

## Medienmitteilung

Ad-hoc-Mitteilung gemäss Art. 53 Kotierungsreglement

### Emmi mit konstant positiver Entwicklung

Luzern, 18. August 2021 – Die Emmi Gruppe steigert ihren Umsatz im ersten Halbjahr 2021 um 6.2 % auf CHF 1'883.6 Mio. Mit 3.7 % liegt das organische Wachstum über den eigenen Erwartungen. Diese positive Entwicklung ist getrieben von der wieder gewonnenen Dynamik im internationalen Geschäft, erfolgreichen Markenkonzepten wie Emmi Caffè Latte und Kaltbach sowie Zuwächsen in strategischen Nischen wie etwa Dessertspezialitäten. Im Heimmarkt Schweiz mussten hingegen erwartungsgemäss Umsatzeinbussen in Kauf genommen werden, dies nach einem coronabedingten Rekordsemester im Vorjahr. Die gute Gesamtperformance – mit einer weiteren Verbesserung der Ertragslage auf Stufe EBIT und Reingewinn – widerspiegelt die Robustheit des Geschäftsmodells und ist ein Resultat der langfristig konsequenten Strategieumsetzung. Gestärkt wird die positive Langfristperspektive von Emmi mit einem erweiterten, auf eine netZERO 2050-Agenda ausgerichteten Nachhaltigkeitsmodell. Trotz weiterhin unsicherem Ausblick und weltweit steigender Inputkosten passt Emmi die Umsatzprognose für das Gesamtjahr leicht nach oben an und bestätigt die Erwartungen betreffend EBIT und Reingewinnmarge.

#### In Kürze

- Umsatzwachstum insgesamt 6.2 % bzw. organisch 3.7 % (Akquisitionseffekt 3.2 %, Währungseffekt -0.7 %)
- Alle Divisionen ausser Schweiz (-3.3 %) mit starkem organischen Umsatzwachstum (Americas 11.9 %, Europa 4.9 %, Global Trade 14.3 %)
- Verbesserung auf Stufe Bruttogewinnmarge (36.1 % auf 37.2 %) aufgrund organischer Entwicklung und Akquisition der Emmi Dessert USA (vormals Indulge Desserts Gruppe)
- +15.5 % beim EBIT (CHF 112.0 Mio. auf CHF 129.4 Mio.) und Verbesserung der EBIT-Marge (6.3 % auf 6.9 %)
- +21.4 % beim Reingewinn (CHF 81.3 Mio. auf CHF 98.7 Mio.) und Verbesserung der Reingewinnmarge (4.6 % auf 5.2 %)
- Zunehmender Druck auf Ergebnisse im zweiten Halbjahr aufgrund steigender Inputkosten (v.a. Verpackungen und Logistik) sowie latenter Zins- und Währungsrisiken
- Erhöhung der Gesamtjahresprognose für organisches Umsatzwachstum der Gruppe aufgrund der Dynamik im internationalen Geschäft von bisher 1 % bis 2 % auf neu 2 % bis 3 %
- Bestätigung der Prognosen für EBIT (CHF 275 Millionen bis 290 Millionen) und Reingewinnmarge (5.2 % bis 5.7 %) für das Gesamtjahr 2021

2/7

Dazu Urs Riedener, CEO der Emmi Gruppe: «Unsere bewährte, auf nachhaltig profitables Wachstum ausgerichtete Strategie und die konsequent vorangetriebene Weiterentwicklung unseres Gesellschafts- und Produktportfolios mit starken Markenkonzepten tragen weiterhin Früchte. Insgesamt ist es uns in einem schwierigen und weiterhin volatilen Umfeld gelungen, auf breiter Basis profitabel zu wachsen. Während wir international über Erwartungen wachsen konnten, pendelte sich das Geschäft in der Schweiz nach dem Rekordhalbjahr 2020 erwartungsgemäss auf Vorkrisenniveau ein mit weiterhin bedeutenden Einbussen im Food Service und Industriegeschäft. Vor dem Hintergrund der jüngsten Flutkatastrophen und Hitzewellen gewinnen zudem unsere jüngst überarbeiteten und erweiterten Nachhaltigkeitspläne an Bedeutung, welche aufzeigen, wie wir unser Geschäft mit Rücksicht auf die Natur und kommende Generationen langfristig weiterentwickeln wollen. Für das Gesamtjahr bin ich zuversichtlich, dass wir trotz anhaltender Unsicherheiten bei der wirtschaftlichen und coronabezogenen Entwicklung sowie anziehender Inputkosten unsere beim Umsatz leicht nach oben angepassten Jahresziele erreichen werden.»

## Kennzahlen

<i>Beträge in CHF Millionen</i>	1. Halbjahr 2021	1. Halbjahr 2020
<b>Nettoumsatz</b>	1'884	1'774
davon Division Schweiz	802	829
davon Division Americas	710	599
davon Division Europa	310	292
davon Division Global Trade	62	54
<b>Umsatzveränderung</b>	6.2 %	6.6 %
davon Akquisitionseffekt	3.2 %	9.5 %
davon Währungseffekt	-0.7 %	-4.9 %
davon Organisches Wachstum	3.7 %	2.0 %
<b>EBIT</b>	129	112
in % des Nettoumsatzes	6.9	6.3
<b>Reingewinn</b>	99	81
in % des Nettoumsatzes	5.2	4.6

Der gesamthaft positive **Akquisitionseffekt** von 3.2 % ist auf folgende **Faktoren** zurückzuführen:

Positiver Einfluss:

- Akquisition der Chäs Hütte Zollikon GmbH (Schweiz, 29. Juli 2020)
- Akquisition der Emmi Dessert USA (vormals Indulge Desserts Gruppe, USA, 6. Oktober 2020)

Negativer Einfluss:

- Verkauf der Lácteos Caprinos S.A. (Spanien, 18. Dezember 2020) Interne Verschiebungen von Distributionskanälen einzelner Kunden führten zudem zu Akquisitions- beziehungsweise Devestitionseffekten in den Divisionen Americas und Europa. Auf die Gruppe hatten diese Verschiebungen zwischen einzelnen Divisionen jedoch keinen Einfluss.

3/7

## Umsatzentwicklung: Gutes organisches Wachstum im internationalen Geschäft

Im ersten Halbjahr 2021 gelang es Emmi in den wichtigsten internationalen Märkten eine erste Normalisierung der Corona-Situation zur Wiederbelebung der Wachstumsdynamik zu nutzen und so insgesamt ein gutes organisches Umsatzwachstum zu erzielen. Mit 3.7 % lag dieses sogar über den eigenen Erwartungen.

Zum profitablen Umsatzplus von insgesamt 6.2 % (von CHF 1'773.5 Mio. auf CHF 1'883.6 Mio.) trugen alle Divisionen bei, mit Abstrichen im **Heimmarkt Schweiz**. Hier gestaltete sich das Geschäft nach den coronabedingten Rekordumsätzen im ersten Semester des Vorjahres erwartungsgemäss und wie bereits in Aussicht gestellt komplexer.

Mit einem Nettoumsatz von CHF 801.8 Millionen (Vorjahr: CHF 828.8 Mio.) resultierte in der Schweiz ein organischer Rückgang von 3.3 %. Dieser ist primär auf das aussergewöhnlich hohe organische Wachstum in der Vorjahresperiode (3.8 %) zurückzuführen. Haupttreiber waren das Detailhandelsgeschäft, welches gegenüber dem ausserordentlichen Vorjahr mit Hamsterkäufen und Grenzschiessungen erwartungsgemäss deutlich einbüsste. Das Wiedererstarken alter Verhaltensmuster inklusive Einkaufstourismus aber auch die teilweise weiterhin geschlossene Gastronomie und eine nur langsame Erholung des Geschäfts mit Industriekunden hinterliessen Spuren. Die negativen Auswirkungen daraus sind insbesondere in den umsatzmässig grössten Segmenten Molkereiprodukte und Käse sichtbar. Weiter positiv entwickelten sich hingegen Marken- und Spezialitätenkonzepte - insbesondere Emmi Caffè Latte oder Kaltbach-Käse. Auch die allgemeine Milchpreiserhöhung im aktuellen Jahr stützte die Umsätze.

Der Anteil der Division Schweiz am Konzernumsatz beträgt 42.5 % (Vorjahr: 46.7 %).

<b>Division Schweiz</b>	<b>Umsatz 1. HJ 2021</b>	<b>Umsatz 1. HJ 2020</b>	<b>Differenz 2021/2020</b>	<b>Akquisitions- effekt</b>	<b>Wachstum organisch</b>
Molkereiprodukte	330.2	343.1	-3.8 %	-	-3.8 %
Käse	189.2	199.7	-5.2 %	-	-5.2 %
Frischprodukte	172.4	172.0	0.2 %	-	0.2 %
Frischkäse	53.0	55.3	-4.1 %	-	-4.1 %
Pulver/Konzentrate	26.8	31.6	-15.2 %	-	-15.2 %
Übrige Produkte/Dienstleistungen	30.2	27.1	11.4 %	1.1 %	10.3 %
<b>Total</b>	<b>801.8</b>	<b>828.8</b>	<b>-3.3 %</b>	<b>0.0 %</b>	<b>-3.3 %</b>

Die **Division Americas** umfasst die Emmi Gruppengesellschaften in den USA, Chile, Spanien (ohne Lácteos Caprinos), Tunesien, Brasilien, Frankreich, Mexiko und Kanada.

In der Division Americas stieg der Umsatz im ersten Halbjahr 2021 von CHF 598.6 Millionen auf CHF 709.5 Millionen. Das Wachstum von insgesamt 18.5 % gegenüber der Vorjahresperiode ist auf die Akquisition der Emmi Dessert USA, welche sich erfreulich entwickelt, sowie den hohen

4/7

organischen Zuwachs von 11.9 % (Vorjahr -1.0 %) zurückzuführen. Dafür verantwortlich zeichnete sich nebst den Wachstumsmärkten Brasilien, Tunesien, Chile und Mexiko insbesondere die Erholung der Gesellschaften in den USA, welche im Vorjahr aufgrund der coronabedingten Massnahmen im Food Service-Bereich einen deutlichen Einbruch erlitten.

Der Anteil der Division Americas am Konzernumsatz beträgt 37.7 % (Vorjahr: 33.8 %).

<b>Division Americas</b>	<b>Umsatz 1. HJ 2021</b>	<b>Umsatz 1. HJ 2020</b>	<b>Differenz 2021/2020</b>	<b>Akquisitions- effekt</b>	<b>Währungs- effekt</b>	<b>Wachstum organisch</b>
Käse	269.9	235.1	14.8 %	-	-4.1 %	18.9 %
Molkereiprodukte	188.5	175.0	7.7 %	-	-2.1 %	9.8 %
Frischprodukte	160.8	96.6	66.4 %	63.9 %	-3.0 %	5.5 %
Frischkäse	32.9	30.8	6.6 %	-	-14.8 %	21.4 %
Pulver/Konzentrate	12.5	11.0	14.1 %	-	-16.9 %	31.0 %
Übrige Produkte/Dienstleistungen	44.9	50.1	-10.4 %	-	0.2 %	-10.6 %
<b>Total</b>	<b>709.5</b>	<b>598.6</b>	<b>18.5 %</b>	<b>10.3 %</b>	<b>-3.7 %</b>	<b>11.9 %</b>

Die **Division Europa** umfasst die Emmi Gruppengesellschaften in Deutschland, Italien, Niederlande, Grossbritannien, Österreich sowie Lácteos Caprinos in Spanien (Verkauf am 18. Dezember 2020).

Im ersten Halbjahr 2021 belief sich der Umsatz in der Division Europa auf CHF 310.4 Millionen gegenüber CHF 291.9 Millionen in der Vorjahresperiode. Daraus resultiert ein Wachstum von insgesamt 6.3 % was unter Ausschluss von Akquisitions- und Währungseffekten einem organischen Wachstum von 4.9 % (Vorjahr 2.1 %) entspricht. Das starke Wachstum mit Emmi Caffè Latte, italienischen Dessertspezialitäten (beide in Frischprodukte) und veganen Produkten (in Übrige Produkte/Dienstleistungen) wurde durch die negative Entwicklung der Segmente Molkereiprodukte und Pulver/Konzentrate abgeschwächt.

Der Anteil der Division Europa am Konzernumsatz beträgt 16.5 % (Vorjahr: 16.4 %).

<b>Division Europa</b>	<b>Umsatz 1. HJ 2021</b>	<b>Umsatz 1. HJ 2020</b>	<b>Differenz 2021/2020</b>	<b>Akquisitions- effekt</b>	<b>Währungs- effekt</b>	<b>Wachstum organisch</b>
Frischprodukte	150.7	133.5	12.9 %	-1.5 %	3.3 %	11.1 %
Käse	57.7	54.2	6.5 %	-	3.0 %	3.5 %
Molkereiprodukte	46.4	49.1	-5.3 %	-1.5 %	2.7 %	-6.5 %
Pulver/Konzentrate	19.8	23.9	-17.4 %	-	2.3 %	-19.7 %
Frischkäse	18.2	19.1	-5.0 %	-9.9 %	2.6 %	2.3 %
Übrige Produkte/Dienstleistungen	17.6	12.1	45.6 %	-	4.1 %	41.5 %
<b>Total</b>	<b>310.4</b>	<b>291.9</b>	<b>6.3 %</b>	<b>-1.6 %</b>	<b>3.0 %</b>	<b>4.9 %</b>

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

In der Division Global Trade resultierte im ersten Halbjahr 2021 ein Umsatz von CHF 61.9 Millionen. Im Vergleich zu den CHF 54.2 Millionen im Vorjahr entspricht dies einem organischen Wachstum von 14.3 % (Vorjahr 2.1 %). Dieses ist schwergewichtig auf deutlich gestiegene Entlastungsexporte von Magermilchpulver und höhere Umsätze mit Naturkäse (insbesondere Kaltbach) zurückzuführen. Hingegen hielt die leicht negative Entwicklung des Joghurtgeschäfts, beispielsweise aufgrund fehlenden Hotelkonsums im asiatischen Raum an.

Der Anteil der Division Global Trade am Konzernumsatz beträgt 3.3 % (Vorjahr: 3.1 %).

<b>Division Global Trade</b>	<b>Umsatz 1. HJ 2021</b>	<b>Umsatz 1. HJ 2020</b>	<b>Differenz 2021/2020</b>	<b>Akquisitions- effekt</b>	<b>Wachstum organisch</b>
Käse	25.4	21.5	18.2 %	-	18.2 %
Frischprodukte	17.7	18.9	-6.3 %	-	-6.3 %
Pulver/Konzentrate	16.8	12.3	36.4 %	-	36.4 %
Molkereiprodukte	1.3	1.4	-4.9 %	-	-4.9 %
Übrige Produkte/Dienstleistungen	0.7	0.1	576.8 %	-	576.8 %
<b>Total</b>	<b>61.9</b>	<b>54.2</b>	<b>14.3 %</b>	-	<b>14.3 %</b>

Weitere Details zum Umsatzentwicklung sind dem Finanziellen Lagebericht im Emmi Halbjahresbericht 2021 zu entnehmen.

### **Gewinnentwicklung: Konstanter Aufwärtstrend bei der Profitabilität**

Gestützt auf das erfreuliche Umsatzwachstum konnte Emmi im ersten Halbjahr 2021 ihre Profitabilität weiter stärken. Die weiterhin konsequent auf nachhaltiges und profitables Wachstum ausgerichtete Weiterentwicklung unseres Gesellschafts- und Produktportfolios mit starken Markenkonzepthen trug Früchte. Ein besonderes Augenmerk galt auch weiterhin unserem gruppenweiten Effizienzsteigerungs- und Kostensparprogramm Emmi Operational Excellence.

Aufgrund der positiven Umsatzentwicklung kann Emmi für das erste Halbjahr 2021 einen deutlich gesteigerten **Bruttogewinn** von CHF 699.8 Millionen (Anstieg um 9.4 %) und eine verbesserte **Bruttogewinnmarge** (37.2 % vs. 36.1 %) ausweisen. Diese positive Margenentwicklung fusst auf der konsequenten Umsetzung der bewährten Strategie, der stetigen Weiterentwicklung des Gesellschafts- und Produktportfolio sowie einem positiven Effekt aus der Akquisition der Emmi Dessert USA. Zudem wurden die Massnahmen zur Produktivitätssteigerung und in der Beschaffung weiter vorangetrieben.

6/7

Das **Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)** betrug in der Berichtsperiode CHF 129.4 Millionen und lag damit um CHF 17.4 Millionen beziehungsweise 15.5 % über dem EBIT des Vorjahres (CHF 112.0 Millionen). Getrieben durch die beschriebene Entwicklung der Bruttogewinnmarge stieg auch die **EBIT-Marge** deutlich an, von 6.3 % im Vorjahr auf 6.9 % in der Berichtsperiode.

Der **Unternehmensgewinn inklusive Minderheitsanteile** betrug CHF 107.1 Millionen gegenüber CHF 86.8 Millionen im Vorjahr. Nach Abzug der Minderheitsanteile am Unternehmensgewinn resultierte ein **Reingewinn** von CHF 98.7 Millionen (Vorjahr: CHF 81.3 Millionen). Entsprechend stieg der Reingewinn um deutliche CHF 17.4 Millionen beziehungsweise 21.4 %. Die **Reingewinnmarge** betrug 5.2 % (Vorjahr: 4.6 %).

*Weitere Details zum Gewinnentwicklung sind dem Finanziellen Lagebericht im Emmi Halbjahresbericht 2021 zu entnehmen.*

### **Ausblick: Mit Vorsprung ins herausfordernde zweite Halbjahr**

Die im März 2021 kommunizierten Umsatzerwartungen für das Gesamtjahr wurden zum Halbjahr grösstenteils übertroffen. Das zweite Halbjahr bleibt mit massiven Unsicherheiten behaftet, mit einer Normalisierung in allen Ländergesellschaften rechnet Emmi - wenn überhaupt - erst für 2022; Rückschläge bei der Corona-Entwicklung vorbehalten. Dennoch erwartet Emmi auf Gruppenstufe - insbesondere aufgrund der positiven Dynamik im internationalen Geschäft - ein gesamthaft leicht höheres organisches Wachstum. Dies trotz einer leichten Verschlechterung des Ausblicks für die Division Schweiz. Erwartungsgemäss lag dort die Umsatzentwicklung in den ersten sechs Monaten des laufenden Jahres noch unter der Prognose für das Gesamtjahr. Dies aufgrund des aussergewöhnlichen Umsatzzuwachses in der Vorjahresperiode. Allerdings ist die breite Erholung über alle relevanten Kundengruppen von Emmi in der Schweiz verzögert, was in der angepassten Umsatzprognose für die Division Schweiz zum Ausdruck kommt.

An den im März kommunizierten Prognosen für EBIT und Reingewinnmarge hält Emmi fest. Steigende Inputkosten, etwa für Verpackungsmaterialien und im Bereich der Logistik, werden sich im zweiten Halbjahr negativ im Ergebnis niederschlagen.

7/7

## Prognosen Gesamtjahr 2021

- Organische Umsatzentwicklung:

Konzern:	2 % bis 3 % (bisher 1 % bis 2 %)
Division Schweiz:	-2.5 % bis -3.5 % (bisher -1 % bis -2 %)
Division Americas:	7 % bis 9 % (bisher 4 % bis 6 %)
Division Europa:	3 % bis 5 % (bisher 1 % bis 3 %)
- EBIT: CHF 275 Millionen bis CHF 290 Millionen
- Reingewinnmarge: 5.2 % bis 5.7 %

*Ein detaillierter Ausblick ist der Präsentation zum Emmi Halbjahresergebnis 2021 [[Hyperlink](#)] zu entnehmen.*

## **Downloadmaterial und weitere Informationen**

[Emmi Halbjahresbericht 2021](#)

[Alternative Performancekennzahlen](#)

[Präsentation zum Emmi Halbjahresergebnis 2021](#)

[Allgemeines Bildmaterial zu Emmi](#)

## **Kontakte**

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

Investor Relations: Ricarda Demarmels, Group CFO  
[ir@emmi.com](mailto:ir@emmi.com)

## **Über Emmi**

Emmi ist die führende 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 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 Menschen, Tiere 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 acht 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 rund 8'900 Mitarbeitenden sind mittlerweile über zwei Drittel an den Standorten ausserhalb der Schweiz beschäftigt.