

## Medienmitteilung

*Ad hoc-Mitteilung gemäss Art. 53 KR*

# Emmi setzt Wachstumsdynamik fort und überzeugt mit Innovationskraft

- **Sehr gutes organisches Wachstum von 4.3 % mit positiver Volumenentwicklung übertrifft eigene Wachstumsziele**
- **Fokussierte Wachstumsstrategie auf attraktive Märkte und Nischen mit innovativen Konzepten bewährt sich in herausforderndem Marktumfeld**
- **Erfreuliches Umsatzwachstum in Wachstumsmärkten Brasilien, Chile und Mexiko, im Heimmarkt Schweiz sowie in strategischen Nischen Ready-to-drink-Kaffee mit Emmi Caffè Latte, Premium-Desserts und Spezialitätenkäse**
- **Positive Akquisitionseffekte von 7.9 % durch Übernahmen; planmässiger Verlauf der Integrationsprozesse**
- **Gruppenumsatz wächst um 9.1 % auf CHF 4'745.7 Millionen dank starkem organischem und akquisitorischem Wachstum, negative Währungseffekte von 3.1 %**
- **Neue strategische Wachstumsplattform: Mit «nutrition+» ergänzt Emmi ihre bestehenden Nischen und richtet sich noch stärker auf den Konsumenten-Megatrend Gesundheit aus.**
- **Bestätigung der Ertragsprognosen für EBIT und Reingewinnmarge unverändert am unteren Ende der jeweiligen Bandbreite**

Luzern, 29. Januar 2026 – Die Emmi Gruppe konnte die kontinuierliche Wachstumsdynamik aus den Vorjahren fortsetzen und erzielte im Geschäftsjahr 2025 in einem herausfordernden Marktumfeld ein starkes, regional breit abgestütztes organisches Wachstum von 4.3 %. Die im August 2025 bereits angehobene Prognose von 2 % bis 3 % wurde damit übertroffen. Das gute, volumengetriebene organische Wachstum war von einem erneut starken Heimmarkt Schweiz sowie von den wichtigen Wachstumsmärkten Brasilien, Chile und Mexiko getragen. Die strategischen und innovationsstarken Nischen Ready-to-drink-Kaffee mit Emmi Caffè Latte, Premium-Desserts und Spezialitätenkäse erzielten sehr erfreuliche Wachstumsraten.

Insgesamt konnte die Emmi Gruppe ihren Umsatz um 9.1 % auf CHF 4'745.7 Millionen (Vorjahr: CHF 4'348.8 Millionen) steigern. Neben dem sehr guten organischen Wachstum steuerten positive Akquisitionseffekte zusätzlich 7.9 % zum Wachstum bei. Demgegenüber standen negative Währungseinflüsse in Höhe von 3.1 %. Diese positive Umsatzentwicklung unterstreicht den Erfolg der konsequent umgesetzten Wachstumsstrategie der Emmi Gruppe und ihre hohe Innovationskraft. Der Fokus liegt auf einer ausgewogenen geografischen Präsenz in dynamischen Wachstumsmärkten sowie auf einer starken Positionierung in attraktiven Nischen mit innovativen Konzepten, die auf relevante Kunden- und Konsumentenbedürfnisse ausgerichtet sind.

Die Integration der 2024 akquirierten Mademoiselle Desserts Gruppe und der Aufbau des Emmi Desserts PowerHouse verlaufen planmäßig. Die neue Organisation ist stark aufgestellt und realisiert erste Synergieerfolge in der Go-to-Market-Strategie in Europa und in den USA. Mit ihrem innovativen Dessertportfolio ist die Emmi Gruppe gut positioniert, um vom globalen Megatrend Genuss und dem strukturell wachsenden Markt zu profitieren. Die strategische Nische Premium-Desserts leistete einen starken Wachstumsbeitrag und unterstreicht damit die Bedeutung des Dessertgeschäfts für die Emmi Gruppe.

2/6

Dank des resilienten dezentralen Geschäftsmodells, Effizienzprogrammen und hoher Kostendisziplin entlang der gesamten Wertschöpfungskette konnte Emmi die negativen Auswirkungen der im Berichtsjahr 2025 belastenden Währungseffekte und der zusätzlich erhobenen US-Zölle weitgehend kompensieren und bestätigt die Prognosen für EBIT und Reingewinnmarge unverändert am unteren Ende der jeweiligen Bandbreite. An der Mittelfristprognose hält Emmi ebenfalls unverändert fest.

### **Einführung der neuen strategischen Plattform nutrition+**

Gesundheit und Genuss zählen zu den prägenden globalen Konsumenten-Megatrends. Mit ihrem innovativen Milchprodukteportfolio und einem starken Dessertgeschäft ist Emmi einzigartig positioniert, um beide Trends gezielt zu bedienen.

Ab dem Geschäftsjahr 2026 stärkt die Emmi Gruppe ihre Ausrichtung auf Gesundheit mit der Einführung der strategischen Plattform **nutrition+**. Milchprodukte übernehmen aufgrund ihrer Natürlichkeit, hohen Nährstoffdichte, ihrer hochwertigen Proteine und häufig durch ihre Fermentation eine zentrale Rolle in einer gesunden Ernährung. Gestützt auf ihre Innovationskraft, ihren Qualitätsanspruch und ihre Expertise mit funktionalen Milchprodukten – von hochwertigen Proteinlösungen über Trinkmahlzeiten bis hin zu Produkten mit funktionalem Zusatznutzen oder natürlichen, einfachen Rezepturen und laktosefreien Optionen – baut Emmi ein weiteres Wachstumsfeld aus.

«Emmi orientiert sich konsequent an den Bedürfnissen der Konsumentinnen und Konsumenten. Mit der neuen strategischen Nische **nutrition+** stärken wir unsere Ausrichtung auf den Konsumenten-Megatrend Gesundheit und ergänzen unsere bestehenden Nischen gezielt. Damit ist Emmi entlang ihrer bewährten Kompetenzen und zukünftigen Wachstumsfeldern gut positioniert, und stärkt ihr Wachstumsprofil, wie unsere anhaltende Wachstumsdynamik belegt», so Ricarda Demarmels, CEO der Emmi Gruppe.

### **Emmi Gruppe**

| in CHF Millionen                 | Umsatz 2025    | Umsatz 2024    | Differenz 2025/2024 | Akquisitions-effekt | Währungs-effekt | Wachstum organisch |
|----------------------------------|----------------|----------------|---------------------|---------------------|-----------------|--------------------|
| Division Schweiz                 | 1'845.4        | 1'771.4        | 4.2 %               | 0.8 %               | -               | 3.4 %              |
| Division Americas                | 1'727.2        | 1'707.7        | 1.1 %               | 1.4 %               | -6.7 %          | 6.4 %              |
| Division Europa                  | 1'047.2        | 747.7          | 40.1 %              | 41.2 %              | -2.5 %          | 1.4 %              |
| Division Global Trade            | 125.9          | 122.0          | 3.2 %               | -2.3 %              | -0.1 %          | 5.6 %              |
| <b>Total Emmi Gruppe</b>         | <b>4'745.7</b> | <b>4'348.8</b> | <b>9.1 %</b>        | <b>7.9 %</b>        | <b>-3.1 %</b>   | <b>4.3 %</b>       |
|                                  |                |                |                     |                     |                 |                    |
| Frischprodukte                   | 1'631.7        | 1'285.6        | 26.9 %              | 24.6 %              | -2.7 %          | 5.0 %              |
| Käse                             | 1'299.1        | 1'261.9        | 3.0 %               | 0.5 %               | -3.8 %          | 6.3 %              |
| Molkereiprodukte                 | 1'120.4        | 1'113.6        | 0.6 %               | 0.2 %               | -2.0 %          | 2.4 %              |
| Frischkäse                       | 261.0          | 257.0          | 1.5 %               | 1.2 %               | -4.5 %          | 4.8 %              |
| Pulver/Konzentrate               | 192.9          | 192.8          | 0.0 %               | -                   | -3.1 %          | 3.1 %              |
| Übrige Produkte/Dienstleistungen | 240.6          | 237.9          | 1.1 %               | 5.7 %               | -4.2 %          | -0.4 %             |
| <b>Total Emmi Gruppe</b>         | <b>4'745.7</b> | <b>4'348.8</b> | <b>9.1 %</b>        | <b>7.9 %</b>        | <b>-3.1 %</b>   | <b>4.3 %</b>       |

3/6

Die **Emmi Gruppe** ist allen handels- und währungspolitischen Herausforderungen zum Trotz deutlich gewachsen. Sämtliche Divisionen haben zur anhaltenden Wachstumsdynamik und zum gestiegenen Nettoumsatz von 9.1 % auf CHF 4'745.7 Millionen (Vorjahr: CHF 4'348.8 Millionen) beigetragen. Die gute Umsatzentwicklung ist neben einem volumengetriebenen organischen Wachstum von 4.3 %, zu dem erfreulicherweise alle Divisionen beitrugen, auch auf positive Akquisitionseffekte von insgesamt 7.9 % zurückzuführen. Allen voran hat die Mademoiselle Desserts Gruppe, aber auch Hochstrasser und Verde Campo, die im Jahr 2024 übernommen wurden, sowie The English Cheesecake Company, die seit November 2025 konsolidiert wird, zu dem akquisitorischen Wachstum beigetragen. Negative Währungseffekte aus der Aufwertung des Schweizer Frankens, vor allem gegenüber den für Emmi wichtigen Währungen US-Dollar, brasilianischer Real und Euro sowie mexikanischer und chilenischer Peso, belasteten die Umsatzentwicklung mit 3.1 %.

### Division Schweiz

| in CHF Millionen                 | Umsatz 2025    | Umsatz 2024    | Differenz 2025/2024 | Akquisitions-effekt | Währungs-effekt | Wachstum organisch |
|----------------------------------|----------------|----------------|---------------------|---------------------|-----------------|--------------------|
| Molkereiprodukte                 | 694.4          | 686.7          | 1.1 %               | -                   | -               | 1.1 %              |
| Käse                             | 447.7          | 413.5          | 8.3 %               | -                   | -               | 8.3 %              |
| Frischprodukte                   | 409.5          | 387.8          | 5.6 %               | -                   | -               | 5.6 %              |
| Frischkäse                       | 118.1          | 112.5          | 5.0 %               | -                   | -               | 5.0 %              |
| Pulver/Konzentrate               | 85.3           | 89.3           | -4.4%               | -                   | -               | -4.4 %             |
| Übrige Produkte/Dienstleistungen | 90.4           | 81.6           | 10.7 %              | 16.3 %              | -               | -5.6 %             |
| <b>Total</b>                     | <b>1'845.4</b> | <b>1'771.4</b> | <b>4.2 %</b>        | <b>0.8 %</b>        | -               | <b>3.4 %</b>       |

Emmi steigerte ihren Umsatz im Heimmarkt **Schweiz** um 4.2 % auf CHF 1'845.4 Millionen (Vorjahr: CHF 1'771.4 Millionen). Dank starker Markenkonzepte und relevanter Innovationen entlang der sich verändernden Konsumbedürfnisse ist es gelungen, mit einem organischen Wachstum von 3.4 % die Umsatzziele (0 %–1 %) zu übertreffen. Damit wurde die über die letzten zwei Jahre hinweg kontinuierlich beschleunigte Wachstumsdynamik weiter fortgesetzt. Zentrale Treiber dieser guten Entwicklung waren positive Volumeneffekte und ein über das Gesamtjahr betrachtet höherer Milchpreis. Besonders hoch war die Konsumentennachfrage nach ikonischen Markenkonzepten wie Emmi Caffè Latte, Emmi Energy Milk, Luzerner Rahmkäse oder Emmi good day und nach den Produktinnovationen wie Emmi I'm your meal oder dem neuen Emmi High Protein Water. Zudem führte ein zeitlich limitierter Auftrag zu einem positiven Einmaleffekt im zweiten Halbjahr 2025. Auch ohne diesen hat die Division Schweiz ein starkes organisches Wachstum von rund 1.8 % erreicht und damit die eigene Prognose übertroffen.

4/6

## Division Americas

| in CHF Millionen                 | Umsatz 2025    | Umsatz 2024    | Differenz 2025/2024 | Akquisitions-effekt | Währungs-effekt | Wachstum organisch |
|----------------------------------|----------------|----------------|---------------------|---------------------|-----------------|--------------------|
| Käse                             | 657.5          | 660.2          | -0.4 %              | 1.0 %               | -7.1 %          | 5.7 %              |
| Molkereiprodukte                 | 411.5          | 416.4          | -1.2 %              | 0.7 %               | -5.5 %          | 3.6 %              |
| Frischprodukte                   | 384.2          | 374.1          | 2.7 %               | 3.1 %               | -5.2 %          | 4.8 %              |
| Frischkäse                       | 105.8          | 93.8           | 12.7 %              | 3.4 %               | -11.6 %         | 20.9 %             |
| Pulver/Konzentrate               | 52.6           | 44.1           | 19.2 %              | -                   | -11.9 %         | 31.1 %             |
| Übrige Produkte/Dienstleistungen | 115.6          | 119.1          | -3.0 %              | -                   | -8.0 %          | 5.0 %              |
| <b>Total</b>                     | <b>1'727.2</b> | <b>1'707.7</b> | <b>1.1 %</b>        | <b>1.4 %</b>        | <b>-6.7 %</b>   | <b>6.4 %</b>       |

Die Division **Americas** übertraf mit einem volumengetriebenen organischen Wachstum von 6.4 % ihre Wachstumsziele (4 %–6 %). Dank dieser positiven Entwicklung wurden die negativen Währungseffekte nahezu kompensiert. Der Umsatz stieg auf CHF 1'727.2 Millionen (Vorjahr: CHF 1'707.7 Millionen). Ein sehr gutes Umsatzwachstum war vor allem in der Region Lateinamerika mit den dynamischen Wachstumsmärkten Brasilien, Chile und Mexiko zu verzeichnen. Einen wichtigen Umsatzbeitrag lieferten die USA mit lokal hergestellten Marken wie Athenos, der Nummer-1 im Fetabereich, und der national führenden Marke Meyenberg für Ziegenmilchprodukte, während aus der Schweiz importierte Käsespezialitäten von zoll- und wechselkursbedingten Preiserhöhungen beeinträchtigt waren. Erfreulich entwickelten sich die Umsätze in der strategischen Nische Ready-to-drink-Kaffee in Spanien mit Kaiku Caffè Latte sowie bei der brasilianischen Tochtergesellschaft Verde Campo mit innovativen, funktionalen Milchprodukten mit hochwertigem Protein.

## Division Europa

| in CHF Millionen                 | Umsatz 2025    | Umsatz 2024  | Differenz 2025/2024 | Akquisitions-effekt | Währungs-effekt | Wachstum organisch |
|----------------------------------|----------------|--------------|---------------------|---------------------|-----------------|--------------------|
| Frischprodukte                   | 796.8          | 483.4        | 64.8 %              | 62.9 %              | -3.1 %          | 5.0 %              |
| Käse                             | 134.7          | 126.3        | 6.7 %               | 3.4 %               | -1.9 %          | 5.2 %              |
| Pulver/Konzentrate               | 42.3           | 43.6         | -3.0 %              | -                   | -1.6 %          | -1.4 %             |
| Frischkäse                       | 35.9           | 50.0         | -28.2 %             | -0.4 %              | -1.2 %          | -26.6 %            |
| Molkereiprodukte                 | 6.7            | 9.6          | -30.4 %             | -0.2 %              | -1.2 %          | -29.0 %            |
| Übrige Produkte/Dienstleistungen | 30.8           | 34.8         | -11.5 %             | 0.1 %               | -1.5 %          | -10.1 %            |
| <b>Total</b>                     | <b>1'047.2</b> | <b>747.7</b> | <b>40.1 %</b>       | <b>41.2 %</b>       | <b>-2.5 %</b>   | <b>1.4 %</b>       |

Die Division **Europa** erzielte einen Umsatz von CHF 1'047.2 Millionen (Vorjahr: CHF 747.7 Millionen), entsprechend einem Anstieg von 40.1 %, was massgeblich auf die Akquisition und erfolgreiche Integration, der im Oktober 2024 erworbenen Mademoiselle Desserts Gruppe zurückzuführen war. Gleichzeitig wurde ein angesichts der gedämpften Konsumstimmung respektables organisches Wachstum von 1.4 % im Rahmen der eigenen Erwartungen (1 %–3 %) erzielt. Das Premium-Dessertgeschäft war mit einem starken organischen Zuwachs der wichtigste Wachstumstreiber der Division. Auch bei Emmi Caffè Latte setzte sich die Wachstumsdynamik trotz des herausfordernden Marktumfelds in den meisten europäischen Märkten fort. Im Segment Käse erfreuten sich Schweizer Käsespezialitäten, insbesondere in Deutschland und den Niederlanden, einer steigenden Nachfrage. Weniger Umsatz wurde hingegen mit Ziegenmilchfrischkäse und -pulver in den Niederlanden erwirtschaftet, da sich Verzögerungen in der Lieferkette sowie die US-Zölle negativ auswirkten.

5/6

## Division Global Trade

| in CHF Millionen                 | Umsatz<br>2025 | Umsatz<br>2024 | Differenz<br>2025/2024 | Akquisitions-<br>effekt | Währungs-<br>effekt | Wachstum<br>organisch |
|----------------------------------|----------------|----------------|------------------------|-------------------------|---------------------|-----------------------|
| Käse                             | 59.2           | 61.9           | -4.5 %                 | -7.0 %                  | -                   | 2.5 %                 |
| Frischprodukte                   | 41.2           | 40.3           | 2.2 %                  | 2.5 %                   | -0.2 %              | -0.1 %                |
| Pulver/Konzentrate               | 12.7           | 15.8           | -19.6 %                | -                       | -                   | -19.6 %               |
| Molkereiprodukte                 | 7.8            | 0.9            | 820.6 %                | 2.4 %                   | -                   | 818.2 %               |
| Frischkäse                       | 1.2            | 0.7            | 72.6 %                 | 29.1 %                  | -                   | 43.5 %                |
| Übrige Produkte/Dienstleistungen | 3.8            | 2.4            | 59.8 %                 | 9.1 %                   | 0.1 %               | 50.6 %                |
| <b>Total</b>                     | <b>125.9</b>   | <b>122.0</b>   | <b>3.2 %</b>           | <b>-2.3 %</b>           | <b>-0.1 %</b>       | <b>5.6 %</b>          |

Die Division **Global Trade** steigerte mit Direktexporten aus der Schweiz an Kunden in Länder, in denen Emmi keine eigenen Gesellschaften hat, den Umsatz um 3.2 % auf CHF 125.9 Millionen (Vorjahr: CHF 122.0 Millionen). Das organische Wachstum von 5.6 % resultierte zu einem Grossteil aus Entlastungsexporten von Magermilchpulver, Käse, Butter und Rahm aus der Schweiz.

### Emmi bestätigt Ertragsprognosen für 2025

Dank gezielter geografischer Diversifikation in dynamische Wachstumsmärkte und dem klaren Fokus mit relevanten Konzepten auf starke Nischen- und Premiumprodukte hat sich das Geschäftsmodell der Emmi Gruppe im Jahr 2025 erneut als sehr resilient erwiesen. Emmi konnte die negativen Auswirkungen der Währungseffekte und US-Zölle durch das dezentrale Geschäftsmodell, Effizienzprogramme und hohe Kostendisziplin weitgehend kompensieren. Damit zeigt sich Emmi verlässlich und bestätigt die Prognosen für EBIT (CHF 330–350 Millionen) und Reingewinnmarge (4.8 %–5.3 %), wie bereits zur Halbjahresberichterstattung 2025 kommuniziert, unverändert am unteren Ende der jeweiligen Bandbreite. An der Mittelfristprognose hält Emmi ebenso unverändert fest.

Die Emmi Gruppe veröffentlicht am 26. Februar 2026 um 7:00 Uhr das Jahresergebnis 2025 sowie die Prognosen für das laufende Geschäftsjahr 2026.

### Downloadmaterial und weitere Informationen

- [Medienmitteilung zum Halbjahresergebnis 2025](#)
- [Alternative Performancekennzahlen](#)
- [Emmi Media Corner](#)

### Kontakte

#### Medien

Simone Burgener, Spokesperson & Senior Communications Manager | [media@emmi.com](mailto:media@emmi.com)

#### Investoren und Analysten

Oliver Wasem, CFO | [ir@emmi.com](mailto:ir@emmi.com)

6/6

## 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 15 Ländern entwickelt.

Das Geschäftsmodell von Emmi basiert traditionell auf einem sorgsamen 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 73 eigenen Produktionsstandorten in 13 Ländern her. Mit rund 12'800 Mitarbeitenden, von denen rund 75 % ausserhalb der Schweiz tätig sind, erwirtschaftete die Emmi Gruppe 2025 einen Umsatz von CHF 4.7 Milliarden.