen Erwartungen lag. Emmi Caffè Latte insgesamt und insbesondere in Grossbritannien, die italienischen Dessertspezialitäten und Kaltbach Käse in Deutschland, den Niederlanden und Grossbritannien legten ebenso zu wie der Umsatz mit Ziegenmilchpulver und -frischkäse in den Niederlanden. Unter Berücksichtigung der insgesamt positiven Akquisitions- und negativen Währungseffekte stieg der Umsatz insgesamt um 13.1 % auf CHF 747.7 Millionen (Vorjahr: CHF 661.4 Millionen). Der Akquisitionseffekt von Mademoiselle Desserts überkompensierte den Devestitionseffekt aus der Veräusserung der Gläsernen Molkerei im Geschäftsjahr 2023 somit deutlich.

Division Global Trade

in CHF Millionen	Umsatz 2024	Umsatz 2023	Differenz 2024/2023	Akquisitions- effekt	Währungs- effekt	Wachstum organisch
Käse	61.9	64.0	-3.3 %	-	-	-3.3 %
Frischprodukte	40.3	34.9	15.1 %	6.1 %	-	9.0 %
Pulver/Konzentrate	15.8	19.1	-17.0 %	-	-	-17.0 %
Molkereiprodukte	0.9	1.0	-13.1 %	12.4 %	-	-25.5 %
Frischkäse	0.7	-	-	-	-	-
Übrige Produkte/Dienstleistungen	2.4	1.2	92.4 %	233.5 %	-	-141.1 %
Total	122.0	120.2	1.5 %	4.7 %	-	-3.2 %

Die Division **Global Trade** erwirtschaftete einen Umsatz von CHF 122.0 Millionen (Vorjahr: CHF 120.2 Millionen). Bereinigt um den Akquisitionseffekt aus der Verschiebung von Distributionskanälen von der Division Europa zur Division Global Trade ging der Umsatz organisch um 3.2 % zurück. Der Umsatzbeitrag aus dem Export von Frischprodukten, wie Joghurts nach Nordeuropa, erhöhte sich jedoch deutlich. Hingegen war der Umsatz mit Regulierungsexporten von Magermilchpulver aus der Schweiz rückläufig.

Kontinuität in Aufsicht und Führung

Im Sinne der strategischen Nachfolgeplanung besetzte die Emmi Gruppe die CFO-Position mit Oliver Wasem aus den eigenen Reihen. Er übernahm die Funktion per 1. Juli 2024.

Der Verwaltungsrat der Emmi AG schlägt der Generalversammlung vom 10. April 2025 Rebekka Iten und Christian Troxler als Nachfolge für Diana Strebel und Werner Weiss vor, die sich an der kommenden Generalversammlung nicht mehr zur Wiederwahl stellen. Der Verwaltungsrat bedankt sich bei Diana Strebel für ihr grosses Engagement zu Gunsten von Emmi in den letzten 13 Jahren, in denen sie neben ihrer Tätigkeit als VR-Mitglied auch viele Jahre den Marktausschuss erfolgreich geführt und Emmi strategisch mitgeprägt hat. Ein grosser Dank gebührt auch Werner Weiss für seine engagierte Mitarbeit. Er kann, aufgrund der Amtszeitbeschränkungsregelung innerhalb der ZMP, dem Verwaltungsrat von Emmi künftig nicht mehr zur Verfügung stehen.

Rebekka Iten ist eine ausgewiesene internationale Führungspersönlichkeit mit breiter Erfahrung in den Bereichen Konsumgüter, Strategie, Marketing, Verkauf, Innovationsmanagement, M&A und Transformation grosser Organisationseinheiten sowie Digitalisierung. Ihre Expertise in wichtigen Zielmärkten von Emmi wird den Verwaltungsrat bereichern.

Christian Troxler ist selbständiger Meisterlandwirt und Milchproduzent. Er bewirtschaftet einen modernen Hof, ist seit 2023 ZMP-Vorstandsmitglied, engagiert sich zudem als Vorstandsmitglied bei der Sortenorganisation Emmentaler Switzerland und nimmt weitere Führungsaufgaben im landwirtschaftlichen Umfeld wahr. Er ist durch seine Tätigkeiten politisch gut vernetzt und versteht die Milch- und Agrarwirtschaft in der Tiefe.

6/6

Bestätigung der Ertragsprognosen für 2024

Emmi erwartet auf Basis der erzielten Umsätze und ohne Berücksichtigung der Effekte aus der Akquisition von Mademoiselle Desserts einen EBIT und eine Reingewinnmarge im mittleren Bereich der im Februar 2024 kommunizierten Bandbreiten (EBIT von CHF 295 bis 315 Millionen; Reingewinnmarge von 5.0 % bis 5.5 %).

Die nicht in der Prognose vom Februar 2024 enthaltenen aber bei der Übernahme geplanten und nicht liquiditätswirksamen Effekte aus der Kaufpreisallokation überkompensieren die erfreulichen und der internen Planung entsprechenden operativen Ergebnisse der Mademoiselle Desserts Gruppe. Diese beinhalten unter anderem einen einmaligen negativen Bruttogewinneinfluss von rund CHF 15 Millionen als Konsequenz der aufgrund von Rechnungslegungsvorschriften notwendigen Aufwertung der Vorräte in der Eröffnungsbilanz von Mademoiselle Desserts, was beim Abverkauf dieser Vorräte im vierten Quartal 2024 zu einer tieferen Marge führte. Insgesamt belastet die Akquisition von Mademoiselle Desserts aufgrund dieser Effekte den EBIT der Emmi Gruppe 2024 mit zwischen CHF 5 und 8 Millionen.

Die Emmi Gruppe veröffentlicht am 26. Februar 2025 um 7:00 Uhr das Jahresergebnis 2024 und die Prognosen für das laufende Geschäftsjahr 2025.

Downloadmaterial und weitere Informationen

- [Medienmitteilung zum Halbjahresergebnis 2024](#)
- [Alternative Performancekennzahlen](#)
- [Bild Rebekka Iten](#)
- [CV Rebekka Iten](#)
- [Bild Christian Troxler](#)
- [CV Christian Troxler](#)
- [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 Markenkonzepthen wie Emmi Caffè Latte oder Kaltbach Käse hat sich Emmi zu einer international tätigen, börsennotierten Unternehmensgruppe (EMMN) mit einer starken lokalen Präsenz in 15 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 72 eigenen Produktionsstandorten in 13 Ländern her. Mit rund 12'000 Mitarbeitenden, von denen rund 75 % ausserhalb der Schweiz tätig sind, erwirtschaftete die Emmi Gruppe 2024 einen Umsatz von CHF 4.3 Milliarden.