

## Medienmitteilung

### Emmi zeigt sich verlässlich und ist strategisch auf Kurs

Luzern, 2. März 2021 – Emmi steigert den Umsatz im anspruchsvollen Geschäftsjahr 2020 um 6.1 % auf CHF 3'706 Millionen und übertrifft mit einem breit abgestützten organischen Wachstum von 1.9 % die eigenen Erwartungen. Ein mit CHF 256.6 Millionen um 5.5 % beziehungsweise bereinigt um Sondereffekte mit CHF 271.2 Millionen um 11.5 % verbessertes Resultat auf Stufe EBIT widerspiegeln das robuste Geschäftsmodell und die konsequente Strategieumsetzung. Der Reingewinn betrug CHF 188.4 Millionen (-3.4 %) oder bereinigt CHF 202.6 Millionen (+3.9 %). Zum guten Ergebnis haben unter anderem das starke Markengeschäft und die auf strategische Nischen ausgerichteten Aktivitäten beigetragen. Auch was die Erreichung der Nachhaltigkeitsziele betrifft, konnte Emmi weitere Fortschritte machen. So verarbeitet Emmi beispielsweise in der Schweiz bereits 93 % nach dem Swissmilk Green-Standard hergestellte Milch. Für 2021 rechnet Emmi trotz anhaltender Unsicherheiten mit einem organischen Wachstum von 1 % bis 2 % und einem leicht steigenden EBIT.

#### In Kürze

- Konzernumsatz übertrifft mit einem organischen Plus von 1.9 % die eigenen Prognosen (0.5 % bis 1.5 %). Akquisitionseffekt 8.7 %, Währungseffekt -4.5 %
- EBIT mit CHF 256.6 Millionen um 5.5 % über Vorjahresperiode, EBIT-Marge 6.9 %. Bereinigt um den Sondereffekt aus dem Verkauf von Lacteos Caprinos S.A. betragen das EBIT CHF 271.2 Millionen (+11.5 %) und die EBIT-Marge 7.3 %.
- Reingewinn sank um 3.4 % auf CHF 188.4 Millionen (Reingewinnmarge 5.1 %); bereinigt nahm dieser um 3.9 % auf CHF 202.6 Millionen zu (bereinigte Reingewinnmarge 5.5 %).
- Stärkung in den Nischen und Emerging Markets durch 2019 und 2020 getätigte Akquisitionen.
- Weitere Fortschritte bei Nachhaltigkeit: CO<sub>2</sub>-Reduktion -24 %\* (Ziel: -25 %), 93 % nachhaltige Schweizer Milch (Ziel: 100 %), Food Waste und Abfall -10 %\* (Ziel: -20 %), 63 %\* der Mitarbeitenden mit einem Entwicklungsplan (Ziel: 100 %)
- Der Verwaltungsrat beantragt eine Dividende von CHF 13.00 pro Namenaktie (Vorjahr: CHF 12.00).
- Ausblick 2021: stabiles organisches Umsatzwachstum von 1 % bis 2 % und leicht steigendes EBIT (CHF 275 Millionen bis 290 Millionen)

\* Provisorische Werte der Zielerreichung per Ende 2020

2/7

«Das erfreuliche Geschäftsergebnis bestätigt uns darin, unseren strategischen Kurs konsequent fortzusetzen und unser bewährtes Geschäftsmodell mit einem diversifizierten Produkte- und Länderportfolio sowie krisenresistenten Markenkonzepten weiter auszubauen. Dass es uns gelungen ist, in diesem aussergewöhnlichen Jahr bei schwierigen Rahmenbedingungen und erheblichen Einbussen im Food Service-Bereich weiter profitabel zu wachsen, ist auch Beleg für das besondere Engagement unserer Mitarbeitenden und die Resilienz unserer Organisation. Da unser langfristiger Erfolg eng mit der Natur verknüpft ist, haben wir uns zudem verpflichtet, unseren CO<sub>2</sub>-Fussabdruck nicht nur weiter zu reduzieren, sondern unsere gesamte Wertschöpfungskette auf einen Netto-Null-Reduktionspfad zu bringen», so Urs Riedener, CEO der Emmi Gruppe.

## Kennzahlen

Beträge in CHF Mio.	2020	2020 bereinigt*	2019 angepasst**
Nettoumsatz	3'706		3'494
Umsatzveränderung in %	6.1		1.1
Organisches Umsatzwachstum in %	1.9		2.2
Akquisitionseffekt*** in %	8.7		0.4
Währungseffekt in %	-4.5		-1.5
Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)	256.6	271.2	243.2
in % vom Nettoumsatz	6.9	7.3	7.0
Reingewinn	188.4	202.6	195.0
in % vom Nettoumsatz	5.1	5.5	5.6
Investitionen in Anlagevermögen (ohne Akquisitionen)	131.4		106.0
in % vom Nettoumsatz	3.5		3.0
Personalbestand (auf Vollzeitbasis) per 31.12.	8'664		7'826

\* Bereinigt um Sondereffekte von CHF 14.6 Millionen beim EBITDA und EBIT beziehungsweise CHF 14.2 Millionen beim Reingewinn. Im Berichtsjahr resultierten diese aus dem Verkauf der Mehrheitsbeteiligung an der Lácteos Caprinos S.A. Im Vorjahr waren keine wesentlichen Sondereffekte aufgetreten.

\*\* Das Vorjahr wurde aufgrund der Änderung der Konsolidierungs- und Bewertungsgrundsätze für Goodwill angepasst.

\*\*\* Die Akquisitionseffekte beim Umsatz sind auf die folgenden Faktoren zurückzuführen:

- + Akquisition Blauschimmelkäse-Produktionsstätte (USA, 28. Februar 2019)
- + Akquisition Leeb Biomilch GmbH und Hale GmbH (Österreich, 8. Oktober 2019)
- + Akquisition Laticínios Porto Alegre Indústria e Comércio S.A. (Brasilien, 24. Oktober 2019)
- + Akquisition Pasticceria Quadrifoglio S.r.l. (Italien, 31. Oktober 2019)
- + Zusammenschluss von Surlat und Quillayes (Chile, 15. Januar 2020)
- + Akquisition Chäs Hütte Zollikon GmbH (Schweiz, 29. Juli 2020)
- + Akquisition Indulge Desserts Gruppe (USA, 6. Oktober 2020)
- Verkauf Emmi Frisch-Service AG (Schweiz, 3. April 2019)
- Verkauf Lácteos Caprinos S.A. (Spanien, 18. Dezember 2020)

3/7

Emmi zeigt sich in der Krise sicher und verlässlich. Der Konzernumsatz beträgt erstmals über CHF 3.7 Milliarden, wovon mehr als CHF 2.0 Milliarden ausserhalb der Schweiz erwirtschaftet wurden. Die positive Umsatzentwicklung bestätigt die Robustheit des Emmi Geschäftsmodells, die Ausgewogenheit des Sortiment- und Länderportfolios sowie die Anpassungsfähigkeit der Organisation.

Um den nachhaltigen Erfolg sicherzustellen, verstärkte Emmi im letzten Jahr ihr konsequentes Kostenmanagement und tätigte gleichzeitig gezielte, wertschaffende Investitionen, um die Innovations- und Wachstumspläne langfristig zu stärken. Dazu zählen etwa der in Angriff genommene Bau einer neuen Käserei in Emmen und der Bau einer hochmodernen Produktionsstätte in Brasilien. Eine Investition in die Zukunft ist auch die konsequente Arbeit am Emmi Gesellschaftsportfolio. So verschafft die Akquisition der US-amerikanischen Indulge Desserts Emmi nicht nur eine eigene Präsenz im grössten Dessertmarkt der Welt, sondern auch zusätzliche Vertriebsmöglichkeiten und Skaleneffekte für das globale Dessertgeschäft. Andererseits wurde die Mehrheitsbeteiligung an Lácteos Caprinos verkauft, um die Ressourcen auf wachstums- und margenstarke Gesellschaften konzentrieren zu können.

Neben dem Kostenmanagement setzte Emmi in der Krise weitere klare Prioritäten: Der Schutz der Mitarbeitenden, die Aufrechterhaltung der Liefersicherheit und das Verfolgen von neuen Absatzmöglichkeiten. Dieses klare Konzept hat Emmi in dieser globalen Krise auf Kurs gehalten. So konnten die eigenen Vorgaben für 2020 sowohl beim EBIT (CHF 256.6 Millionen) als auch bei der Reingewinnmarge (5.1 %) erreicht respektive bereinigt um den erwähnten Sondereffekt sogar leicht übertroffen werden.

Emmi hat 2020 auch ihre Nachhaltigkeitsaktivitäten weiter vorangetrieben und sich ambitionierte neue Ziele – mit Horizont 2027 – gesetzt. Auf Kurs ist Emmi bei der Ambition, auf nachhaltig produzierte Milch umzustellen. In der Schweiz ist der Anteil der nach dem Swissmilk Green-Standard produzierten Milch auf 93 % gestiegen. Zusammen mit ihren Milchproduzenten arbeitet Emmi daran, die bestehende Lücke bis 2023 zu schliessen. Parallel dazu wurde bereits mit der Formulierung eines Kriterienkatalogs für ausserhalb der Schweiz verarbeitete Milch begonnen. Auch bei der gruppenweiten Reduktion beim Ausstoss von Treibhausgasen wurden mit 24 % im Vergleich zum Basisjahr 2014 gute Fortschritte erzielt. Weitere Anstrengungen sind hingegen bei der Reduktion von Abfall erforderlich. Zwar konnte der Food Waste gegenüber dem Basisjahr 2017 um über 10 % gesenkt werden, die Fortschritte bleiben aber aufgrund von Schwierigkeiten

4/7

bei der Wiederverwertung einzelner Ausschussmaterialien bei der tunesischen Tochtergesellschaft Vitalait hinter den Erwartungen zurück. Auch gibt es in verschiedenen Ländern und Bereichen noch Lücken bei der Formulierung von Entwicklungsplänen für alle Mitarbeitenden (aktuell: 63 %).

Neu hat sich Emmi zudem erstmals globale Reduktionsziele beim Verbrauch von Wasser gesetzt und strebt bei Verpackungen geschlossene Kreisläufe an. Ein wegweisender Schritt ist zudem, dass Emmi ihren CO<sub>2</sub>-Fussabdruck nicht nur schrittweise weiter reduziert, sondern diese Ambition auf die gesamte Wertschöpfungskette ausweitet und auf einen Netto-Null-Reduktionspfad einschwenkt.

## Umsatzentwicklung

Emmi erwirtschaftete 2020 den globalen Verwerfungen und einer negativen Währungsentwicklung trotzend einen Nettoumsatz von CHF 3'706.1 Millionen (Vorjahr: CHF 3'494.0 Millionen) und ein Wachstum von 6.1 %. Dieses setzt sich zusammen aus einem organischen Zuwachs von 1.9 %, einem positiven Akquisitionseffekt von 8.7 % und einem negativen Währungseffekt von 4.5 %.

Die nachfolgende Tabelle vermittelt einen Überblick über die Umsatzentwicklung nach Divisionen. Details zur Umsatzentwicklung 2020 enthält die [Medienmitteilung](#) vom 28. Januar 2021 sowie der [Geschäftsbericht 2020](#).

in CHF Millionen	Division Schweiz	Division Americas	Division Europa	Division Global Trade	Konzern
Umsatz 2020	1'686.2	1'281.8	630.7	107.4	<b>3'706.1</b>
Umsatz 2019	1'675.0	1'114.7	592.8	111.5	<b>3'494.0</b>
Umsatzveränderung	0.7 %	15.0 %	6.4 %	-3.7 %	<b>6.1 %</b>
Organisches Umsatzwachstum	1.4 %	1.6 %	4.4 %	-1.9 %	<b>1.9 %</b>
Akquisitionseffekt	-0.7 %	25.3 %	6.3 %	-1.8 %	<b>8.7 %</b>
Währungseffekt	-	-11.9 %	-4.3 %	-	<b>-4.5 %</b>

## Gewinnentwicklung

Der **Bruttogewinn** erhöhte sich im Berichtsjahr von CHF 1'266.6 Millionen auf CHF 1'349.7 Millionen. Die **Bruttogewinnmarge** konnte trotz dem in der Corona-Krise beobachtbaren Trend hin zu Basisprodukten von 36.3 % leicht auf 36.4 % gesteigert werden. Dies unterstreicht die Resilienz des Emmi Geschäftsmodells. Nach Berücksichtigung des Personalaufwands von CHF 493.8 Millionen (Vorjahr: CHF 462.4 Mio.), des Sonstigen Betriebsaufwands von CHF 484.0 Millionen (Vorjahr: CHF 458.3 Mio.) und der Anderen betrieblichen Erträge von CHF 4.5 Millionen (Vorjahr: CHF 6.9 Mio.) resultierte ein um CHF 23.4 Millionen auf CHF 376.3 Millionen gestiegenes **Betriebsergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)**; dies gegenüber CHF 352.9 Millionen im Vorjahr. Bereinigt um den erwähnten Sondereffekt beträgt das EBITDA der Berichtsperiode CHF 390.9 Millionen. Die bereinigte **EBITDA-Marge** konnte somit von 10.1 % im Vorjahr auf 10.5 % gesteigert werden, was auch auf ein konsequentes Kostenmanagement zurückzuführen ist.

Nach Berücksichtigung der **Abschreibungen und Amortisationen** im Umfang von CHF 119.7 Millionen (Vorjahr: CHF 110.0 Mio.) resultierte für die Berichtsperiode ein **Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)** von CHF 256.6 Millionen beziehungsweise CHF 271.2 Millionen unter Ausklammerung des erwähnten Sondereffekts. Bereinigt wurde das Vorjahres-EBIT von CHF 243.2 Millionen um CHF 28.0 Millionen oder 11.5 % übertroffen. Die bereinigte **EBIT-Marge** erhöhte sich damit von 7.0 % im Vorjahr auf 7.3 % im Jahr 2020.

Der **Unternehmensgewinn einschliesslich Minderheitsanteile** betrug CHF 201.6 Millionen beziehungsweise CHF 215.8 Millionen ohne den erwähnten Sondereffekt (Vorjahr: CHF 204.0 Millionen). Die deutliche Erhöhung der **Minderheitsanteile am Unternehmensgewinn** von CHF 9.0 Millionen im Vorjahr auf CHF 13.2 Millionen in der Berichtsperiode ist – obwohl sie den Reingewinn schmälert – ein positives Zeichen. Bedeutet es doch, dass die Gesellschaften mit Minderheitsanteilen ihre Profitabilität in der Berichtsperiode insgesamt steigern konnten. Final resultierte für das Geschäftsjahr 2020 ein **Reingewinn** von CHF 188.4 Millionen beziehungsweise bereinigt CHF 202.6 Millionen (Vorjahr: CHF 195.0 Mio.). Die bereinigte **Reingewinnmarge** sank damit leicht von 5.6 % im Vorjahr auf 5.5 % in der Berichtsperiode. Dass der Margenvorsprung auf Stufe EBIT gegenüber Vorjahr bis auf Stufe Reingewinn verloren ging, ist auf die wie erwartet höheren Finanzaufwendungen, Ertragssteuern, Minderheitsanteile und den anteiligen Verlust der assoziierten Gesellschaften zurückzuführen.

6/7

Dank der guten Erträge beantragt der Verwaltungsrat der Generalversammlung eine Dividende von CHF 13.00 je Namenaktie, was gegenüber dem Vorjahr einer Erhöhung um CHF 1.00 entspricht.

## Ausblick

Die Corona-bedingten Unsicherheiten, die Sorge um die wirtschaftliche Entwicklung in den für Emmi wichtigen Märkten sowie der anhaltende Preisdruck bei Milchprodukten im Heimmarkt prägen den Ausblick auf das laufende Jahr. Die Prognosen für den Geschäftsgang von Emmi im laufenden Jahr basieren auf der Annahme, dass sich die Situation in den für Emmi relevanten Märkten ab dem zweiten Quartal 2021 stabilisiert, eine Rückkehr zur Normalität sich aber erst ab 2022 wieder einstellen wird. Die organische Umsatzentwicklung auf Konzernstufe dürfte unter diesen Umständen 2021 eine vergleichbare Dynamik wie im abgeschlossenen Jahr erfahren (1 % bis 2 %). Je nach Dauer der Krise und sicherlich bis zum Halbjahr ist jedoch mit hohen Umsatzenschwankungen zu rechnen.

Für den Heimmarkt **Schweiz** ist aus Emmi Sicht mit einer Verschlechterung zu rechnen. Der anhaltende Import- und Preisdruck bei Milchprodukten in Verbindung mit einer zu erwartenden schrittweisen Rückkehr zu früheren Konsummustern dürfte sich in einer negativen Umsatzentwicklung von 1 % bis 2 % niederschlagen. Auch in der **Division Europa** dürften vergleichbare Gründe zu einer Verlangsamung des Umsatzwachstums (1 % bis 3 %) führen. Die in Teilen bereits im vierten Quartal 2020 eingesetzte Erholung bei der stark von der Corona-Krise betroffenen **Division Americas** dürfte sich hingegen beschleunigen und die Division damit wieder zum Wachstumstreiber werden (4 % bis 6 %). Mit Kontinuität darf auch bei der EBIT-Entwicklung (CHF 275 Millionen bis 290 Millionen) und bei der Reingewinnmarge (5.2 % bis 5.7 %) gerechnet werden.

### Prognosen 2021

- Umsatz Konzern: 1 % bis 2 %
- Umsatz Division Schweiz: -2 % bis -1 %
- Umsatz Division Americas: 4 % bis 6 %
- Umsatz Division Europa: 1 % bis 3 %
- EBIT: CHF 275 bis 290 Millionen
- Reingewinnmarge: 5.2 % bis 5.7 %

7/7

### Mittelfristige Prognosen

- Umsatz Konzern: 2 % bis 3 %
- Umsatz Division Schweiz: 0 % bis 1 %
- Umsatz Division Americas: 4 % bis 6 %
- Umsatz Division Europa: 1 % bis 3 %
- Reingewinnmarge: 5.5 % bis 6.0 %

### **Download-Material und weitere Informationen**

Online-Geschäftsbericht 2020: <https://report.emmi.com/2020/de/>

Alternative Performancekennzahlen: <https://report.emmi.com/de/download-center/>

Präsentation zum Jahresergebnis 2020: <https://report.emmi.com/de/download-center/>

Medienmitteilung Umsatz 2020 (28. Januar 2021):  
<https://group.emmi.com/che/de/medien-investoren/medienmitteilungen/sales-2020>

Weitere IR-/Medieninformationen:  
<https://group.emmi.com/che/de/medien-investoren/medienmitteilungen>

Allgemeines Bildmaterial zu Emmi: <https://mediabox.emmi.ch/>

### **Kontakte**

Analysten: Ricarda Demarmels, CFO,  
+41 (0)58 227 37 98, [ir@emmi.com](mailto:ir@emmi.com)

Medien: Sibylle Umiker, Konzernkommunikation, Mediensprecherin,  
+41 (0)58 227 50 66, [media@emmi.com](mailto:media@emmi.com)

### **Über Emmi**

Emmi ist eine bedeutende Milchverarbeiterin der Schweiz. Ihre Wurzeln reichen bis 1907 zurück, als sie von 62 milchbäuerlichen Genossenschaften rund um Luzern gegründet wurde. In den letzten 20 Jahren hat sich Emmi zu einer internationalen, börsenkotierten Unternehmensgruppe (Aktienkürzel EMMN) entwickelt. Dabei folgt Emmi einer langjährigen, erfolgreichen Strategie, die auf drei Pfeilern basiert: die Stärkung des Heimmarktes Schweiz, Wachstum im Ausland und Kostenmanagement. Ein wichtiges Credo, das Emmi durch die gesamte Unternehmensgeschichte begleitet, ist ein starkes Verantwortungsbewusstsein gegenüber Mensch, Tier und Umwelt.

In der Schweiz stellt Emmi ein komplettes Sortiment an Milchprodukten für eigene Marken und Eigenmarken von Kunden her, darunter Exportschlager wie Emmi Caffè Latte und Kaltbach. Hinzu kommen je nach Land lokal hergestellte Produkte – meist im Spezialitätenbereich. Neben Kuhmilch wird auch Ziegen- und Schafmilch verarbeitet.

Zur Emmi Gruppe zählen in der Schweiz 25 Produktionsbetriebe. Im Ausland ist das Unternehmen mit Tochtergesellschaften in 14 Ländern präsent; in 8 davon mit Produktionsstätten. Aus der Schweiz heraus exportiert Emmi Produkte in rund 60 Länder. Schwerpunkte der Geschäftsaktivitäten bilden – neben dem Heimmarkt Schweiz – Westeuropa sowie der amerikanische Kontinent. Der Umsatz von CHF 3.7 Milliarden – rund 10 % davon mit Bio-Produkten – verteilt sich ungefähr hälftig auf die Schweiz und das Ausland. Von den knapp 8'700 Mitarbeitenden sind mittlerweile über zwei Drittel an den Standorten ausserhalb der Schweiz beschäftigt.