



Emmi Gruppe

Geschäftsergebnis 1. Halbjahr 2017

Luzern, 23. August 2017



Übersicht 1. Halbjahr 2017

Geschäftsergebnis 1. Halbjahr 2017

Fokus im 2. Halbjahr und Ausblick



Umsätze unter den Erwartungen, leichter Rückgang EBIT, Anstieg Reingewinn



- § Nettoumsatz CHF 1 600.2 Millionen
 - Wachstum 0.4 % (organisch: Rückgang 1.3 %)

- § EBIT CHF 90.4 Millionen
 - Rückgang 2.2 %
 - EBIT-Marge 5.7 % (1. HJ 2016: 5.8 %)

- § Reingewinn CHF 66.0 Millionen
 - Anstieg 8.6 %
 - Reingewinn-Marge 4.1 % (1. HJ 2016: 3.8 %)



Schweiz nach Plan, Europa deutlich und Americas leicht unter den Erwartungen



Schweiz

- § Umsatz CHF 838.2 Millionen
 - Rückgang 1.8 %

Americas

- § Umsatz CHF 442.3 Millionen
 - Wachstum 6.2 % (organisch: Wachstum 2.4 %)

Europa

- § Umsatz CHF 259.3 Millionen
 - Wachstum 1.9 % (organisch: Rückgang 2.1 %)

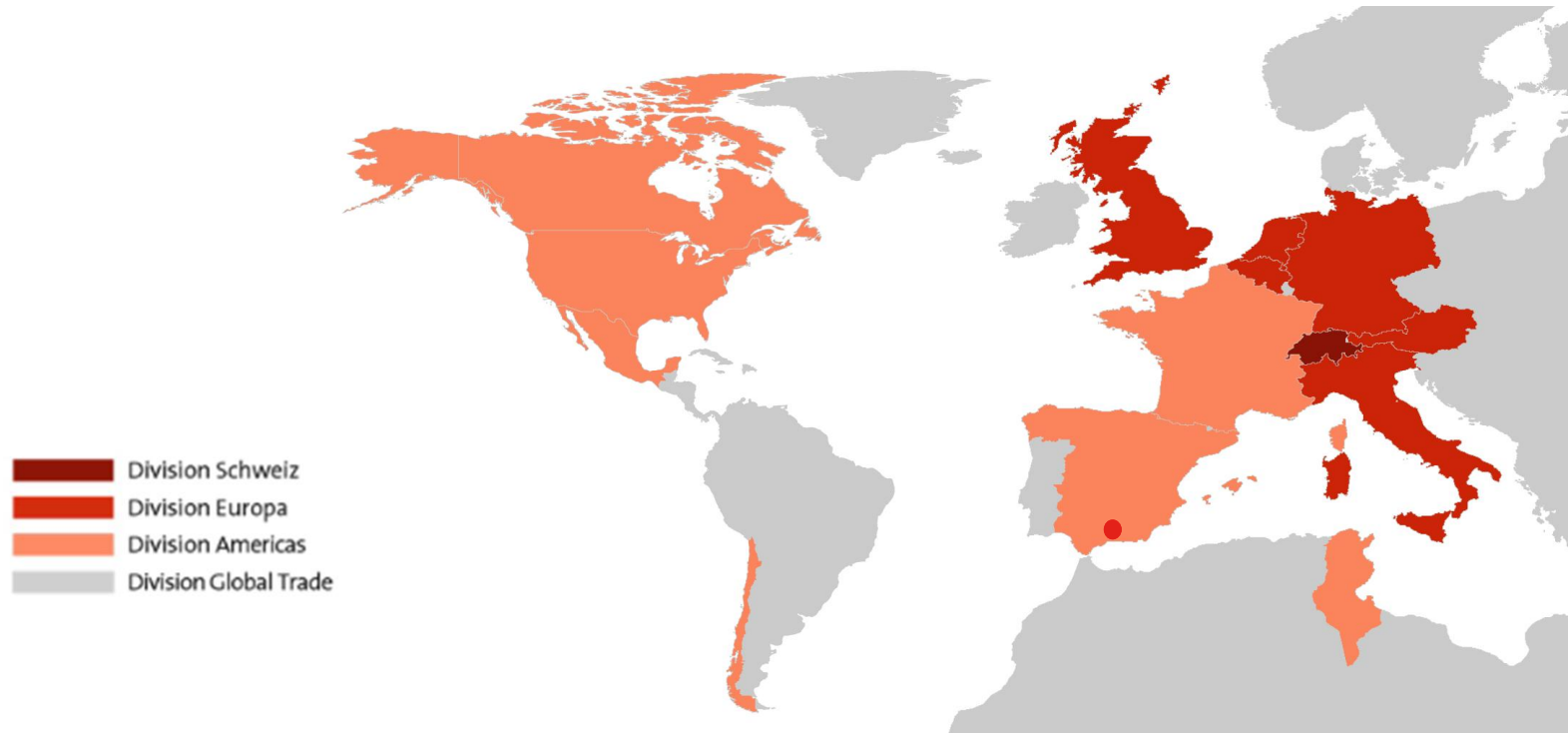
Global Trade

- § Umsatz CHF 60.4 Millionen
 - Rückgang 13.8 % (negativer Effekt von 0.6% auf Gruppenumsatz)

organisch = bereinigt um Währungs- und Akquisitionseffekte



Länderübersicht



Weiter besitzt Emmi diverse Minderheitsbeteiligungen.
Beispiel: 40 % Beteiligung an Laticínios Porto Alegre in Brasilien

Anspruchsvolle wirtschaftliche Situation in europäischen Märkten



- § Rückläufiger Schweizer Detailhandel (ca. -1 % bei Milchprodukten; Quelle: Nielsen)
- § Steigende Käseimporte in der Schweiz (+4.4 %; Quelle: TSM Treuhand)
- § Rückläufige Milchproduktion in der Schweiz (YTD ca. -3.0%) führt zu geringeren Regulierungsexporten, was EBIT-neutral ist
- § Negativer Einfluss des schwachen britischen Pfunds, primär auf Onken-Jogurts und A-27 (Desserts)
- § Aussereuropäische Märkte entwickeln sich ansprechend



Anhaltende Wettbewerbsintensität, leichte Umsatzsteigerung bei Frischprodukten



Fördernde Faktoren

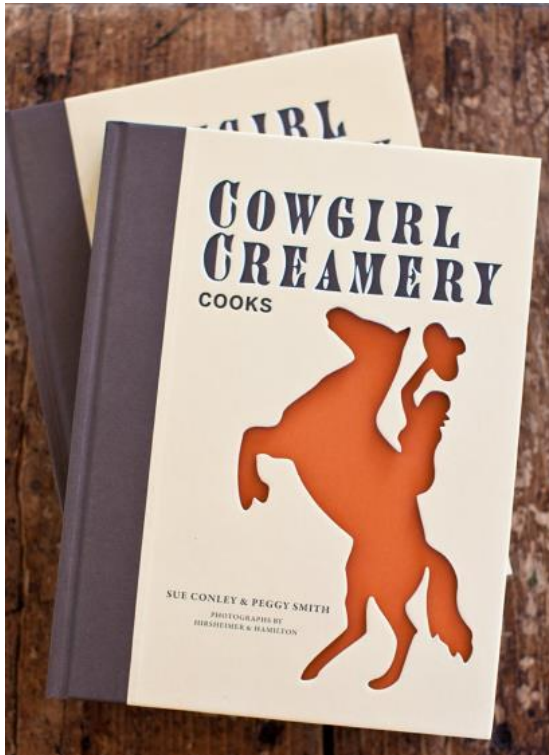
- § Frischprodukte: Wachstum Caffè Latte, Birchermüesli und Jogurtpur
- § Leistung von Jogurtpur in der Migros
- § Käse: Wachstum Luzerner Rahmkäse

Hemmende Faktoren

- § Käse: Importzunahme und damit verbundene Umsatzrückgänge
- § Käse: Schwaches 1. Quartal
- § Frischprodukte: Einbussen bei Eigenmarken
- § Tiefere Milchpreise
- § Abbau Handelsgeschäfte



Markenkonzepte halten sich ansprechend, AOP-Käse unter Druck



Umsatzfördernde Faktoren

- § Kaiku sin lactosa (Spanien)
- § Kaltbach (Deutschland, UK, Österreich)
- § Märkte Tunesien und USA
- § Akquisitionen im Bereich Ziegenmilch

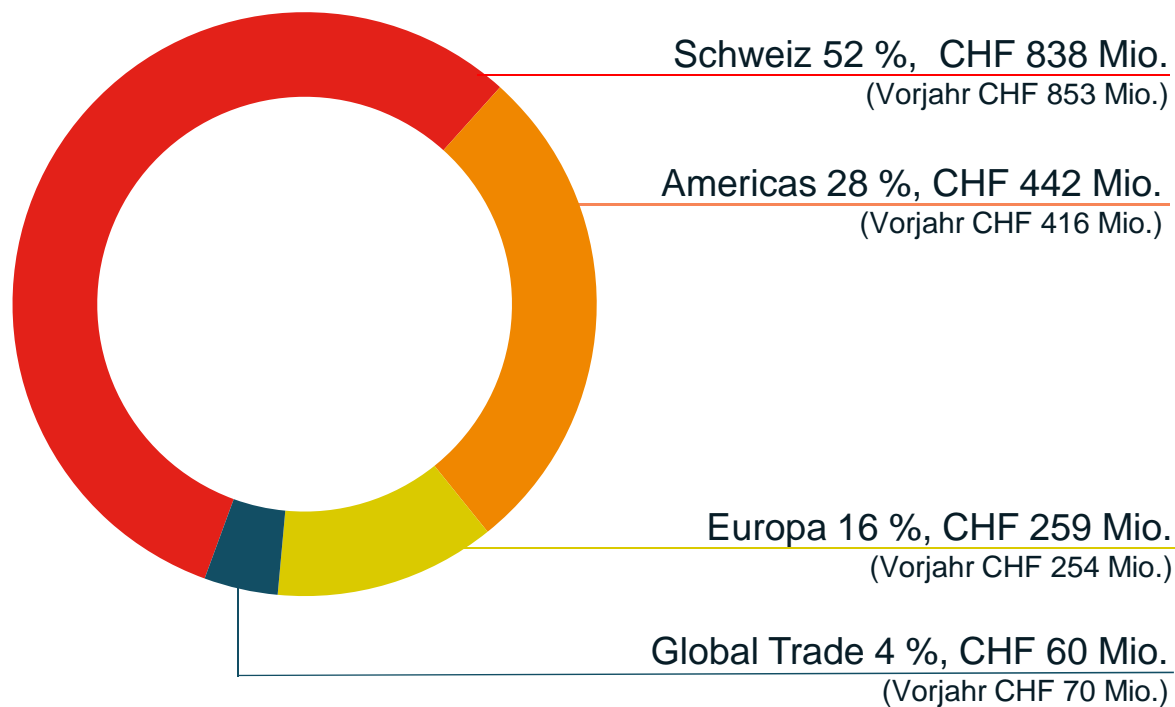
Umsatzhemmende Faktoren

- § Europa: AOP-Käse, besonders Emmentaler
- § Spanien, Frankreich: Schwieriges wirtschaftliches Umfeld
- § UK: Wechselkursverwerfung (Brexit) erhöht den Druck aufs Jogurt- und Dessertgeschäft markant

Umsatz nach Region



48 % des Emmi Umsatzes aus den internationalen Märkten



Top 5, Umsatz:

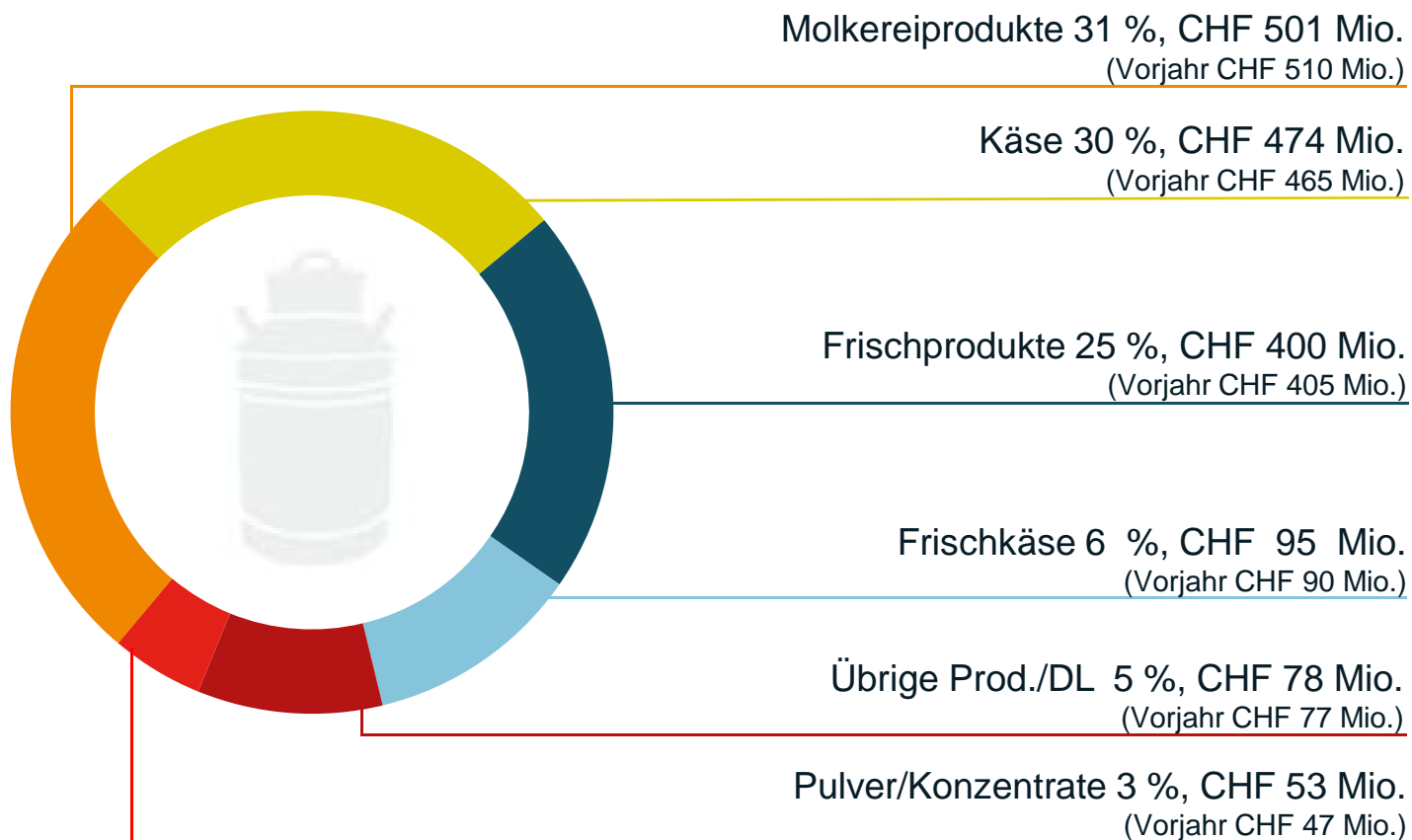
- § Schweiz
- § USA
- § Spanien
- § Deutschland
- § Tunesien

Nettoumsatz Konzern 1. Halbjahr 2017:
CHF 1600.2 Mio.

Umsatz nach Produktgruppen



Drei grosse Segmente beherrschen das Produktportfolio (86 %)





Akquisitionen 2017 mit Einfluss auf das Halbjahresergebnis



Jackson-Mitchell, (Meyenberg), USA
4. Januar 2017
§ Ziegenmilch-Spezialitäten



Lácteos Caprinos, Spanien
12. Januar 2017, 80 % Beteiligung
§ Ziegenmilch-Spezialitäten



Italian Fresh Foods, Italien
1. März 2017
§ Dessert-Spezialitäten

Zahlenübersicht 1. Halbjahr 2017



Höhere Reingewinnmarge

in CHF Millionen	1HJ17	1HJ16	1HJ15	1HJ14*	1HJ13*
Nettoumsatz	1600	1594	1563	1625	1567
Betriebserfolg vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)	156.6	153.3	142.0	132.7	119.3
in % des Nettoumsatzes	9.8	9.6	9.1	8.2	7.6
Betriebserfolg vor Zinsen und Steuern (EBIT)	90.4	92.5	84.4	74.3	65.0
in % des Nettoumsatzes	5.7	5.8	5.4	4.6	4.2
Reingewinn	66.0	60.8	46.2	45.2	39.0
in % des Nettoumsatzes	4.1	3.8	3.0	2.8	2.5
Personalbestand (auf Vollzeitbasis)	5940	5750	5307	5266	5112

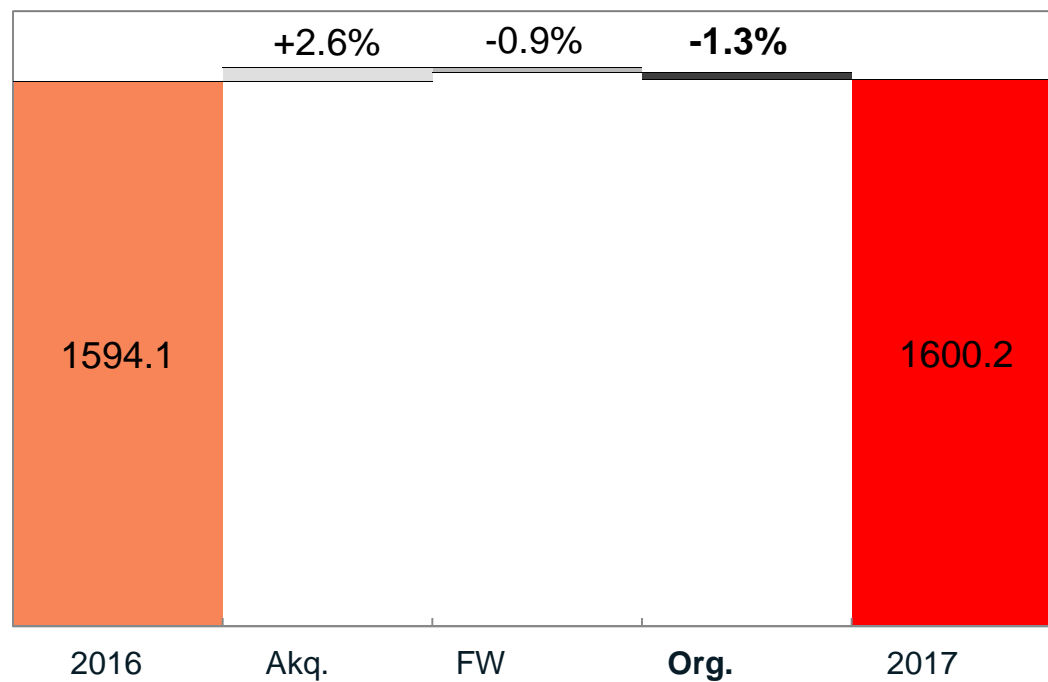
* bereinigt um Sondereffekte

Entwicklung Nettoumsatz 1. Halbjahr 2017: Konzern



Organischer Rückgang auf Konzernebene -1.3 %

Konzernumsatz
in CHF Millionen



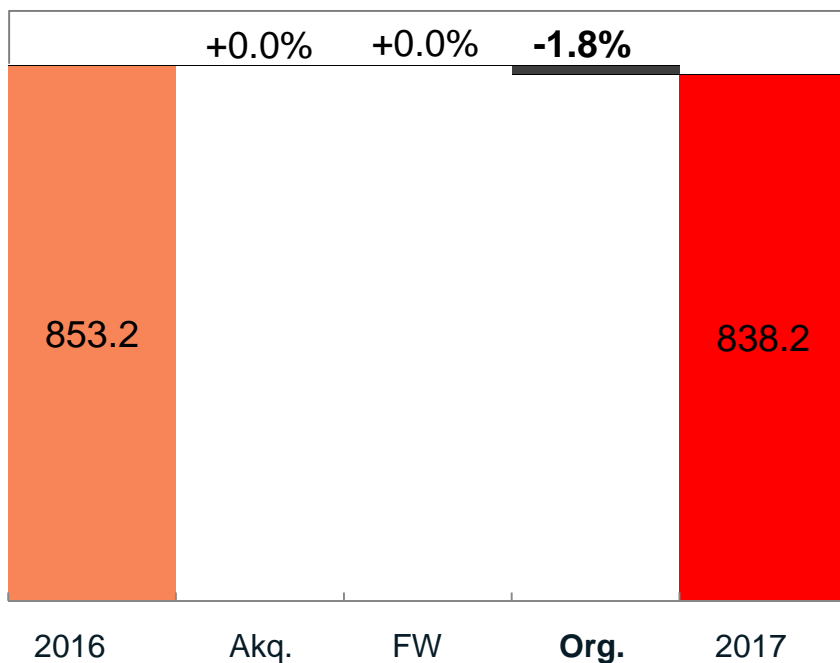
Akq: Akquisitionseffekt; FW: Fremdwährungseffekt; Org: organisches Wachstum

Entwicklung Nettoumsatz 1. Halbjahr 2017: Schweiz



Einbussen durch steigende Käseimporte und rückläufigen Detailhandel

Umsatz Schweiz
in CHF Millionen



Akq: Akquisitionseffekt; FW: Fremdwährungseffekt; Org: organisches Wachstum

Molkereiprodukte

Umsatz CHF 313 Mio., -4.9 %

- Tiefere Milchpreise
- Leicht tiefere Volumen

Käse

Umsatz CHF 219 Mio., -1.9 %

- Rückgang bei AOP-Käse und Spezialitätenkäse
- Import-Zunahme von 4.4 %
- Wachstum beim Luzerner Rahmkäse

Frischprodukte

Umsatz CHF 175 Mio., +0.5 %

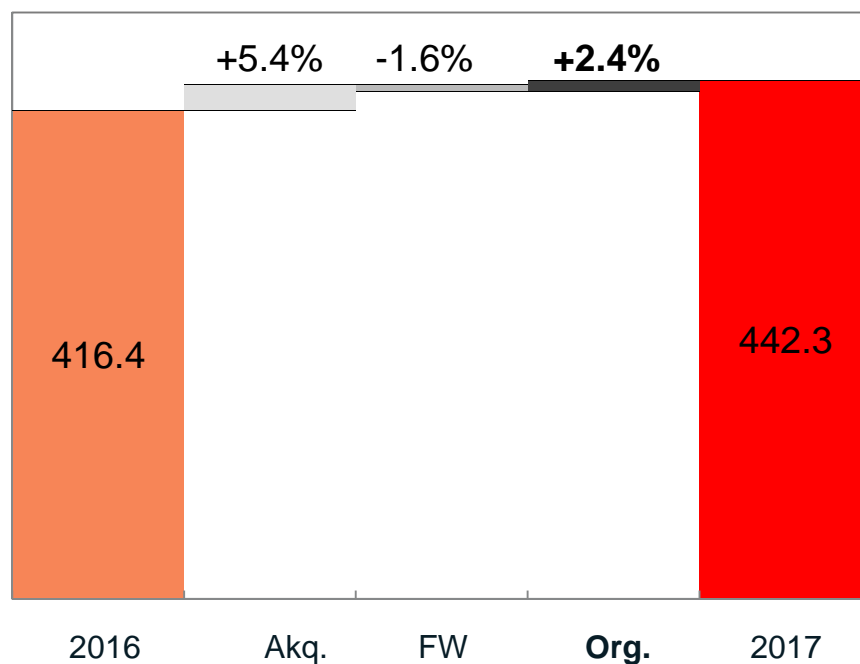
- Zuwachs durch Caffè Latte und Jogurtpur
- Einbussen bei Eigenmarken

Entwicklung Nettoumsatz 1. Halbjahr 2017: Americas



Organisches Wachstum unter den Erwartungen

Umsatz Americas
in CHF Millionen



Akq: Akquisitionseffekt; FW: Fremdwährungseffekt; org: organisches Wachstum

Käse

Umsatz CHF 180 Mio., +10.0 % (org. +5.6 %)

- Guter Zuwachs beim Ziegenmilchkäse
- Wachstum bei lokal produziertem Kuhmilchkäse
- Akquisitionseffekt: Cowgirl, SDA Chile

Molkereiprodukte

Umsatz CHF 130 Mio., +6.4 %, (org. +1.2 %)

- Wachstum in Tunesien
- Rückgang in Spanien bei Basisprodukten
- Akquisitionseffekt: Jackson-Mitchell, SDA Chile

Frischprodukte

Umsatz CHF 97 Mio., -3.5 % (org. -0.7 %)

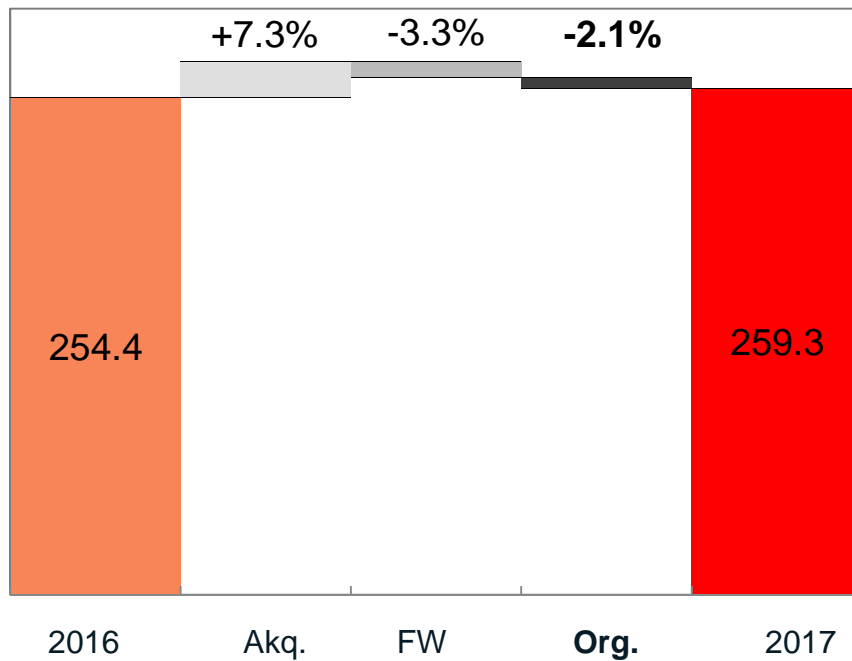
- Wachstum in Tunesien
- Gute Entwicklung von Kaiku sin lactosa
- Caffè Latte in Spanien erholt sich erfreulich
- Rückgänge im Dessertgeschäft in Frankreich
- Akquisitionseffekt: SDA Chile

Entwicklung Nettoumsatz 1. Halbjahr 2017: Europa



Brexit belastet Umsatz

Umsatz Europa
in CHF Millionen



Akq: Akquisitionseffekt; FW: Fremdwährungseffekt; Org: organisches Wachstum

Frischprodukte

Umsatz CHF 106 Mio., -0.9 % (org. -4.5 %)

- Zuwachs bei Rachelli (Desserts)
- Einbussen bei A-27 (Desserts) und Onken-Jogurt
- Akquisitionseffekt: Italian Fresh Foods

Käse

Umsatz CHF 53 Mio., -4.8 % (org. -5.6 %)

- Zuwachs bei Kaltbach (Deutschland, Österreich, UK)
- Tiefere Umsätze beim AOP-Käse, v.a. Emmentaler
- Akquisitionseffekt: Bettinehoeve

Molkereiprodukte

Umsatz CHF 50 Mio., +0.7 % (org. +2.4 %)

- Wachstum durch Gläserne Molkerei



Übersicht 1. Halbjahr 2017

Geschäftsergebnis 1. Halbjahr 2017

Fokus im 2. Halbjahr und Ausblick

Nettoumsatz bis Bruttogewinn



Praktisch stabiler Bruttogewinn

in CHF Millionen	1HJ17	1HJ16	D in %
Nettoumsatz	1600.2	1594.1	0.4
Bruttogewinn	577.1	577.2	-
in % des Nettoumsatzes	36.1	36.2	

- § Stabile Bruttogewinnmarge dank:
- Produktivitätssteigerungen
 - Internationalen Synergien im Einkauf
 - Stärkung wichtiger Markenkonzepte

Bruttogewinn bis EBIT (Auszug)



Stabile EBIT-Marge

in CHF Millionen	1HJ17	1HJ16	D in %
Nettoumsatz	1600.2	1594.1	0.4
Bruttogewinn	577.1	577.2	-
in % des Nettoumsatzes	36.1	36.2	
Total Betriebsaufwand	-422.3	-426.5	-1.0
in % des Nettoumsatzes	26.4	26.8	
EBITDA	156.6	153.3	2.2
in % des Nettoumsatzes	9.8	9.6	
Abschreibungen und Amortisationen	-66.3	-61.0	8.7
EBIT	90.4	92.5	-2.2
in % des Nettoumsatzes	5.7	5.8	

- § Betriebsaufwand durch Operational-Excellence-Massnahmen gesenkt
- § Zusätzliche Amortisationen aufgrund Akquisitionen (Goodwill, u.a. vollständige Übernahme Mittelland Molkerei) und SAP-Einführung

Übersicht Betriebsaufwand



Tieferer Betriebsaufwand trotz Akquisitionen

in CHF Millionen	1HJ17	1HJ16	D in %
Personalaufwand	221.0	211.7	4.4
in % des Nettoumsatzes	13.8	13.3	
Marketing- und Verkaufsaufwand	59.2	62.5	-5.3
in % des Nettoumsatzes	3.7	3.9	
Raumkosten, URE, Leasing	31.2	33.7	-7.5
Energie und Betriebsmaterialien	32.1	31.9	0.7
Logistikaufwand	46.3	46.0	0.7
Anderer Betriebsaufwand	32.5	40.7	-20.2
Total Betriebsaufwand	422.3	426.5	-1.0
in % des Nettoumsatzes	26.4	26.8	

- § Personalaufwand:
 - Verzicht auf Stellenverlagerungen und arbeitszeitliche Massnahmen
 - Zusätzlicher Aufwand durch neuakquirierte Firmen
- § Stabiler Marketingaufwand, tieferer Verkaufsaufwand
- § Einsparungen beim anderen Betriebsaufwand (z. B. IT)



Verbesserung Reingewinn durch Reduktion der Minderheitsanteile

in CHF Millionen	1HJ17	1HJ16	D
EBIT	90.4	92.5	-2.1
Ergebnisanteil von assoz. Gesellschaften	0.9	2.3	-1.4
Finanzergebnis	-7.2	-7.7	0.5
Ergebnis vor Steuern (EBT)	84.1	87.0	-2.9
Ertragssteuern	-15.1	-16.1	1.0
Durchschn, Steuerrate in %	18.0	18.5	
Minderheitsanteile	-3.0	-10.1	7.1
Reingewinn	66.0	60.8	5.2
in % des Nettoumsatzes	4.1	3.8	

§ Tiefere Minderheitsanteile bedingt durch die vollständige Übernahme der Mittelland Molkerei

§ Erfreuliche Reingewinnverbesserung

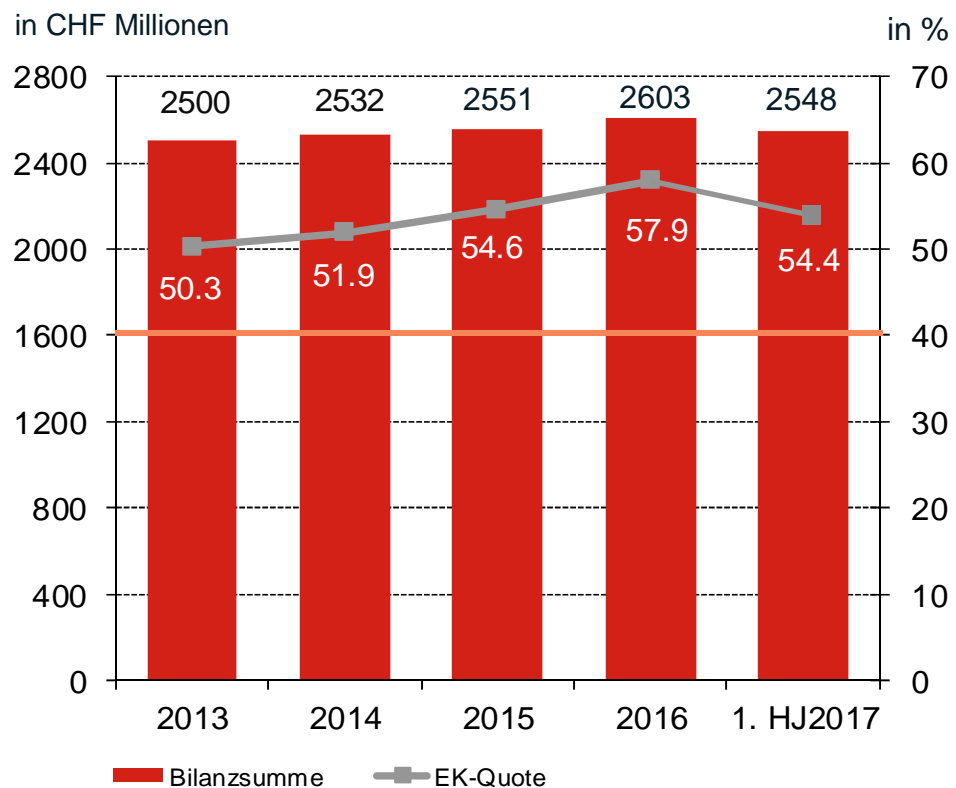
Starker Cashflow aus Betriebstätigkeit

in CHF Millionen	1HJ 2017	1HJ 2016	D
Geldfluss aus Betriebstätigkeit	113.6	93.9	19.7
Investitionen in Sachanlagen	-42.5	-34.5	-8.0
Investitionen in OneERP und übrige immaterielle Anlagen	-1.7	-5.2	3.5
Übrige Investitionstätigkeit	11.2	4.9	6.3
Free Cashflow	80.6	59.1	21.5
Erwerb von Beteiligungen	-260.0	-63.3	-196.7
Geldfluss aus Finanzierungstätigkeit und Einfluss aus Währungsumrechnung	31.6	-33.0	64.6
Nettoveränderung der flüssigen Mittel	-147.8	-37.2	-110.6

Eigenkapitalquote 1. Halbjahr 2017



Leicht tiefere, aber nach wie vor komfortable Eigenkapitalquote



- § Tiefere Eigenkapitalquote durch Erwerb Minderheitsanteile Mittelland Molkerei
- § Eigenkapitalquote bleibt sehr stark
- § Flexibilität für künftige Fremdfinanzierungen bleibt gewährleistet

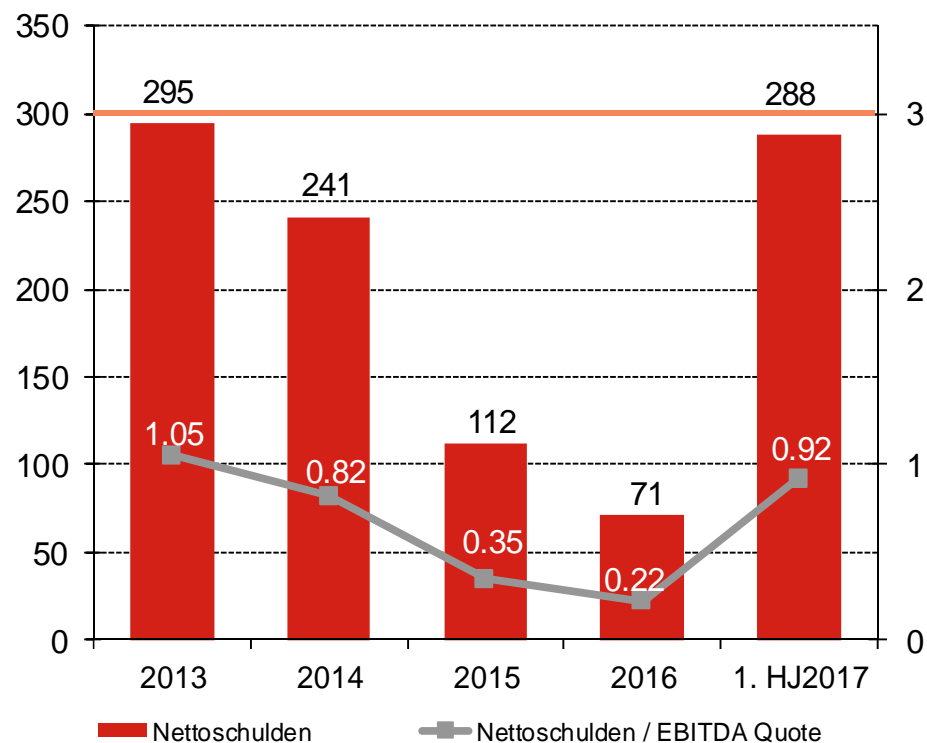
2013 – 2016: Stichtag per Jahresende; 2017: Stichtag 30.6.

Entwicklung Nettoverschulung



Nettoschulden / EBITDA

in CHF Millionen



- § Nettoschulden um CHF 217 Mio. erhöht, bedingt durch Akquisitionen
- § Nettoschulden/EBITDA-Quote weiterhin klar unter den definierten Limiten
- § Finanzierungspotenzial für zusätzliche Investitionen gegeben



Übersicht 1. Halbjahr 2017

Geschäftsergebnis 1. Halbjahr 2017

Fokus im 2. Halbjahr und Ausblick

Schlüsselmassnahmen im zweiten Halbjahr 2017



Innovationen in allen Produktbereichen, Fortsetzung der Kosteneffizienzprogramme



Ausspielen der Innovationsstärke

- § Desserts: neue Marke «Ooola»
- § Käse NL: neue Ziegenkäse-Marke «Zoë&Zazu»
- § Käse USA: Käse-Snacks
- § Frischprodukte: Neue Sorten Yoqua und Aktifit

Stärkung wichtiger Marken

- § Gezielte Marketingaktivitäten für Marken wie Caffè Latte, Yoqua, Jogurtpur und Kaltbach, Kaiku sin lactosa, Roth

Kostenmanagement

- § Fortsetzung der Kosteneffizienzprogramme
- § Starker Fokus auf A-27



Spot auf: Ooola Secrets

- § Premium-Desserts in Kleinportionen zu 60 Gramm oder 90 Gramm
- § Sorten Schoko-Himbeere mit Schokosplits, Schoko-Trio mit Caramel und Stracchiatella mit Zitrone
- § Ohne Konservierungsstoffe
- § Hergestellt in Emmen
- § Einführung im Oktober 2017 (Schweiz)



Spot auf: Zoë&Zazu



- § Gereifter Ziegen-Frischkäse
- § Bio-Qualität
- § Sorten Super Natural, Midnight Truffle und Wild Fennel
- § Hergestellt von der Emmi Tochter Bettinehoeve
- § Einführung im Oktober 2017 (Niederlande)

Emmi verstärkt Präsenz in Brasilien

40 % Beteiligung an Laticínios Porto Alegre per 3. Juli 2017



- § Produktportfolio
 - Käse
 - Frischkäse
 - UHT-Milch
 - Butter
 - Milch- und Molkenpulver

- § Umsatz 2016
 - BRL 500 Mio. (CHF 150 Mio.)

- § Anzahl Mitarbeitende
 - 1000 Mitarbeitende



Argumente für Brasilien

- § Emerging Markets sind mittel- und langfristig die wichtigsten Wachstumsregionen
- § Brasilien ist mit einer Bevölkerung von über 220 Millionen grösste Wirtschaftskraft und grösster Markt für Milchprodukte in Lateinamerika
- § Trotz wirtschaftlicher Unsicherheit ein interessanter Markt:
 - Attraktive Demographie: junges, kaufkräftiges Publikum, vor allem in den Metropolen
 - Gutes Wachstumspotenzial für Markenkonzepte
 - Konsolidierung der Molkereibranche bietet Wachstumschancen
- § Trotz politischen Turbulenzen sind Demokratie und Geschäftsbedingungen keiner grundsätzlichen Veränderung ausgesetzt
- § Zunehmende geografische Diversifikation macht Emmi robuster



Argumente für Porto Alegre

- § Gut etabliert in Minas Gerais (fünftgrösster Staat, Grösse von Frankreich)
- § Diversifizierte Marke (Frischmilch, Molkenpulver, Käse, Frischkäse)
- § Gut verankert in der Molkereiwirtschaft (sicheres Sourcing)
- § Solide Wachstumsraten und Margen
- § Moderner Betrieb, der stetig investiert hat
- § Interessantes Ausbaupotenzial
- § Nähe zu den Metropolen São Paulo und Rio de Janeiro





Beeinflussende Faktoren

	Schweiz	International
Positiv	<ul style="list-style-type: none">§ Innovationen§ Markenentwicklung§ Bewährte Produktkonzepte§ Operational Excellence§ Abschluss SAP	<ul style="list-style-type: none">§ Org. Wachstum (Roth, Kaltbach, laktosefreie Produkte, Caffè Latte)§ Märkte: USA, Tunesien§ Operational Excellence (Tunesien, Spanien, USA, Chile, Italien)§ Ziegenmilchspezialitäten (USA, Europa)
Einschränkend	<ul style="list-style-type: none">§ Markanter Preisdruck§ Hoher Importdruck§ Einkaufstourismus konstant hoch§ Rückläufiger Detailhandel§ Wirtschaftliche Unsicherheit	<ul style="list-style-type: none">§ Volumenverlust durch Währungsnachteil bei austauschbaren Produkten§ Währungsentwicklung, z. B. Mexiko, Tunesien§ Dessertgeschäft in UK und Frankreich§ Steigende Milchpreise



Emmi bleibt auf Zielkurs bei den Erträgen und passt Umsatzwachstumsziele an



Organisches Wachstum, Ertragsziele	Prognosen März 2017	Prognosen neu
Umsatz Gruppe	1 % bis 2 %	-1 % bis 0 %
Umsatz Division Schweiz	-2 % bis 0 %	unverändert
Umsatz Division Americas	3 % bis 5 %	unverändert
Umsatz Division Europa	0 % bis 2 %	-3 % bis -1 %
EBIT in Millionen CHF	195 bis 205	unverändert
Reingewinnmarge	4.0 % bis 4.5 %	unverändert