

Medienmitteilung

Ad hoc-Mitteilung gemäss Art. 53 KR

Emmi wächst entlang strategischer Prioritäten bei leicht tieferer Profitabilität

Luzern, 18. August 2022 – Die Emmi Gruppe steigert ihren Halbjahresumsatz in einem anhaltend herausforderndem Umfeld um 7.1 % auf CHF 2'016.5 Millionen und sieht sich bestätigt auf ihrem strategischen Kurs. Zum breit abgestützten organischen Wachstum von 5.4 % beigetragen haben primär das Auslandsgeschäft, differenzierte Markenkonzpte wie Emmi Caffè Latte und innovationstarke Desserts sowie die Erholung im Food Service-Geschäft. Fortschritte erzielte Emmi auch bei der Portfolio-Transformation etwa mit der Konsolidierung des Athenos-Geschäfts in den USA sowie beim Engagement für eine nachhaltige Milchwirtschaft mit der Lancierung des Ressourcenprojekts «KlimaStaR Milch». Aufgrund der inputkostenbedingten, zeitlich verzögernd wirkenden Verkaufspreiserhöhungen entwickelte sich der Umsatz stärker als das Betriebsergebnis mit einem EBIT von CHF 108.6 Millionen und einem Reingewinn von CHF 78.1 Millionen. Für das Gesamtjahr rechnet Emmi mit einem inflationsgetriebenen leicht höheren organischen Wachstum von 5 % bis 6 % sowie einem leicht tieferen Ergebnis. Die Mittelfristprognose bleibt unverändert.

- Breit abgestütztes, über den eigenen Erwartungen liegendes Umsatzwachstum von 7.1 %: organisch 5.4 %, akquisitorisch 2.3 % und währungsbedingt -0.6 %
- Starkes organisches, preisgetriebenes Wachstum in den Divisionen Americas (11.8 %) und Europa (6.5 %) – stabile Entwicklung im Heimmarkt Schweiz (0.8 %)
- Anhaltendes Momentum bei Markenkonzpten wie Emmi Caffè Latte und strategischen Nischengeschäften wie italienischen Dessertspezialitäten
- Weitere Fortschritte bei der Portfolio-Transformation mit der Konsolidierung des Athenos-Geschäfts (USA) und dem Verkauf der Ambrosi-Beteiligung (ITA, Juli 2022)
- Massiv höhere Einkaufs- und Logistikkosten dämpfen Bruttogewinnmarge von 35.1 %
- EBIT CHF 108.6 Millionen mit EBIT-Marge von 5.4 %; Reingewinn CHF 78.1 Millionen mit Reingewinnmarge bei 3.9 %
- Angepasste Gesamtjahresprognose mit organischem Wachstum von 5 % bis 6 % (bisher 2.5 % bis 3.5 %) bzw. EBIT von CHF 265 Millionen bis 280 Millionen (bisher CHF 290 Millionen bis 305 Millionen) und einer Reingewinnmarge von 4.5 % bis 5.0 % (bisher 5.0 % bis 5.5 %)

«Das breit abgestützte starke Wachstum in einem beschleunigt herausfordernden Umfeld bestätigt unsere strategische Fokussierung auf ein diversifiziertes Länder- und Produkteportfolio sowie den gezielten Ausbau profitabler Nischen», so Urs Riedener, CEO der Emmi Gruppe.

«Mit differenzierten Markenkonzepthen und einer Palette von Innovationen ist es uns wiederum gelungen, Menschen für unsere Marken und Produkte zu begeistern. Unsere lokal verankerte Organisation hat sich zudem den explodierenden Einkaufskosten sowie den anhaltenden Disruptionen in den Lieferketten mit gezielten Massnahmen entgegengestemmt und wir sehen, dass die eingeleiteten Verkaufspreiserhöhungen ihre Wirkung entfalten. Ich bin zuversichtlich, dass wir unsere für das Gesamtjahr revidierten Ziele erreichen können dank dem Engagement unserer über 9'000 Mitarbeitenden, unserer klaren strategischen Ausrichtung sowie operativer Effizienz und verantwortungsvollen weiteren Preisanpassungen. In der Überzeugung, dass nur ein gemeinsames Vorgehen die negativen Auswirkungen des Klimawandels einzudämmen vermag, werden wir zudem auch weiterhin in die nachhaltige Gestaltung unserer Produkte und Prozesse investieren. Dies bleibt integraler Teil der Strategie von Emmi und stärkt unsere Fähigkeit, langfristig die besten Milchmomente und gemeinsame Wertschöpfung zu schaffen.»

Kennzahlen

in CHF Millionen	1. Halbjahr 2022	1. Halbjahr 2021
Nettoumsatz	2'016	1'884
davon Division Schweiz	808	802
davon Division Americas	798	668
davon Division Europa	348	352
davon Division Global Trade	62	62
Umsatzveränderung in %	7.1	6.2
davon organisches Wachstum in %	5.4	3.7
davon Akquisitionseffekt in %	2.3	3.2
davon Währungseffekt in %	-0.6	-0.7
EBIT	108.6	129.4
in % des Nettoumsatzes	5.4	6.9
Reingewinn	78.1	98.7
in % des Nettoumsatzes	3.9	5.2

Der gesamthaft positive Akquisitionseffekt von 2.3 % ist auf die Akquisition des Athenos-Geschäfts (USA, 1. Dezember 2021) zurückzuführen. Interne Verschiebungen von Distributionskanälen einzelner Kunden führten zudem zu Akquisitions- beziehungsweise Devestitionseffekten in den Divisionen Europa und Global Trade. Auf die Gruppe hatten diese Verschiebungen zwischen einzelnen Divisionen jedoch keinen Einfluss.

In einem von anhaltenden Herausforderungen und massiv höheren Input-, Logistik- und Energiekosten geprägten Umfeld übersteigt der über den eigenen Erwartungen liegende Halbjahresumsatz der Emmi Gruppe mit CHF 2'016.5 Millionen erstmals die Zwei-Milliarden-Schwelle. Treiber für das hohe organische Wachstum von 5.4 % sind primär das Auslandsgeschäft und Wachstumsmärkte wie Brasilien, Mexiko und Tunesien aber auch die USA oder Spanien, die anhaltende Dynamik bei Markenkonzepthen wie Emmi Caffè Latte und den innovationsstarken italienischen Dessertspezialitäten sowie die einsetzende Erholung im Food Service- und Industrie-

kundenbereich. Stellvertretend für die erfolgreiche Ausrichtung auf differenzierte Markenkonzpte und profitable Nischengeschäfte konnte Emmi Caffè Latte in allen europäischen Märkten wiederum deutlich zulegen.

Fortschritte bei der Portfolio-Transformation und Nachhaltigkeit

Mit der erfolgreichen Integration des im Dezember 2021 übernommenen Athenos-Geschäfts, der führenden US-Feta-Marke, erzielte Emmi wiederum Fortschritte bei der Weiterentwicklung des Produkteportfolios im Bereich Spezialitätenkäse. Auch die Stärkung des strategischen Nischengeschäfts mit italienischen Dessertspezialitäten und der Einbindung von Emmi Dessert USA in das italienische Dessertnetzwerk von Emmi kommt weiter voran. Zudem gab Emmi im Juli dieses Jahres den Verkauf ihrer Beteiligung am italienischen Käsespezialisten Ambrosi SpA in Italien bekannt.

Darüber hinaus hat Emmi im Rahmen ihres Nachhaltigkeitsmodells ihr Engagement für eine nachhaltige Gestaltung der Wertschöpfungskette zur Eindämmung der auch für die Milchwirtschaft negativen Auswirkungen des Klimawandels weiter intensiviert. In Zusammenarbeit mit Landwirten, Milchproduzentenorganisationen und Nestlé sowie wissenschaftlichen Partnern hat Emmi die branchenübergreifende Initiative «KlimaStaR Milch» mitinitiiert. An dem Pilotprojekt, das auf eine 20-prozentige Reduktion des Treibhausgasausstosses sowie der Nahrungs- und Flächenkonkurrenz abzielt, nehmen rund 250 landwirtschaftliche Betriebe in der Schweiz teil.

Weitere Fortschritte verzeichnete Emmi auch bei der auf einen netZERO 2050-Reduktionspfad ausgerichteten Umstellung auf erneuerbare Energie. So konnte am Standort der Käserei Studer sowie bei der Tochtergesellschaft Mexideli auf eine klimaneutrale Produktion umgestellt werden. Mit der Inbetriebnahme einer Biomasseheizung in Chile, Wärmepumpen bei Pasticceria Quadrifoglio in Italien und der ressourceneffizienten neuen Käserei in Emmen stehen weitere Meilensteine an.

Umsatzentwicklung: hohes organisches Wachstum im Auslandsgeschäft

Division Schweiz

in CHF Millionen	Umsatz 1. HJ 2022	Umsatz 1. HJ 2021	Differenz 2022/2021	Akquisitions- effekt	Währungs- effekt	Wachstum organisch
Molkereiprodukte	323.0	330.2	-2.2 %	0.0 %	0.0 %	-2.2 %
Käse	182.2	189.2	-3.7 %	0.0 %	0.0 %	-3.7 %
Frischprodukte	177.0	172.4	2.7 %	0.0 %	0.0 %	2.7 %
Frischkäse	52.1	53.0	-1.8 %	0.0 %	0.0 %	-1.8 %
Pulver/Konzentrate	38.3	26.8	42.9 %	0.0 %	0.0 %	42.9 %
Übrige Produkte/Dienstleistungen	35.5	30.2	17.5 %	0.0 %	0.0 %	17.5 %
Total	808.1	801.8	0.8 %	0.0 %	0.0 %	0.8 %

Die Division Schweiz erzielt einen Nettoumsatz von CHF 808.1 Millionen, was einem organischen Wachstum von 0.8 % gegenüber dem Vorjahreswert von CHF 801.8 Millionen entspricht. Einen anhaltend erfreulichen Beitrag haben starke Markenkonzepte wie Emmi Caffè Latte geleistet. Nebst positiven Preiseffekten sorgte auch die einsetzende Erholung des Food Service- und Industriekundengeschäfts nach coronabedingten Einbussen in den Vorjahren für den stabilen Geschäftsgang. Aufgrund der Normalisierung der Einkaufsvolumen und dem Wiedererstarken des Einkaufstourismus im Vergleich zu den von der Pandemie geprägten Vorjahren, verzeichnete das Detailhandelsgeschäft hingegen einen erwarteten Rückgang. Während diese Normalisierung zu einem Rückgang im Segment Käse führte, stiegen wiederum die Absatzmengen von Milchpulver an Industriekunden. Insgesamt beeinflusste auch der anhaltend hohe und durch die Euroabschwächung zusätzlich verstärkte Importdruck die Umsätze im Detailhandelsgeschäft negativ. Der Anteil der Division Schweiz am Konzernumsatz beträgt 40.1 % (42.5 %*).

Division Americas

in CHF Millionen	Umsatz 1. HJ 2022	Umsatz 1. HJ 2021	Differenz 2022/2021	Akquisitions- effekt	Währungs- effekt	Wachstum organisch
Käse	307.1	249.1	23.3 %	17.5 %	3.4 %	2.4 %
Molkereiprodukte	212.3	188.5	12.6 %	0.0 %	-2.5 %	15.1 %
Frischprodukte	159.0	140.2	13.4 %	0.0 %	-0.5 %	13.9 %
Frischkäse	47.1	32.9	43.3 %	0.0 %	10.9 %	32.4 %
Pulver/Konzentrate	19.0	12.5	52.2 %	0.0 %	13.0 %	39.2 %
Übrige Produkte/Dienstleistungen	54.1	44.8	20.5 %	0.7 %	-0.6 %	20.4 %
Total	798.6	668.0	19.6 %	6.6 %	1.2 %	11.8 %

Die Division Americas umfasst die Emmi Gruppengesellschaften in den USA, Brasilien, Spanien, Tunesien, Chile, Mexiko und Kanada. Seit dem 1. Januar 2022 gehören zudem die Gesellschaften in Frankreich der Division Europa an (zuvor Division Americas).¹

In der Division Americas steigt der Umsatz im ersten Halbjahr 2022 von CHF 668.0 Millionen auf CHF 798.6 Millionen. Das Wachstum von insgesamt 19.6 % ist auf das hohe, preisbeeinflusste organische Wachstum von 11.8 % sowie auf die Konsolidierung des Athenos-Geschäfts mit Feta-Spezialitäten in den USA zurückzuführen. Das zweistellige organische Wachstum ist stark mitbeeinflusst von positiven Preiseffekten als direkte Folge der hohen Inputkostensteigerungen und inflationären Entwicklung, allen voran in Brasilien, Mexiko, Tunesien, Spanien und den USA. Der Anteil der Division Americas am Konzernumsatz beträgt 39.6 % (35.5 %*).

¹ Zur besseren Vergleichbarkeit sind die Vorjahreszahlen entsprechend angepasst.

Division Europa

in CHF Millionen	Umsatz 1. HJ 2022	Umsatz 1. HJ 2021	Differenz 2022/2021	Akquisitions- effekt	Währungs- effekt	Wachstum organisch
Frischprodukte	178.7	171.3	4.3 %	0.0 %	-5.7 %	10.0 %
Käse	59.5	78.5	-24.3 %	-8.4 %	-4.5 %	-11.4 %
Molkereiprodukte	50.5	46.4	8.7 %	0.0 %	-6.6 %	15.3 %
Frischkäse	21.3	18.2	17.6 %	0.0 %	-7.2 %	24.8 %
Pulver/Konzentrate	19.6	19.8	-0.9 %	0.0 %	-6.0 %	5.1 %
Übrige Produkte/Dienstleistungen	18.5	17.7	5.1 %	0.0 %	-6.7 %	11.8 %
Total	348.1	351.9	-1.1 %	-1.9 %	-5.7 %	6.5 %

Die Division Europa umfasst die Emmi Gruppengesellschaften in Deutschland, Italien, Niederlande, Frankreich, Grossbritannien und Österreich. Seit dem 1. Januar 2022 gehören die Gesellschaften in Frankreich der Division Europa an (zuvor Division Americas).²

Im ersten Halbjahr 2022 beläuft sich der Umsatz in der Division Europa auf CHF 348.1 Millionen und sinkt aufgrund von negativen Akquisitions- und Währungseffekten um 1.1 % gegenüber den CHF 351.9 Millionen in der Vorjahresperiode. Das organische Wachstum liegt bei 6.5 %, getrieben durch Preiseffekte sowie die Innovationskraft der italienischen Dessertgesellschaften und einer weiterhin positiven Entwicklung von Emmi Caffè Latte in allen europäischen Märkten. Einen negativen Effekt hatte hingegen die Normalisierung der Käseverkäufe im Vergleich zu den pandemiebeeinflussten hohen Vergleichszahlen insbesondere im Thekenbereich sowie verstärkt durch die preis- und wechsellkursbeeinflusste Eintrübung der Nachfrage. Der Anteil der Division Europa am Konzernumsatz beträgt 17.3 % (18.7 %*).

Division Global Trade

in CHF Millionen	Umsatz 1. HJ 2022	Umsatz 1. HJ 2021	Differenz 2022/2021	Akquisitions- effekt	Währungs- effekt	Wachstum organisch
Käse	30.3	25.4	19.5 %	26.0 %	0.0 %	-6.5 %
Frischprodukte	18.2	17.7	2.8 %	0.0 %	0.0 %	2.8 %
Pulver/Konzentrate	11.9	16.8	-29.1 %	0.0 %	0.0 %	-29.1 %
Molkereiprodukte	0.8	1.3	-42.1 %	0.0 %	0.0 %	-42.1 %
Übrige Produkte/Dienstleistungen	0.5	0.7	-27.8 %	0.0 %	0.0 %	-27.8 %
Total	61.7	61.9	-0.4 %	10.6 %	0.0 %	-11.0 %

Die Division Global Trade beinhaltet primär Direktverkäufe und Entlastungsexporte aus der Schweiz an Kunden in Ländern, in denen Emmi keine eigenen Gesellschaften unterhält. Dazu gehören die asiatischen und osteuropäischen Märkte, die meisten südamerikanischen Länder und die Arabische Halbinsel.

In der Division Global Trade resultiert im ersten Halbjahr 2022 ein Umsatz von CHF 61.7 Millionen. Im Vergleich zu den CHF 61.9 Millionen in der Vorjahresperiode entspricht dies einem organischen Rückgang von 11.0 %. Nebst der Einstellung der Lieferungen nach Russland führte insbesondere die antizipierte Normalisierung der pandemiebedingt hohen Entlastungsexporte von

² Zur besseren Vergleichbarkeit sind die Vorjahreszahlen entsprechend angepasst.

Magermilchpulver zu Einbussen. Positiv entwickelte sich hingegen das Segment Frischprodukte mit wachsenden Abverkäufen von Jogurt im asiatischen Raum. Der Anteil der Division Global Trade am Konzernumsatz beträgt 3.0 % (3.3 %*).

Mehr Informationen zur Umsatzentwicklung sind dem [Emmi Halbjahresbericht 2022](#) zu entnehmen.

Deutlich höhere Einkaufs-, Logistik- und Energiekosten dämpfen Profitabilität

Aufgrund der inputkostenbedingten, zeitlich verzögert wirkenden Verkaufspreiserhöhungen entwickelte sich der Umsatz insgesamt stärker als das Betriebsergebnis. Während der Bruttogewinn in absoluten Werten leicht auf CHF 707.4 Millionen ansteigt (CHF 699.8 Millionen*), schlagen sich diese stark negativen Effekte in einer tieferen Bruttogewinnmarge von 35.1 % (37.2 %*) nieder. Haupteinflussfaktoren sind die massiv höheren Rohstoff- und Materialkosten, die durch den Krieg in der Ukraine und die coronabedingte Disruption globaler Lieferketten zusätzlich verstärkt wurden. Verkaufspreisanpassungen und die kontinuierliche Portfolio-Transformation sowie die Intensivierung von Effizienz- und Kostensparprogrammen konnten diese massiv kostentreibenden Effekte in Grenzen halten.

Auch beim Betriebsaufwand, der um CHF 30.5 Millionen auf CHF 545.8 Millionen (CHF 515.3 Millionen*) anstieg, schlugen sich die starken Kostensteigerungen (vor allem Logistik- und Energiekosten) nieder. Diese konnten durch im Verhältnis zum Umsatz tiefere Personal-, Marketing- und Verkaufsaufwendungen kompensiert werden, so dass sich der Betriebsaufwand im Verhältnis zum Umsatz sogar leicht reduzierte.

Einbussen bei der Bruttogewinnmarge konnten damit aber nur teilweise reduziert werden. Entsprechend liegt das Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) von CHF 108.6 Millionen um CHF 20.8 Millionen unter der Vorjahresperiode mit einer EBIT-Marge von 5.4 % (6.9 %*).

Der Unternehmensgewinn inklusive Minderheitsanteile beläuft sich auf CHF 81.0 Millionen gegenüber CHF 107.1 Millionen in der Vorjahresperiode. Nach Abzug der Minderheitsanteile resultiert ein Reingewinn von CHF 78.1 Millionen (CHF 98.7 Millionen*) und eine Reingewinnmarge von 3.9 % (5.2 %*).

Mehr Informationen zur Gewinnentwicklung sind dem [Emmi Halbjahresbericht 2022](#) zu entnehmen.

Unsicherer Ausblick, erwartete Margenstabilisierung

Eine Aufhellung der eingetrübten wirtschaftlichen und geopolitischen Rahmenbedingungen geprägt von Inflation, massiv höheren Input-, Logistik- und Energiekosten sowie dem Krieg in der Ukraine und dem resultierenden Margendruck ist nicht absehbar. Hinzu kommen steigende Risiken einer Lohn-Preis-Spirale sowie bei der Zins-, Währungs- und Pandemieentwicklung. Den grössten Unsicherheitsfaktor stellt die Energieversorgung mit Gas und Strom dar.

Die Verkaufspreiserhöhungen werden im zweiten Halbjahr 2022 weiter Wirkung zeigen. Auch aufgrund der unsicheren Konsumentennachfrage im gesamtwirtschaftlichen Kontext werden diese die Einbussen des ersten Halbjahres 2022 jedoch nicht vollständig kompensieren. Durch die konsequente und disziplinierte Umsetzung der strategischen Prioritäten mit der Fokussierung auf differenzierte Markenkonzeppte, dem Aufbau profitabler Nischen und der Beschleunigung laufender Exzellenz- und Effizienzprogramme sieht sich Emmi auf Kurs, diesen auch im zweiten Halbjahr 2022 andauernden stark negativen Effekten erfolgreich entgegenzuwirken.

Emmi ist strategisch weiterhin gut aufgestellt und hält an ihrer Mittelfristprognose fest. Für das Gesamtjahr 2022 erwartet Emmi auf Gruppenstufe ein von höheren Inputkosten und Inflation getriebenes organisches Wachstum von 5 % bis 6 % (bisher 2.5 % bis 3.5 %). In einem weiterhin wettbewerbsintensiven Markt bei Milchprodukten mit einem von der Euroschwäche zusätzlich verstärkten hohen Import- und Preisdruck inklusive Einkaufstourismus prognostiziert Emmi für die Division Schweiz eine stabile bis leicht wachsende organische Umsatzentwicklung zwischen 0.5 % bis 1.5 % (bisher -1 % und 0 %). Im internationalen Geschäft wird von einer anhaltend dynamischen Entwicklung mit einem organischen Wachstum in der Division Americas von 10 % bis 12 % (bisher 6 % bis 8 %) bzw. in der Division Europa von 6 % bis 8 % (bisher 3 % bis 5 %) ausgegangen.

Auf Stufe EBIT rechnet Emmi aufgrund der widrigen Rahmenbedingungen und anhaltend hohen sowie teilweise weiter steigenden Inputkosten mit einem leicht tieferen Ergebnis von CHF 265 Millionen bis 280 Millionen (bisher CHF 290 Millionen bis 305 Millionen) und einer Reingewinnmarge von 4.5 % bis 5.0 % (bisher 5.0 % bis 5.5 %).

Prognosen Geschäftsjahr 2022

Organische Umsatzentwicklung	
Gruppe	5 % bis 6 % (bisher 2.5 % bis 3.5 %)
Division Schweiz	0.5 % bis 1.5 % (bisher -1 % bis 0 %)
Division Americas	10 % bis 12 % (bisher 6 % bis 8 %)
Division Europa	6 % bis 8 % (bisher 3 % bis 5 %)
EBIT	CHF 265 Millionen bis 280 Millionen (bisher CHF 290 Millionen bis 305 Millionen)
Reingewinnmarge	4.5 % bis 5.0 % (bisher 5.0 % bis 5.5 %)

Mehr Informationen zum Ausblick sind der [Präsentation zum Emmi Halbjahresergebnis 2022](#) zu entnehmen.

Downloadmaterial und weitere Informationen

- [Emmi Halbjahresbericht 2022](#)
- [Alternative Performancekennzahlen](#)
- [Präsentation zum Emmi Halbjahresergebnis 2022](#)
- [Allgemeines Bildmaterial zu Emmi](#)

Kontakte

Media Relations

Simone Burgener, Mediensprecherin | media@emmi.com

Investor Relations

Ricarda Demarmels, 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 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 über 30 eigenen Produktionsstandorten in neun Ländern her. Mit mehr als 9'000 Mitarbeitenden, von denen rund 70 % ausserhalb der Schweiz tätig sind, erwirtschaftete die Emmi Gruppe 2021 einen Umsatz von CHF 3.9 Milliarden.