

## Medienmitteilung

*Ad hoc-Mitteilung gemäss Art. 53 Kotierungsreglement*

## Emmi mit konstant zuverlässigem Ergebnis

Luzern, 4. März 2022 – Emmi hat im vergangenen Jahr erneut solide gewirtschaftet und steigert den Umsatz auf CHF 3'911.9 Millionen. In einem von der Pandemie und steigenden Inputkosten geprägten Umfeld fällt das Wachstum mit 5.6 % bzw. organisch 3.6 % über den eigenen Erwartungen aus. Auf Stufe EBIT resultiert mit CHF 284.1 Millionen ein Anstieg von bereinigt CHF 12.9 Millionen, der Reingewinn wächst bereinigt um CHF 14.1 Millionen auf CHF 216.7 Millionen. Das positive Gesamtergebnis beruht auf einer bewährten Strategie, einem diversifizierten Sortiments- und Länderportfolio sowie differenzierten, innovationsstarken Markenkonzepten und einer anpassungsfähigen Organisation. Um ihr Geschäft langfristig erfolgreich weiterzuentwickeln schärft Emmi zudem, auf ihren Stärken aufbauend, die Strategie und definiert mit einem Purpose noch klarer, wofür Emmi heute und in Zukunft steht: für beste Milchmomente. Für 2022 rechnet die führende Schweizer Milchverarbeiterin trotz anhaltender Unsicherheiten und starken inflationären Tendenzen mit einem organischen Wachstum von 2.5 % bis 3.5 % und einem leicht steigenden Ergebnis auf Stufe EBIT.

### In Kürze

- Umsatz mit einem organischen Plus von 3.6 % (2020: 1.9 %) über den eigenen Erwartungen (2 % bis 3 %); Akquisitionseffekt 2.3 %; Währungseffekt -0.3 %
- EBIT mit CHF 284.1 Millionen um 4.8 % über dem um den Verkauf von Lácteos Caprinos S.A. bereinigten Vorjahr, EBIT-Marge konstant bei 7.3 %
- Reingewinn steigt gegenüber dem bereinigten Vorjahr um 7.0 % auf CHF 216.7 Millionen, Reingewinnmarge ebenfalls konstant bei 5.5 %
- Stärkung in Wachstumsmärkten durch gezielte Akquisitionen (Athenos Feta-Geschäft, USA, 2021), erfolgreiche Weiterentwicklung strategischer Nischen (Emmi Dessert USA, 2020)
- Verbesserung beim CDP Klima-Rating (Stufe "B") weiterhin über dem Branchenschnitt; Auszeichnung als führendes Unternehmen beim Engagement über die gesamte Wertschöpfungskette
- Schärfung der Strategie entlang bestehender Stärken und Einführung eines Emmi Purpose: "Gemeinsam schaffen wir die besten Milchmomente – heute und für kommende Generationen"
- Der Verwaltungsrat beantragt eine Dividende von CHF 14.00 pro Aktie (Vorjahr: CHF 13.00)
- Ausblick 2022: organisches Umsatzwachstum von 2.5 % bis 3.5 % und leicht steigendes EBIT auf zwischen CHF 290 Millionen und CHF 305 Millionen

2/8

Urs Riedener, CEO der Emmi Gruppe, zum Jahresergebnis: "Wir haben 2021 erneut unter Beweis gestellt, dass unser Geschäftsmodell funktioniert und sich unsere klare strategische Ausrichtung bewährt – mit einem breit abgestützten Produkte- und Länderportfolio sowie innovationsstarken Marken und einer agilen, lokal verankerten Organisation. Dass es uns in diesem aussergewöhnlichen Jahr wiederum gelungen ist, unser Geschäft beharrlich weiter zu stärken und auch im Bereich Nachhaltigkeit weitere Fortschritte zu erzielen, erfüllt mich mit besonderer Genugtuung. Um Emmi langfristig erfolgreich weiterzuentwickeln und unser Geschäft noch klarer auf künftiges Wachstum auszurichten, schärfen wir aufbauend auf unseren Stärken unsere Strategie und verbinden damit auch die Einführung eines Emmi Purpose. Dieser steht für unsere Leidenschaft, hochwertige Milchprodukte und Spezialitäten mit Respekt für Natur und Mensch sorgsam herzustellen und so auch für kommende Generationen einzigartige Genussmomente zu kreieren."

## Kennzahlen

In CHF Millionen	2021	2020	2020 bereinigt*
<b>Nettoumsatz</b>	<b>3'912</b>	<b>3'706</b>	
Umsatzveränderung in %	5.6	6.1	
Organisches Umsatzwachstum in %	3.6	1.9	
Akquisitionseffekt** in %	2.3	8.7	
Währungseffekt in %	-0.3	-4.5	
<b>Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)</b>	<b>284.1</b>	<b>256.6</b>	<b>271.2</b>
in % vom Nettoumsatz	7.3	6.9	7.3
<b>Reingewinn</b>	<b>216.7</b>	<b>188.4</b>	<b>202.6</b>
in % vom Nettoumsatz	5.5	5.1	5.5
<b>Investitionen in Anlagevermögen (ohne Akquisitionen)</b>	<b>152.6</b>	<b>131.4</b>	
in % vom Nettoumsatz	3.9	3.5	
<b>Personalbestand (auf Vollzeitbasis) per 31.12.</b>	<b>9'230</b>	<b>8'664</b>	

\*Bereinigt um Sondereffekte von CHF 14.6 Millionen beim EBITDA und EBIT beziehungsweise CHF 14.2 Millionen beim Reingewinn. Diese resultierten aus dem Verkauf der Mehrheitsbeteiligung an der Lácteos Caprinos S.A. im Vorjahr.

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

- Akquisition der Chäs Hütte Zollikon GmbH (Schweiz, 29. Juli 2020)
- Akquisition der Emmi Dessert USA (vormals Indulge Desserts Gruppe, USA, 6. Oktober 2020)
- Akquisition des Athenos-Geschäfts (USA, 1. Dezember 2021)
- Verkauf der Lácteos Caprinos S.A. (Spanien, 18. Dezember 2020)

Emmi beweist Konstanz und wächst beharrlich in einem von anhaltenden Herausforderungen geprägten Umfeld. Der Jahresumsatz nähert sich der CHF 4 Milliarden-Marke und liegt mit einem starken organischem Wachstum von 3.6 % über den eigenen Erwartungen.

3/8

Die positive Performance bestätigt den konsequent eingeschlagenen strategischen Kurs mit einem diversifizierten Sortiments- und Länderportfolio, differenzierten Markenkonzepten und Innovationen sowie einer höchst anpassungsfähigen, lokal verankerten Organisation.

Während sich in der Schweiz das Geschäft nach dem pandemiebedingten Zuwachs im Vorjahr wie erwartet leicht rückläufig entwickelte, hielt die Dynamik in den Auslandsmärkten sowie im Geschäft in strategischen Nischen wie etwa mit italienischen Dessertspezialitäten an.

### **Stärken ausgebaut und Geschäft auf Kurs gehalten**

Nochmals deutlich in der Gunst der Konsumentinnen und Konsumenten zulegen konnten auch Markenkonzepte, allen voran Emmi Caffè Latte und Kaltbach Käse. Diese stehen stellvertretend für die Fähigkeit von Emmi, mit relevanten Innovationen Akzente zu setzen und Trends – wie etwa bei pflanzenbasierter Ernährung – mit erfolgreichen Konzepten wie der veganen Marke Beleaf in Wachstum zu überführen.

Auch die konsequente Arbeit am Emmi Gesellschaftsportfolio trug weiter Früchte. Im für Emmi bedeutendsten Auslandsmarkt USA konnte mit dem Zukauf des Athenos-Geschäfts, der Nummer 1 im US-Feta-Markt, das strategisch wichtige Standbein Spezialitätenkäse weiter gestärkt werden. Zum Wachstumstreiber entwickelt hat sich auch die im Oktober 2020 in den USA – dem grössten Dessertmarkt der Welt – erworbene und in das internationale Dessertnetzwerk von Emmi eingebundene Emmi Dessert USA.

Gleichzeitig haben Engpässe bei Lieferanten, in der Logistik und auf dem Arbeitsmarkt sowie teilweise massiv höhere Rohstoff-, Material- und Energiepreise auch Emmi stark gefordert. Dank vorausschauender und agiler Planung, intensivierten Effizienzbemühungen und regional integrierter Lieferketten konnte ein Teil der Mehrkosten kompensiert und das Geschäft verlässlich auf Kurs gehalten werden. Die EBIT-Marge mit 7.3 % und die Reingewinnmarge mit 5.5 % wurden verteidigt. In absoluten Zahlen wächst der EBIT auf CHF 284.1 Millionen (+4.8 % auf das bereinigte Vorjahr) bzw. der Reingewinn auf CHF 216.7 Millionen (+7.0 % auf das bereinigte Vorjahr).

### **Auf Kurs beim Thema Nachhaltigkeit**

Anknüpfend an ihre langjährige Tradition und auf der Basis der im Emmi Nachhaltigkeitsmodell definierten Handlungsfelder und Zielsetzungen, hat Emmi ihren Einfluss bei der Etablierung einer nachhaltigen Milchwirtschaft weiter ausgebaut. In der Schweiz liegt der Anteil der von Emmi verarbeiteten und gemäss dem Swissmilk Green-Standard nachhaltig hergestellten Milch neu bei 94 %. Mit Blick auf die Etablierung einer nachhaltigen Milchproduktion im Ausland hat Emmi zudem wissenschaftlich abgestützte Indikatoren entwickelt und erste Pilotprojekte initiiert.

Auch bei der Reduktion von Emissionen, Abfall und Wasserverbrauch konnten umgelegt auf das Produktionsvolumen insgesamt weitere Fortschritte erzielt werden. Dies schlägt sich auch in einer weiteren Verbesserung beim CDP Klima-Rating auf Stufe "B" positiv nieder. Damit schneidet Emmi klar über dem Durchschnitt der Lebensmittelindustrie ab und zählt neu zu den Leaders beim

4/8

Engagement für eine Transition in eine nachhaltige Netto-Null-Zukunft über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg.

### **Bewährte Strategie mit Blick auf kommende Generationen weiterentwickeln**

Mit Blick auf eine langfristig erfolgreiche sowie nachhaltig profitable Geschäftsentwicklung, schärft Emmi zudem ihre Strategie. Aufbauend auf dem bewährten, verantwortungsvollen Geschäftsmodell, bildet das Unternehmen Zukunftsthemen und veränderte Bedürfnisse neu noch deutlicher in ihrer Strategie ab.

Diese umfasst fünf Kernelemente: Von der Stärkung der Position im Heimmarkt Schweiz über eine weiterhin fokussierte internationale Expansion bis hin zur konsequenten Weiterentwicklung profitabler, klar definierter Nischengeschäfte mit führenden Positionen in den Bereichen Ready to Drink-Kaffee, Spezialitätenkäse, gekühlte Premium-Desserts und pflanzenbasierter Milchalternativen. Nebst diesen marktbezogenen Elementen, runden Exzellenz im Handeln sowie Nachhaltigkeit die adaptierte Gruppenstrategie ab.

Neu hält ausserdem auch der Emmi Purpose klar fest, wofür Emmi steht: "Gemeinsam schaffen wir die besten Milchmomente – heute und für kommende Generationen". Der Purpose drückt die Leidenschaft aus, hochwertige Milchprodukte und Spezialitäten mit Respekt für Natur und Mensch sorgsam herzustellen und einzigartige Genussmomente zu kreieren. In Verbindung mit der Strategie zeichnet der Purpose zudem vor, wie Emmi ihr Geschäft, ihre Marken und ihr Portfolio langfristig weiterentwickelt und Mehrwert für alle Anspruchsgruppen schafft.

### **Umsatzentwicklung**

Im Geschäftsjahr 2021 erwirtschaftete Emmi trotz einem herausfordernden Umfeld und einer leicht negativen Währungsentwicklung einen Nettoumsatz von CHF 3'911.9 Millionen (Vorjahr: CHF 3'706.1 Millionen) sowie ein Wachstum von 5.6 %. Dieses setzt sich zusammen aus einem organischen Zuwachs von 3.6 %, einem positiven Akquisitionseffekt von 2.3 % und einem negativen Währungseffekt von -0.3 %.

Die nachfolgende Tabelle vermittelt einen Überblick über die Umsatzentwicklung nach Divisionen. Details zur Umsatzentwicklung 2021 enthält die [Medienmitteilung](#) vom 26. Januar 2022 sowie der [Geschäftsbericht 2021](#).

5/8

## Umsatzkennzahlen

in CHF Millionen	Division Schweiz	Division Americas	Division Europa	Division Global Trade	Konzern
Umsatz 2021	1'650	1'479	662	121	<b>3'912</b>
Umsatz 2020	1'686	1'282	631	107	<b>3'706</b>
Veränderung	-2.2 %	15.4 %	5.0 %	13.1 %	<b>5.6 %</b>
davon Akquisitionseffekt*	-	7.4 %	-1.7 %	1.6 %	<b>2.3 %</b>
davon Währungseffekt	-	-1.6 %	1.5 %	-	<b>-0.3 %</b>
davon organisches Umsatzwachstum	-2.2 %	9.6 %	5.2 %	11.5 %	<b>3.6 %</b>

\*Die Akquisitionseffekte sind auf die folgenden Faktoren zurückzuführen:

### Positive Faktoren:

- Akquisition der Chäs Hütte Zollikon GmbH (Schweiz, 29. Juli 2020)
- Akquisition der Emmi Dessert USA (vormals Indulge Desserts Gruppe, USA, 6. Oktober 2020)
- Akquisition des Athenos-Geschäfts (USA, 1. Dezember 2021)

### 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, Europa und Global Trade. Auf Konzernstufe hatten diese Verschiebungen zwischen einzelnen Divisionen jedoch keinen Einfluss auf die organische Umsatzentwicklung.

## Gewinnentwicklung

Der **Bruttogewinn** erhöht sich um CHF 80.2 Millionen oder 5.9 % auf CHF 1'429.9 Millionen (Vorjahr: CHF 1'349.7 Millionen), was sich dank konsequenter Fokussierung auf margenstarke Geschäfte trotz steigenden Inputkosten und einem leicht negativen Währungseffekt auch positiv auf die Bruttogewinnmarge mit 36.6 % (Vorjahr auf 36.4 %) auswirkt.

Nach Abzug des Personalaufwands von CHF 534.8 Millionen (Vorjahr: CHF 493.8 Millionen) und Sonstigen Betriebsaufwands von CHF 509.5 Millionen (Vorjahr: CHF 484.0 Millionen) beträgt das **Betriebsergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)** CHF 394.7 Millionen. Dies entspricht einem Anstieg von CHF 3.8 Millionen gegenüber dem bereinigten Vorjahr (CHF 390.9 Millionen). Als Konsequenz des im Verhältnis zum Umsatz inflationsbedingt leicht stärker gestiegenen Betriebsaufwands sinkt die **EBITDA-Marge** von 10.5 % im Vorjahr auf 10.1 %.

Die **Abschreibungen und Amortisationen** sanken in erster Linie aufgrund höherer ausserplanmässigen Abschreibungen im Vorjahr um CHF 9.0 Millionen auf CHF 110.7 Millionen (Vorjahr: CHF 119.7 Millionen). Das **Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)** steigt ausgehend vom bereinigten Vorjahreswert damit um CHF 12.9 Millionen oder 4.8 % auf CHF 284.1 Millionen, was einer konstanten EBIT-Marge von 7.3 % entspricht.

6/8

Der **Unternehmensgewinn einschliesslich Minderheitsanteile** beträgt CHF 230.7 Millionen (Vorjahr: CHF 201.6 Millionen), was einer Zunahme von CHF 29.1 Millionen bzw. auf Basis bereinigter Werte von CHF 14.9 Millionen entspricht. Der resultierende **Reingewinn** von CHF 216.7 Millionen (Vorjahr: CHF 188.4 Millionen) legt um CHF 28.3 Millionen zu bzw. CHF 14.1 Millionen bereinigt um den Verlust aus dem Verkauf von Lácteos Caprinos S.A. im Vorjahr. Auf Basis von bereinigten Werten bleibt die **Reingewinnmarge** damit konstant bei 5.5 %.

Dank diesem soliden Gesamtergebnis erhöht sich der Gewinn pro Aktie um 7.0 %. Der Verwaltungsrat schlägt der Generalversammlung eine Erhöhung der Dividende um 7.7 % auf CHF 14.00 pro Aktie vor.

### **Ausblick**

Die in den letzten Monaten in vielen für Emmi relevanten Märkten herausfordernden makroökonomischen Rahmenbedingungen und damit einhergehenden Unsicherheiten sowie ein sich akzentuierender Inflationsdruck dürften noch länger Bestand haben. Das Gleiche gilt für die teilweise massiv über dem Langzeittrend liegenden Rohstoff-, Material-, Logistik- und Energiekosten. Verstärkt durch steigende Lohnkosten im internationalen Umfeld führt dies zu einem weiterhin erheblichen Druck auf die Inputkosten, denen Emmi mit Verkaufspreiserhöhungen, aber auch gezielten Investitionen in Wachstum und Effizienzgewinne begegnen wird. Aber auch die Pandemie wird das Geschäftsjahr 2022 beeinflussen und insbesondere die Geschäfte im Food Service-Bereich dürften sich weiterhin unter dem Niveau bewegen, welches vor der Pandemie erreicht wurde.

Für 2022 geht Emmi auf Gruppenstufe von einem organischen, Umsatzwachstum von 2.5 % bis 3.5 % aus, welches inflationsgestützt leicht über den Mittelfristerwartungen (2 % bis 3 %) liegt. Mit der Rückkehr zu früheren Konsummustern und einem anhaltend stark kompetitiven Marktumfeld mit hohem Import- und Preisdruck bei Milchprodukten dürfte in der **Division Schweiz** das organische Umsatzwachstum nochmals leicht negativ ausfallen (-1 % und 0 %). Im internationalen Geschäft erwarten wir hingegen eine anhaltend dynamische Entwicklung. Inflationsbedingt dürfte das organische Umsatzwachstum in der **Division Europa** mit 3 % bis 5 % und in der **Division Americas** mit 6 % bis 8 % über den Mittelfristerwartungen liegen.

Beim Betriebsergebnis rechnet Emmi auf Stufe EBIT mit einer Steigerung auf CHF 290 Millionen bis CHF 305 Millionen und einer Reingewinnmarge zwischen 5.0 % und 5.5 %. Emmi bestätigt zudem die Mittelfristziele hinsichtlich organischem Wachstum und Reingewinnmarge.

7/8

### **Prognosen 2022**

- Organisches Umsatzwachstum Konzern: 2.5 % bis 3.5 %
- Organisches Umsatzwachstum Division Schweiz: -1 % bis 0 %
- Organisches Umsatzwachstum Division Americas: 6 % bis 8 %
- Organisches Umsatzwachstum Division Europa: 3 % bis 5 %
- EBIT: CHF 290 bis 305 Millionen
- Reingewinnmarge: 5.0 % bis 5.5 %

### **Mittelfristige Prognosen**

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

Emmi veröffentlicht am 18. August 2022 um 07:00 Uhr die Halbjahresergebnisse 2022.

8/8

## Downloadmaterial und weitere Informationen

- [Online-Geschäftsbericht 2021](#)
- [Alternative Performance-Kennzahlen](#)
- [Präsentation zum Jahresergebnis 2021](#)
- [Medienmitteilung Umsatz 2021 \(26. Januar 2022\)](#)
- [Weitere IR-/Medieninformationen](#)
- [Allgemeines Bildmaterial zu Emmi](#)

## Kontakte

Analysten	Ricarda Demarmels, CFO <a href="mailto:ir@emmi.com">ir@emmi.com</a>
Medien	Markus Abt, Leiter Konzernkommunikation <a href="mailto:media@emmi.com">media@emmi.com</a>

## Über Emmi

Emmi ist der führende Hersteller von hochwertigen Milchprodukten in der Schweiz. Die Wurzeln des Unternehmens reichen zurück bis ins Jahr 1907 mit dessen Gründung durch milchbäuerliche Genossenschaften in der Region Luzern. Mit einer klar ausgerichteten Strategie, innovativen Produkten und international etablierten Markenkonzepten wie Emmi Caffè Latte oder Kaltbach Käse hat sich das Unternehmen zu einer international tätigen, börsennotierten Unternehmensgruppe (EMMN) mit einer starken lokalen Präsenz in 15 Ländern entwickelt.

Als Teil des Geschäftsmodells mit Ressourcen sorgsam umzugehen und gerade auch in ländlichen Gebieten Wertschöpfung zu liefern hat sich Emmi der Tradition verpflichtet, beste Milchmomente auch für kommende Generationen zu schaffen. Ihre Qualitätsprodukte vertreibt die Emmi Gruppe in rund 60 Ländern und stellt hochwertige Lebensmittel an über 30 eigenen Produktionsstandorten in 9 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.