

STAKEHOLDER GRUPPE	AUSTAUSCHFORMATE	INTERESSEN UND ANLIEGEN
Kunden	<ul style="list-style-type: none"> • Regelmässige Interaktion, zum Beispiel über Key Account Management und Kundendienst • Kundeninterviews, Innovationsworkshops, gemeinsame Ideenfindung im Rahmen von Marketing- und Innovationsinitiativen • Austausch von Best-Practice-Beispielen • Jahresgespräche (CEO/EVP) • Fachaustausch Nachhaltigkeit • Fachmessen und internationale Konferenzen 	<ul style="list-style-type: none"> • Ware zeitgerecht, komplett geliefert • Qualität • Zuverlässigkeit • Innovative Produkte • Erreichen der Nachhaltigkeitsziele
Konsumentinnen und Konsumenten	<ul style="list-style-type: none"> • Konsumentendienst • Marktforschung • Konsumententests • Fokusgruppendifkussionen • Konzepttests • Co-Creation-Workshops 	<ul style="list-style-type: none"> • Qualität • Genuss • Gesunde Ernährung • Preis • Transparenz • Verantwortungsvoller Umgang mit Mensch und Umwelt • Innovationskonzepte & Ideen
Mitarbeitende	<ul style="list-style-type: none"> • Persönlicher Dialog • Intranet, Newsletter, Emmi-TV, Mitarbeitermagazin • Town Halls, Shopfloors • Mitarbeiterbefragungen • Jahresgespräche, Business Reviews • Personalkommission, Betriebsräte • Beurteilung von Aus- und Weiterbildungsprogrammen • Mitarbeiteranlässe 	<ul style="list-style-type: none"> • Löhne und Sozialleistungen • Berufskleidung • Pensionskasse • Anstellungsbedingungen • Kompetenzaufbau, Weiterentwicklung • Führungsqualitäten • Gesundheit, Sicherheit und Wohlbefinden am Arbeitsplatz • Integrität • Arbeit in Teams • Vielfalt • Entwicklung und Gesundheit des Unternehmens, des Bereichs • Neue Produkte • Projekte
Aktionärinnen und Aktionäre	<ul style="list-style-type: none"> • Geschäftsbericht, Halbjahresbericht • Nachhaltigkeitsbericht • Generalversammlung • Präsentationen an Analystenkonferenzen und Roadshows 	<ul style="list-style-type: none"> • Aktienkursentwicklung • Dividendenentwicklung • Finanzielle Performance (Wachstum, Profitabilität, Rentabilität, Cash Flow) • Finanzieller Ausblick • Strategie • Managementeinschätzungen • Beitrag zu ökologischen, sozialen und Governance-Verbesserungen
Lieferanten	<ul style="list-style-type: none"> • Monatlicher Newsletter • Jährliche Produzententagungen • Monatliche Vorstandssitzungen • Enger Austausch mit Emmi-Bauernbotschaftern • Regelmässige Interaktionen mit Produzenten und Bauernorganisationen • Lieferantenbeurteilungen 	<ul style="list-style-type: none"> • Wettbewerbsfähige Milchpreise • Qualitätsanforderungen • Verlässlichkeit • Milchsammlung • Emmis Unternehmenspolitik • Emmis Produktportfolio • Labelanforderungen • Tierwohl, Fütterung, Biodiversität • Stellenwert in Landwirtschaftspolitik • Interessenvertretung
Politische Entscheidungsträger, NGOs und breite Öffentlichkeit	<ul style="list-style-type: none"> • Engagement in Verbänden und Organisationen • Direkte Gespräche mit politischen Meinungsbildnern 	<ul style="list-style-type: none"> • Governance und Compliance • Nachhaltige Milchwirtschaft • Klimawandel und Energiewende • Kreislaufwirtschaft • Bio-Ökonomie • Beitrag zur wirtschaftlichen Prosperität • Arbeitsplätze