



18. AUGUST 2021

Emmi Halbjahresergebnis 2021



Haftungsausschluss

Diese Präsentation enthält zukunftsgerichtete Aussagen, die auf derzeitigen Annahmen und Prognosen beruhen. Diese beinhalten bestimmte Risiken und Unsicherheiten, die dazu führen können, dass die tatsächlichen Ergebnisse erheblich von den in den zukunftsgerichteten Aussagen enthaltenen Resultaten abweichen.

Zu den potenziellen Risiken und Ungewissheiten gehören Faktoren wie die allgemeine Wirtschaftslage, Wechselkurs- und Rohstoffpreisschwankungen, Wettbewerbsdruck auf Produkte und Preise sowie regulatorische Entwicklungen.

Emmi stellt die Informationen in dieser Präsentation zum genannten Datum zur Verfügung und übernimmt keine Verpflichtung, zukunftsgerichtete Aussagen aufgrund neuer Informationen, zukünftiger Ereignisse oder aus anderen Gründen zu aktualisieren.

Diese Präsentation ist nicht als Empfehlung zum Kauf, Verkauf oder Halten von Wertpapieren gedacht und stellt kein Angebot für den Verkauf oder Kauf von Wertpapieren in der Schweiz, den Vereinigten Staaten oder einer anderen Jurisdiktion dar.

Willkommen

«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 Industriekundengeschäft.

Vor dem Hintergrund der jüngsten Flutkatastrophen und Hitzewellen gewinnen zudem unsere 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.»

Urs Riedener, CEO Emmi



**Wir sorgen für die besten Milchmomente
auch für kommende Generationen.**

Agenda

1. Strategieumsetzung

Urs Riedener, CEO

2. Performance im ersten Halbjahr 2021

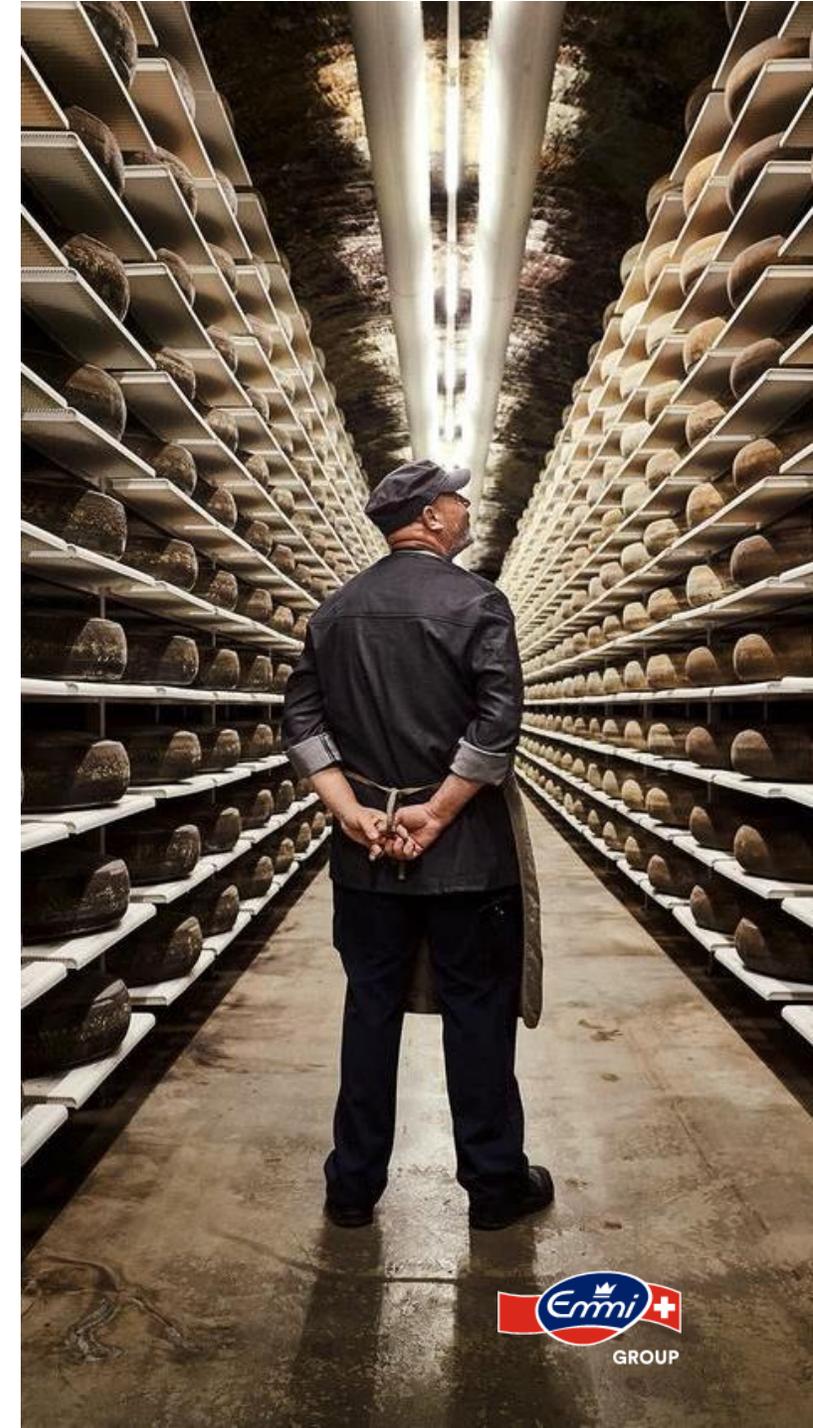
Ricarda Demarmels, CFO

3. Ausblick

Urs Riedener, CEO

4. Q&A

Urs Riedener, CEO | Ricarda Demarmels, CFO



Gute, wachstumsgetriebene Performance

Verlässliches Emmi Geschäftsmodell

- Resiliente und agile Mitarbeitende trotz Corona-Verwerfungen
- Durchschlagskraft von diversifiziertem Länderportfolio sowie Kategorien- und Kanal-Mix
- Verankerung in regionalen Wertschöpfungsketten als Trumpf

Gutes Wachstum entlang strategischem Fokus

- Starkes organisches Wachstum von 3.7 %
getrieben von wiedergewonnener, über den Erwartungen liegender Dynamik im Auslandsgeschäft
- EBIT steigt auf CHF 129.4 Mio., EBIT-Marge auf 6.9 %
- Schwellenländer, Markenkonzepte und strategische Nischen weiterhin als Wachstumstreiber
Erholung im Food Service-Bereich in den USA, jüngste Akquisitionen mit positivem Momentum
- Erwartete Einbussen in der Schweiz nach coronagetriebenem Rekordsemester 2020
Food Service-Geschäft verharrt in der Schweiz und Europa unter Vorkrisenniveau

Festhalten an strategischem Wachstumskurs

- Erweitertes, auf netZERO 2050-Agenda ausgerichtetes Emmi Nachhaltigkeitsmodell
- Zuversichtlicher Ausblick für H2/2021
trotz anhaltenden Unsicherheiten und weltweit steigenden Inputkosten



Konsequente Strategiemsetzung

spiegelt sich in positiver, kontinuierlicher Kennzahlenentwicklung

CHF 1'883.6 Mio.
Nettoumsatz (Vorjahr: CHF 1'773.5 Mio.)
Organisches Wachstum: +3.7 %

CHF 129.4 Mio.
EBIT (Vorjahr: CHF 112.0 Mio.)
EBIT-Marge: 6.9 % (Vorjahr: 6.3 %)

Finanzielle Stärke

0.53x Nettoverschuldung/EBITDA
31. Dezember 2020: 0.43x

CHF 98.7 Mio.
Reingewinn (Vorjahr: CHF 81.3 Mio.)
Reingewinn-Marge: 5.2 % (Vorjahr: 4.6 %)



Zuverlässige Langfristperformance

jeweils Halbjahreszahlen, in CHF Millionen	2021	2020	2019	2018 ¹⁾	2017
Nettoumsatz	1'883.6	1'773.5	1'663.3	1'674.8	1'600.2
Organisches Umsatzwachstum in %	3.7	2.0	1.6	2.4	-1.3
EBITDA	186.4	168.1	159.6	162.7	156.6
in % des Nettoumsatzes	9.9	9.5	9.6	9.7	9.8
EBIT	129.4	112.0	105.3	106.8	101.4
in % des Nettoumsatzes	6.9	6.3	6.3	6.4	6.3
Reingewinn	98.7	81.3	87.0	86.3 ¹⁾	77.6
in % des Nettoumsatzes	5.2	4.6	5.2	5.2	4.8
Personalbestand (auf Vollzeitbasis) <i>per 30.06.</i>	8'862	8'173	6'045	6'146	5'940

1) Bereinigt um den Gewinn aus dem Verkauf des Minderheitsanteils an der Icelandic Milk and Skyr Corporation «siggi's»



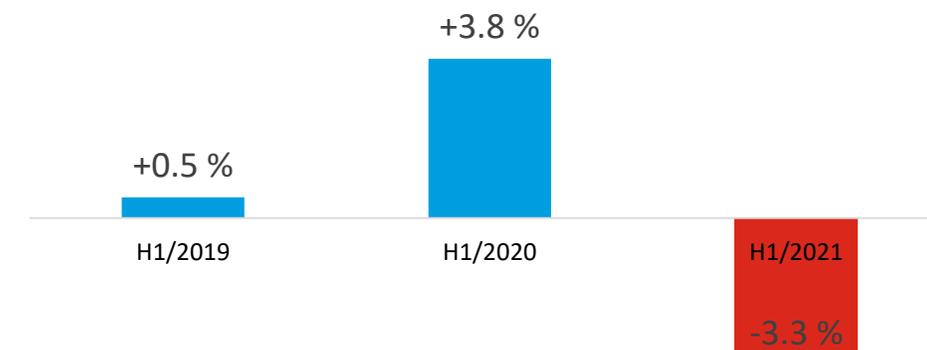
Wachstumspfad auf Mittelfristprognose

Einsetzende Erholung 2021 normalisiert Ausnahmejahr 2020

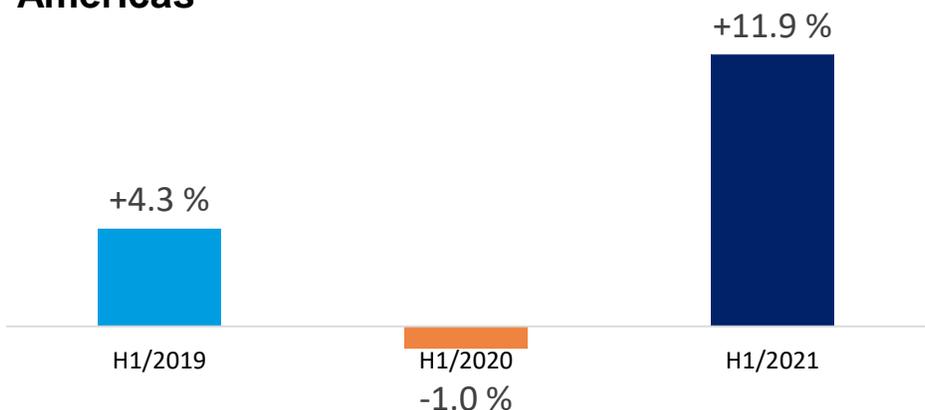
Gruppe*



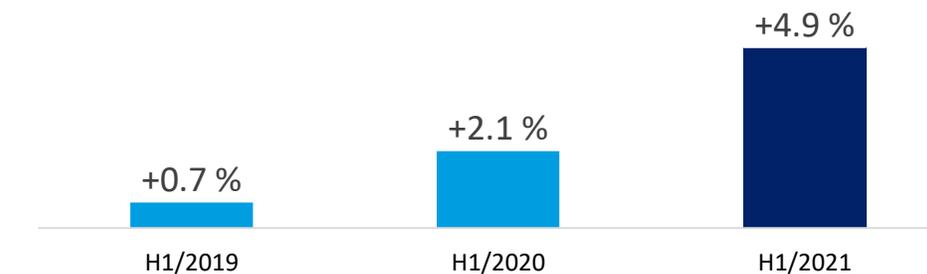
Schweiz*



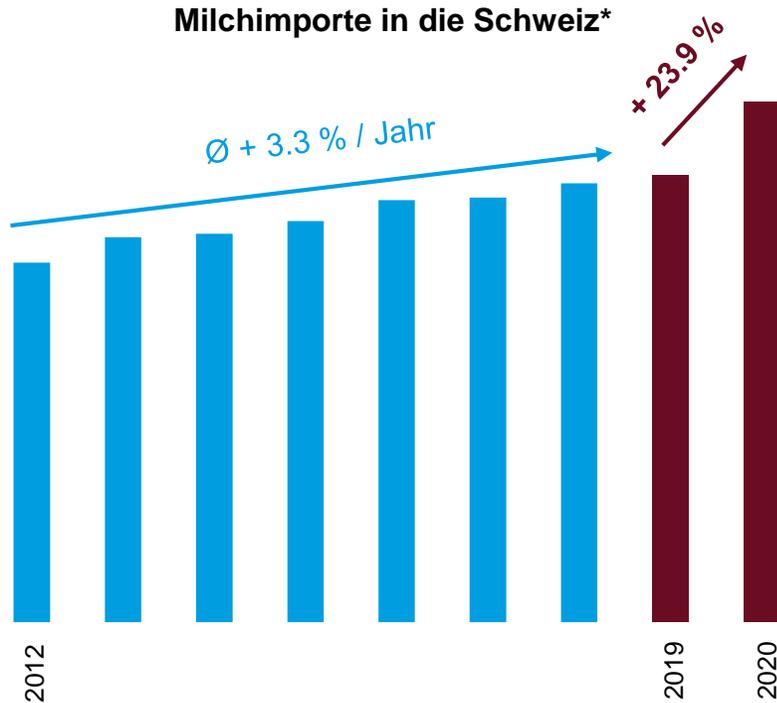
Americas*



Europa*



Schweiz: Beschleunigter Importdruck bei Milchprodukten



* In. Mio Vollmilchäquivalent, inkl. verarbeitete Produkte



Highlights H1/2021



Wachstum in Brasilien
 Neue Milchpulverfabrik als Basis für weiteres Wachstum im B2B-Geschäft und zur Stärkung der regionalen Milchposition von Laticínios Porto Alegre.



Nachhaltigkeitsmodell
 Gesamtansatz mit erweiterten ambitionierten Zielsetzungen auf Basis von SBTi* und Vision netZERO 2050.
 *Science Based Targets-Initiative



«beleaf» & Swissness
 Breitere Distribution und dank Schweizer Hafer mehr regionale Wertschöpfung sowie reduzierter ökologischer Fussabdruck.



Quillayes Surlat
 Bündelung der Aktivitäten in Logistik und Administration, Intensivierung der Wachstumsambitionen als Nr. 4 im chilenischen Milchmarkt.



Dessert-Kompetenz
 Stärkung des Emmi Dessertnetzwerks und Investition in einen neuen Fertigungs- & Innovations-Hub bei Pasticceria Quadrifoglio konzipiert als 1. «netto null»-Standort von Emmi.



Neue Käserei Emmen
 Baustart an der Emmi Ursprungsstätte der CHF 50 Mio. Investition in eine moderne, regionale und ressourcenschonende Herstellung von Schweizer Käse.

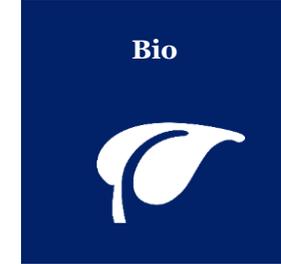
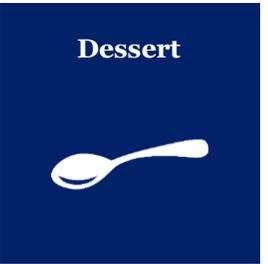


Bewährte und erfolgreiche Strategie

Strategische Pfeiler



Strategische Nischen



Innovationsentwicklung in Wachstumsfeldern



The new functional



Casual food



Plant-based alternatives



New coffee experiences



Food as it should be



Healthy Hedonism



Individualization



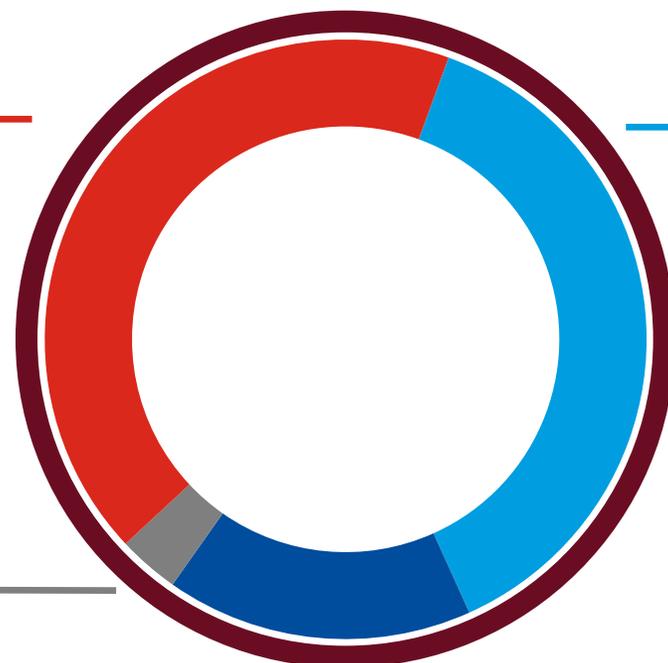
Green power



Nettoumsatz nach Divisionen

Nettoumsatz Gruppe CHF 1'883.6 Mio.

H1/2020: CHF 1'773.5 Mio.



Schweiz 42.5 %

Nettoumsatz CHF 801.8 Mio.

H1/2020: CHF 828.8 Mio. / 46.7 %

Americas 37.7 %

Nettoumsatz CHF 709.5 Mio.

H1/2020: CHF 598.6 Mio. / 33.8 %

Global Trade 3.3 %

Nettoumsatz CHF 61.9 Mio.

H1/2020: CHF 54.2 Mio. / 3.1 %

Europa 16.5 %

Nettoumsatz CHF 310.4 Mio.

H1/2020: CHF 291.9 Mio. / 16.4 %

Top 5 Märkte:

-  Schweiz
-  USA
-  Chile
-  Deutschland
-  Spanien

Umsatzwachstum nach Divisionen

Schweiz

Organisch -3.3 % *H1/2020: +3.8 %*

Food Service Anteil 8 %, org. -9 % *H1/2020: FS-Anteil 9 %, org. -24 %*

Americas

Organisch +11.9 % *H1/2020: -1.0 %*

Food Service Anteil 19 %, org. +36 % *H1/2020: FS-Anteil 12 %, org. -37 %*

Europa

Organisch +4.9 % *H1/2020: +2.1 %*

Food Service Anteil 4 %, org. +7 % *H1/2020: FS-Anteil 5 %, org. -26 %*

Gruppe

Organisch +3.7 % *H1/2020: +2.0 %*

Food Service Anteil 12 %, org. +13 % *H1/2020: FS-Anteil 9 %, org. -31 %*

Global Trade

Organisch +14.3 % *H1/2020: +2.1 %*

Food Service Anteil 12 %, org. +3 % *H1/2020: FS-Anteil 13 %, org. +1 %*

Nettoumsatz nach Produktgruppen

Käse 28.8 %

CHF 542.2 Mio.

H1/2020: CHF 510.5 Mio. / 28.8 %

Molkereiprodukte 30.1 %

CHF 566.5 Mio.

H1/2020: CHF 568.6 Mio. / 32.1 %

Übrige Produkte/Dienstleistungen 5.0 %

CHF 93.5 Mio.

H1/2020: CHF 89.4 Mio. / 5.0 %

Frischprodukte 26.6 %

CHF 501.5 Mio.

H1/2020: CHF 421.0 Mio. / 23.7 %

Frischkäse 5.5 %

CHF 104.0 Mio.

H1/2020: CHF 105.2 Mio. / 5.9 %

Pulver/Konzentrate 4.0 %

CHF 75.9 Mio.

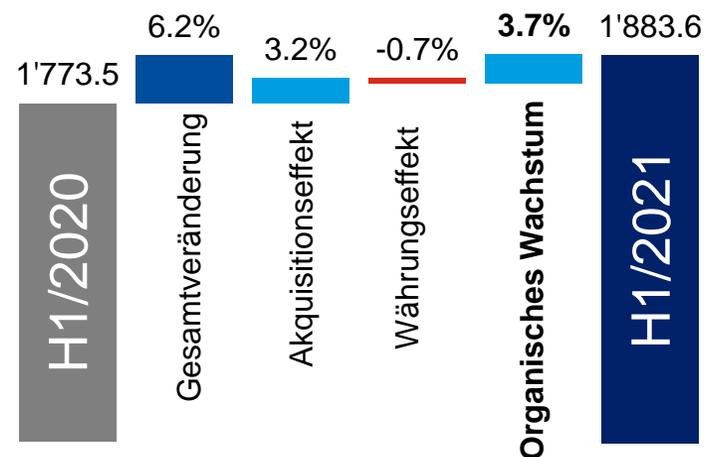
H1/2020: CHF 78.8 Mio. / 4.5 %



Starkes organisches Umsatzwachstum

M&A stärkt Portfolio und Performance kontinuierlich

Nettoumsatz Emmi Gruppe in CHF Millionen



Highlights Emmi Gruppe

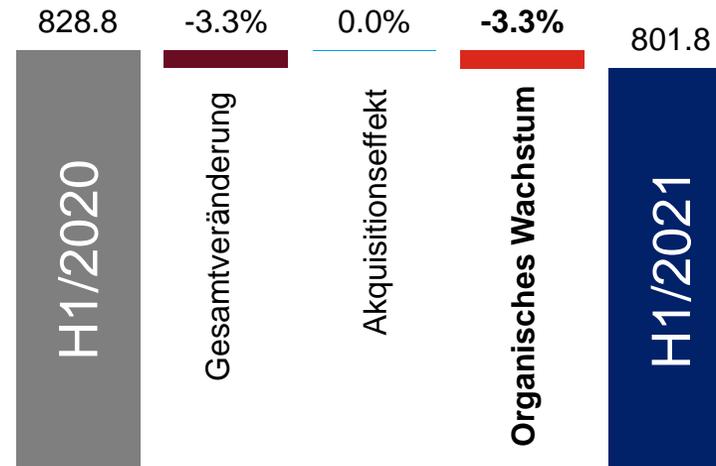
- Starkes organisches Wachstum getrieben durch wiedergewonnene, breit abgestützte Dynamik im internationalen Geschäft sowie M&A aus Vorjahren; Food Service-Geschäft insgesamt unter Vorkrisenniveau
- Markengeschäft getrieben von Emmi Caffè Latte oder Kaltbach sowie ital. Dessertspezialitäten mit Wachstum in allen Märkten
- Emmi Dessert USA* übertrifft Erwartungen
(* vormals Indulge Desserts Gruppe akquiriert im Oktober 2020)
- Americas legt dank Wachstumsmärkten BRA, TUN, CHI und MEX sowie Erholung in Nordamerika deutlich zu
- Europa wächst getrieben von Dessertgesellschaften in ITA und anhaltender Dynamik bei Emmi Caffè Latte und Kaltbach
- Schweiz mit erwartet negativem Verlauf aufgrund des coronabedingten Rekordsemesters im Vorjahr



Antizipierte Umsatzentwicklung

Stabilisierung nach coronabedingtem Rekordjahr

Nettoumsatz Division Schweiz in CHF Millionen



Molkereiprodukte

Umsatz CHF 330.2 Mio., -3.8 % (org. -3.8 %)

- Volumenrückgang bei Milch, Rahm und Butter im Retail nach coronabedingt rekordhohen Umsätzen im H1/2020
- Negative Effekte im Food Service-Bereich durch teilweise geschlossene Gastronomie

Käse

Umsatz CHF 189.2 Mio., -5.2 % (org. -5.2 %)

- Wachstum von Marken wie Kaltbach, Luzerner Rahmkäse und Le Petit Chevrier
- Rückgang bei traditionellem Sortenkäse
- Negativer Effekt durch erneut deutlich gestiegene Käseimporte

Frischprodukte

Umsatz CHF 172.4 Mio., +0.2 % (org. +0.2 %)

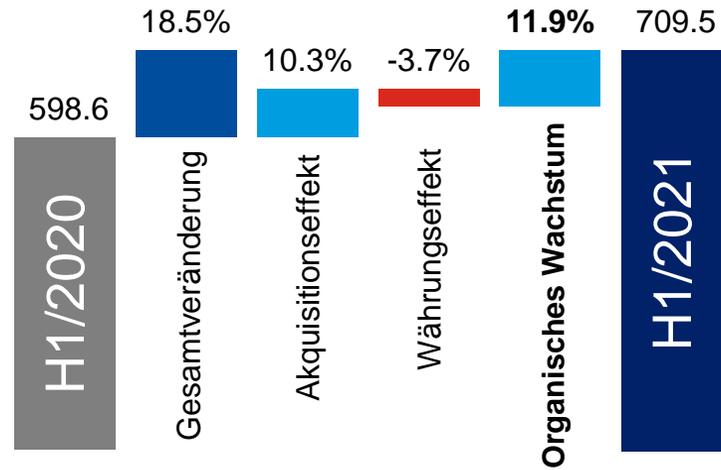
- Starkes Wachstum von Emmi Caffè Latte
- Einbussen im Joghurtgeschäft getrieben durch Eigenmarken des Handels



Ungebrochenes Wachstum in Emerging Markets

Erholung in Nordamerika

Nettoumsatz Division Americas in CHF Millionen



Käse

Umsatz CHF 269.9 Mio., +14.8 % (org. +18.9 %)

- Erholung in USA, nach coronabedingtem Einbruch im Food Service-Geschäft im Vorjahr
- Wachstum von lokal hergestelltem Käse in CHI und BRA sowie mit Importkäse in FRA und MEX
- Zuwachs in USA bei Käse-Importgeschäft aus der CH

Molkereiprodukte

Umsatz CHF 188.5 Mio., +7.7 % (org. +9.8 %)

- TUN mit positivem Wachstum getrieben von Preisentwicklung und begünstigt durch verbesserte Milchverfügbarkeit

Frischprodukte

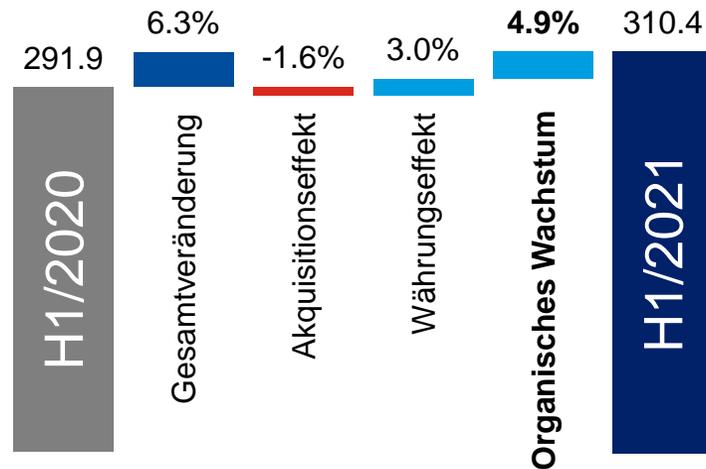
Umsatz CHF 160.8 Mio., +66.4 % (org. +5.5 %)

- starkes (akquisitorisches) Wachstum bei Emmi Dessert USA
- Organisches Wachstum bei Jogurts und Jogurt-Drinks in BRA, ital. Desserts in FRA sowie Emmi Caffè Latte in ESP
- Hoher Akquisitionseffekt primär aufgrund Emmi Dessert USA



Wachstumstreiber Frischprodukte

Nettoumsatz Division Europa in CHF Millionen



Frischprodukte

Umsatz CHF 150.7 Mio., +12.9 % (org. +11.1 %)

- Italienische Dessertspezialitäten als Wachstumstreiber in allen Märkten
- Wachstum von Emmi Caffè Latte in UK, D, AUT und Benelux

Käse

Umsatz CHF 57.7 Mio., +6.5 % (org. +3.5 %)

- Positive Dynamik insbesondere von Kaltbach in allen Märkten

Molkereiprodukte

Umsatz CHF 46.4 Mio., -5.3 % (org. -6.5 %)

- Negative Entwicklung bei der Gläsernen Molkerei in D nach ausserordentlich hohen, coronabedingten Umsätzen im H1/2020 und aufgrund von Kontraktverschiebungen



Portfolio-Transformation

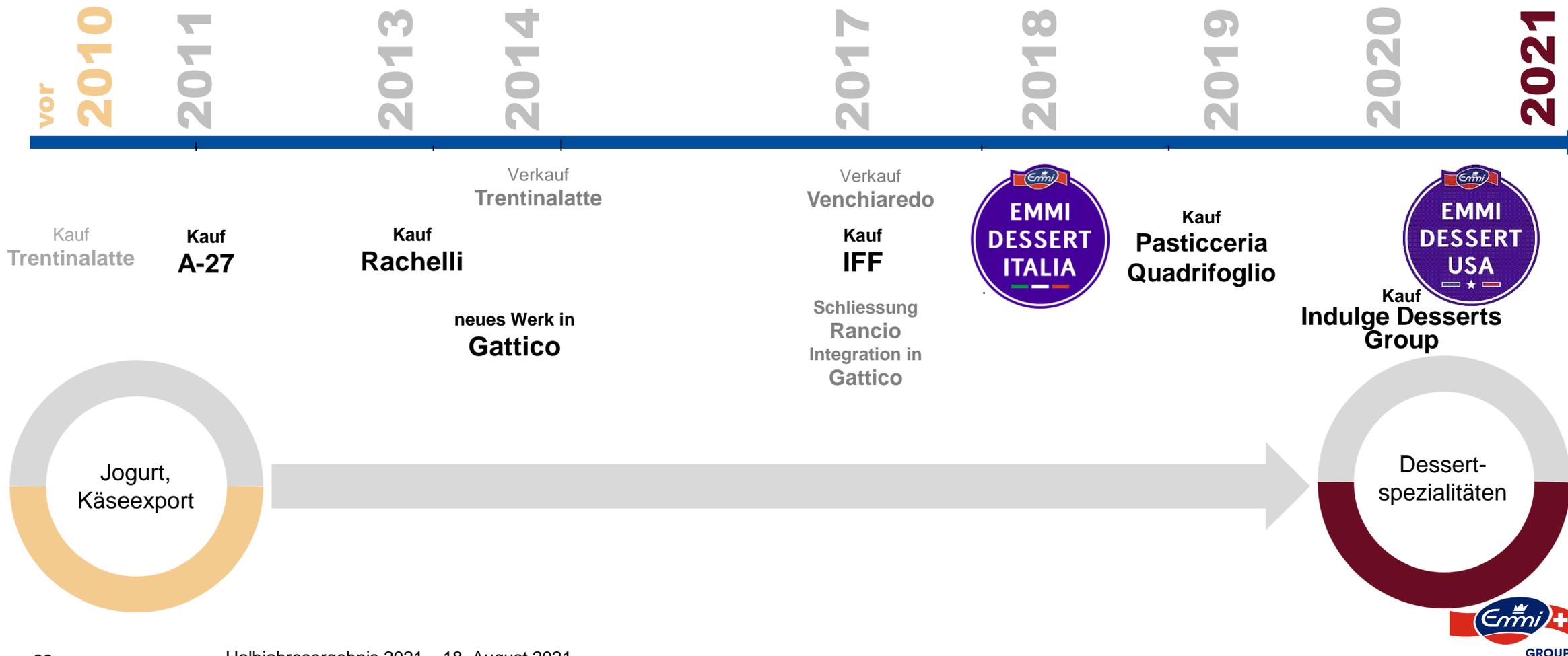


Erfolgreiche Internationalisierung und Transformation



Strategische Entwicklung profitabler Nischen

Spezialisierte Hersteller zu einem starken Netzwerk vereinen am Beispiel Dessert



Strategischer Portfolio Auf- & Umbau

RACHELLI

the ultimate indulgence experience

SORBISSIMO

the refreshing end of meal

BONTÀ DIVINA

everyday indulgence

DOLCE ITALIA

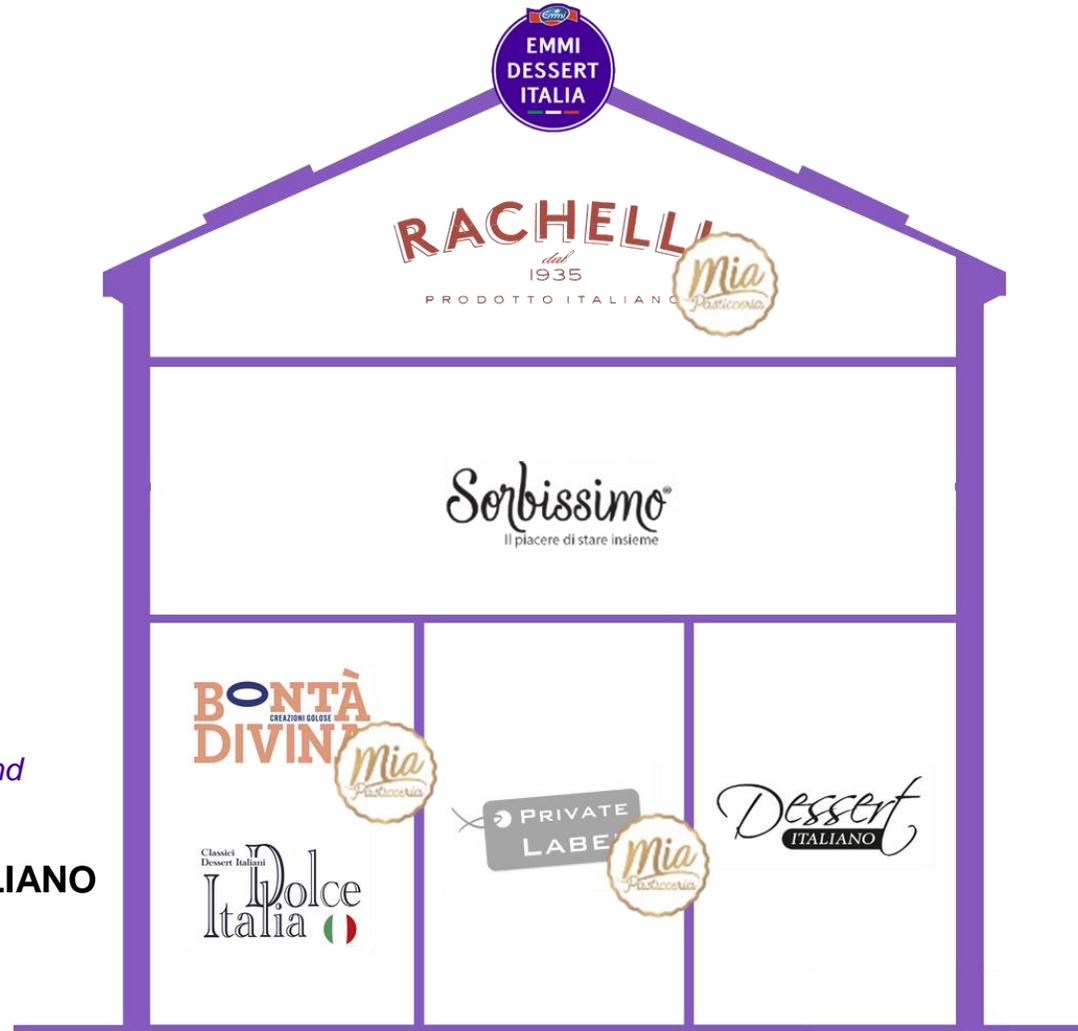
a trustworthy brand

PRIVATE LABEL

quality and value

DESSERT ITALIANO

basic promise



Eintritt in den US-Dessertmarkt



EMMI DESSERT USA

RETAIL

- Supermarket
- Club & convenience stores
- Distributors
- E-commerce

FOODSERVICE

- Restaurant Chains
- Industries (e.g. airlines)
- Distributors

Sofia's *Joey's*



EMMI DESSERT ITALIA

RETAIL

FOKUS

- Supermarket
- Club size Supermarket
- Discount
- Distributors

QUADRIFOGLIO
PASTICCERIA DAL 1978

FOODSERVICE

FOKUS

- Restaurant Chains
- In Store Bakery
- Cash & Carry

A woman with long brown hair, wearing a blue patterned jacket, is holding a child's hands as they both reach for a purple lupine flower in a field. The child is wearing a light blue shirt. The background is a lush field of similar flowers under soft lighting.

HALBJAHRESERGEBNIS 2021

Nachhaltige Ausrichtung auf künftige Generationen

Unserem Erbe Sorge tragen

Wir sorgen für die besten Milchmomente auch für kommende Generationen.

Wir verstärken unser Engagement in den Handlungsfeldern, die für uns und unsere Anspruchsgruppen langfristig von wesentlicher Bedeutung sind: **Mitarbeitende**, **Gesellschaft** und **Umwelt**.



Neues Emmi Nachhaltigkeitsmodell



Wir bieten ein Umfeld, in dem sich alle Mitarbeitenden willkommen, wertgeschätzt und inspiriert fühlen und Entwicklungsmöglichkeiten vorfinden.

Wir schaffen gemeinsamen sozialen Mehrwert und machen nachhaltige Milchwirtschaft zur Norm.

Wir wollen bis 2050 «netZERO» erreichen und gleichzeitig die Kreislaufwirtschaft in unseren Betrieben vorantreiben.

2027 ZIELE



Mitarbeitende entwickeln

- 100 % der Mitarbeitenden von Emmi verfügen über einen Entwicklungsplan
- 50 % aller offenen Stellen werden mit internen Kandidaten besetzt



Nachhaltige Milchwirtschaft

- 100 % der Milchlieferanten von Emmi weltweit produzieren nach lokal überdurchschnittlichen Standards
- Entwicklung des Schweizer Branchenstandards



Emissionen reduzieren

- Reduktion der eigenen Treibhausgase um 60 %
- Reduktion in der Wertschöpfungskette um 25 %
- Vision netZERO 2050



Verschwendung vermeiden

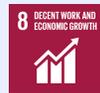
- 100 % recycelbare Verpackung
- 50 % weniger Abfall und Food Waste
- Keine Abfallsorgung auf Deponien



Wasserverbrauch senken

- Reduktion des eigenen Wasserverbrauchs in Risikogebieten um 50 %
- 15 % in Nichtrisikogebieten
- Reduzierter Wasserverbrauch in der Wertschöpfungskette

UN SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS
Ziele für nachhaltige Entwicklung



ZUGUNSTEN UNSERER ANSPRUCHSGRUPPEN



Mitarbeitende



Konsumenten



Kunden



Gesellschaft



Aktionäre



Umwelt



Veränderungen vorantreiben



'Future Leaders'-Programm

Emmi Dessert Italia

- Lancierung eines 3-jährigen internationalen **'Talent- & Experience'-Programms**
- Förderung von Entwicklungsmöglichkeiten und Karrierewege junger Talente innerhalb der Emmi Gruppe
- Fähigkeiten junger Hochschulabsolventen auf technischer, fachlicher und funktionsübergreifender Stufe festigen



Vitalait Foundation

Vitalait, Tunesien

- Stiftung zur **Förderung einer regionalen Milchproduktion**
- Verbesserung der Arbeitsbedingungen und Verdienstmöglichkeiten von Kleinbauern
- Expertenberatung und Finanzierung zur **Förderung nachhaltiger Praktiken**
- Bisher wurden über **1800 Bauern** geschult, darunter viele Frauen



Kreislaufwirtschaft

Emmi CAFFÈ LATTE

- Pilotprojekt in Grossbritannien zur Umstellung auf **recyclbares Polypropylen (rPP)**
- **Informationen zur Entsorgung** auf Verpackung zur Erhöhung der Recyclingquoten
- Ziel: **100 % recyclbare Verpackungen bis 2027** für Emmi CAFFÈ LATTE-Sortiment

HALBJAHRESERGEBNIS 2021

Performance 2021

Ricarda Demarmels, CFO



Konsequente Portfolio-Entwicklung zahlt sich aus

Diversifizierter Gesellschafts-, Portfolio- und Produktemix

in CHF Millionen	2021	2020	Δ in % / bps
Nettoumsatz	1'883.6	1'773.5	6.2
Bruttogewinn	699.8	639.9	9.4
in % des Nettoumsatzes	37.2	36.1	+107 bps
Total Betriebsaufwand	-515.3	-473.8	8.7
in % des Nettoumsatzes	27.4	26.7	+64 bps
EBITDA	186.4	168.1	10.9
in % des Nettoumsatzes	9.9	9.5	+42 bps
Abschreibungen und Amortisationen	-57.0	-56.1	1.7
EBIT	129.4	112.0	15.5
in % des Nettoumsatzes	6.9	6.3	+55 bps

Substantieller Anstieg der Bruttogewinn-Marge begünstigt durch Akquisitionseffekt Emmi Dessert USA sowie organisches Wachstum (Gesellschaft- und Produktemix, Massnahmen zur Produktivitätssteigerung und in der Beschaffung)

Höherer Betriebsaufwand aufgrund von Akquisitionseffekten sowie höheren Marketing- und Verkaufskosten (Rückkehr auf ein normalisiertes Niveau) und steigenden Inputkosten (v.a. Verpackung, Logistik)

Deutliche Steigerung von EBIT und EBIT-Marge begünstigt durch positive Entwicklung beim Bruttogewinn

Akquisitionseffekte und höhere Inputkosten

in CHF Millionen	2021	2020	Δ in % / bps
Personalaufwand	268.8	246.4	9.1
in % des Nettoumsatzes	14.3	13.9	+37 bps
Marketing- und Verkaufsaufwand	67.7	59.8	13.2
in % des Nettoumsatzes	3.6	3.4	+22 bps
Raumkosten, URE, Leasing	38.6	35.9	7.3
in % des Nettoumsatzes	2.0	2.0	+2 bps
Energie und Betriebsmaterialien	40.8	37.8	8.1
in % des Nettoumsatzes	2.2	2.1	+4 bps
Logistikaufwand	61.7	57.4	7.6
in % des Nettoumsatzes	3.3	3.2	+4 bps
Anderer Betriebsaufwand	37.7	36.5	3.3
in % des Nettoumsatzes	2.0	2.1	-6 bps
Total Betriebsaufwand	515.3	473.8	8.7
in % des Nettoumsatzes	27.4	26.7	+64 bps

Anstieg des Personalaufwands primär aufgrund des Akquisitionseffekts Emmi Dessert USA sowie teilweise organisch bedingt

Marketing- und Verkaufsaufwand steigt auf «normalisiertes» Vor-Corona-Level

Übrige Positionen des Betriebsaufwands folgen in Summe und Trend der Entwicklung des Nettoumsatzes

Deutlich höhere Reingewinnmarge

in CHF Millionen	2021	2020	Δ in % / bps
EBIT	129.4	112.0	15.5
Anteil am Ergebnis von assoziierten Gesellschaften und Gemeinschaftsorganisationen	3.1	-0.4	n/a
Finanzergebnis	-4.2	-7.7	55.4
Ergebnis vor Steuern (EBT)	128.2	103.9	23.4
Ertragssteuern	-21.2	-17.2	23.4
Durchschnittlicher Steuersatz in % vom EBT	16.5	16.5	-
Unternehmensgewinn inkl. Minderheitsanteile	107.1	86.8	23.4
in % des Nettoumsatzes	5.7	4.9	+79 bps
Minderheitsanteile	-8.4	-5.4	53.9
Reingewinn	98.7	81.3	21.4
in % des Nettoumsatzes	5.2	4.6	+65 bps

Besseres Ergebnis von assoziierten Gesellschaften primär als Folge der von Corona geprägten Vorjahresperiode

Tieferer Nettofinanzaufwand primär aufgrund eines besseren Währungsergebnisses – Normalisierung im H2/2021 erwartet

Stabile erwartete Steuerquote für das Gesamtjahr vs Vorjahr

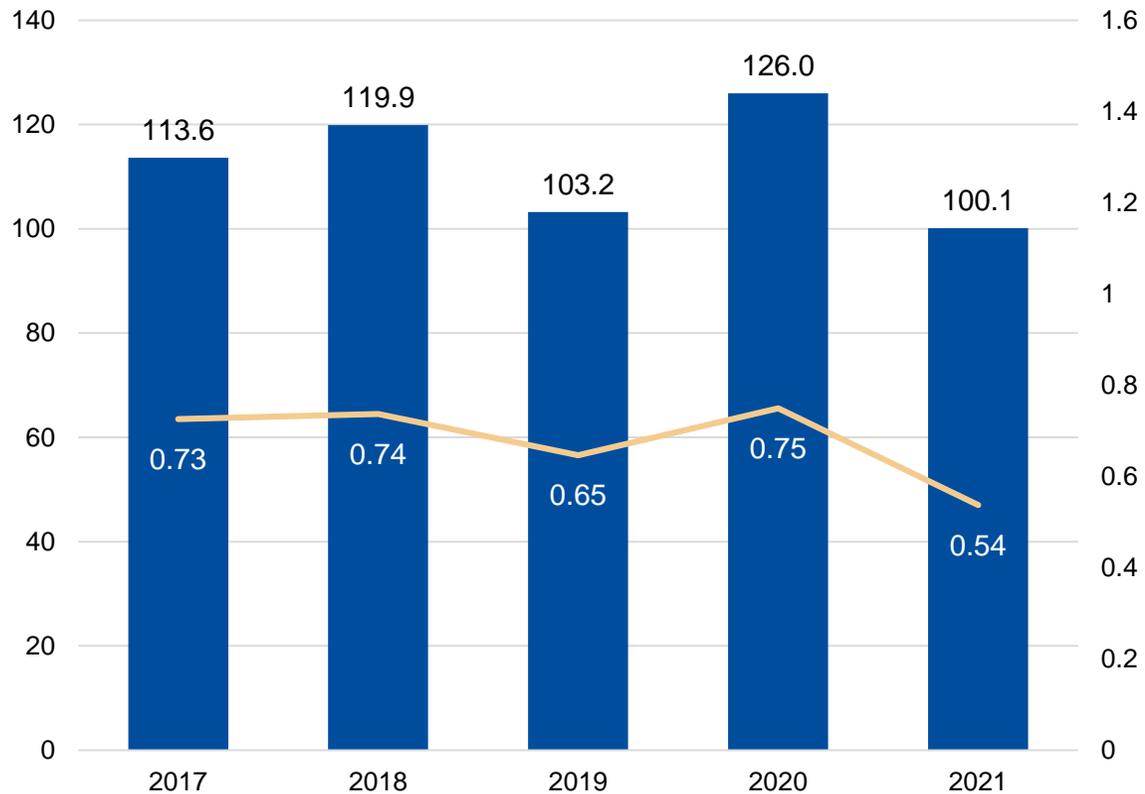
Höhere Minderheitsanteile aufgrund erfolgreicher Entwicklung von Gesellschaften mit Minderheitsanteilen sowie der Akquisition der Indulge Desserts Gruppe (*heute Emmi Dessert USA*) in den USA

Signifikanter Anstieg von Reingewinn und Reingewinnmarge

Temporär tiefere Cash Conversion

in CHF Mio.

in % EBITDA



Vorübergehend tiefere Cash Conversion aufgrund eines im Vorjahresvergleich höheren Lageraufbaus
(Coronabedingt ausserordentlich tiefe Lagerbestände im Vorjahr insbesondere in der Schweiz)

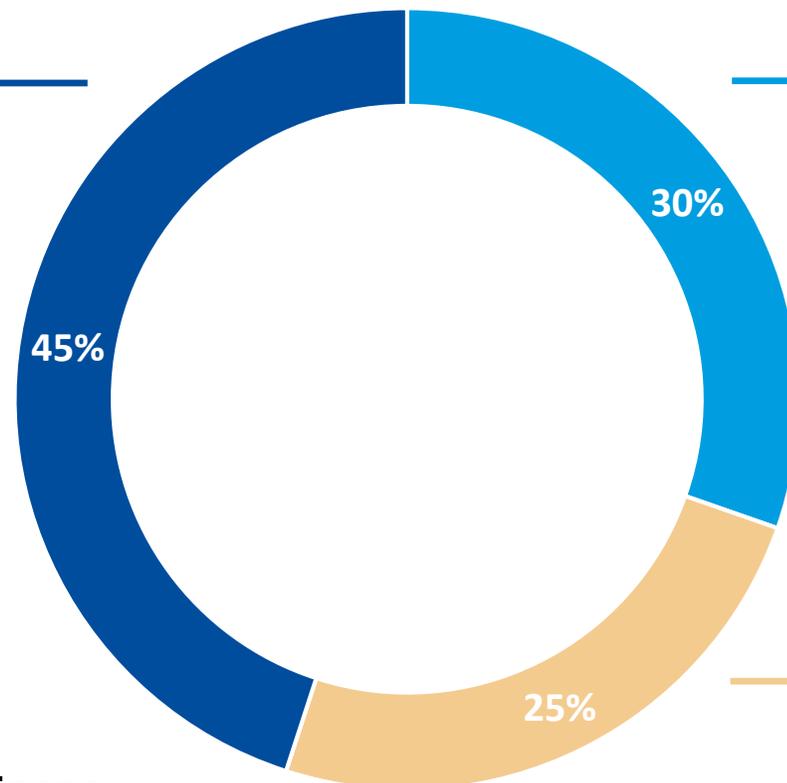
Erwartete Normalisierung zum Jahresende

- Geldfluss aus Betriebstätigkeit
- Operative Cash Conversion
Geldfluss aus Betriebstätigkeit im Verhältnis zum EBITDA

Wertschaffend in unsere Zukunft investieren

Wachstumsinvestitionen (VJ 44 %)

- Ausbau Produktion Käseerei Studer (Hefenhofen, CH)
- PET-Flaschenanlage (Ostermundigen, CH)
- Ziegenmilchpulverproduktion (NL)
- Vegane Streichfettproduktion (USA)
- UHT-Milchproduktion (BRA)



Ersatzinvestitionen (VJ 35 %)

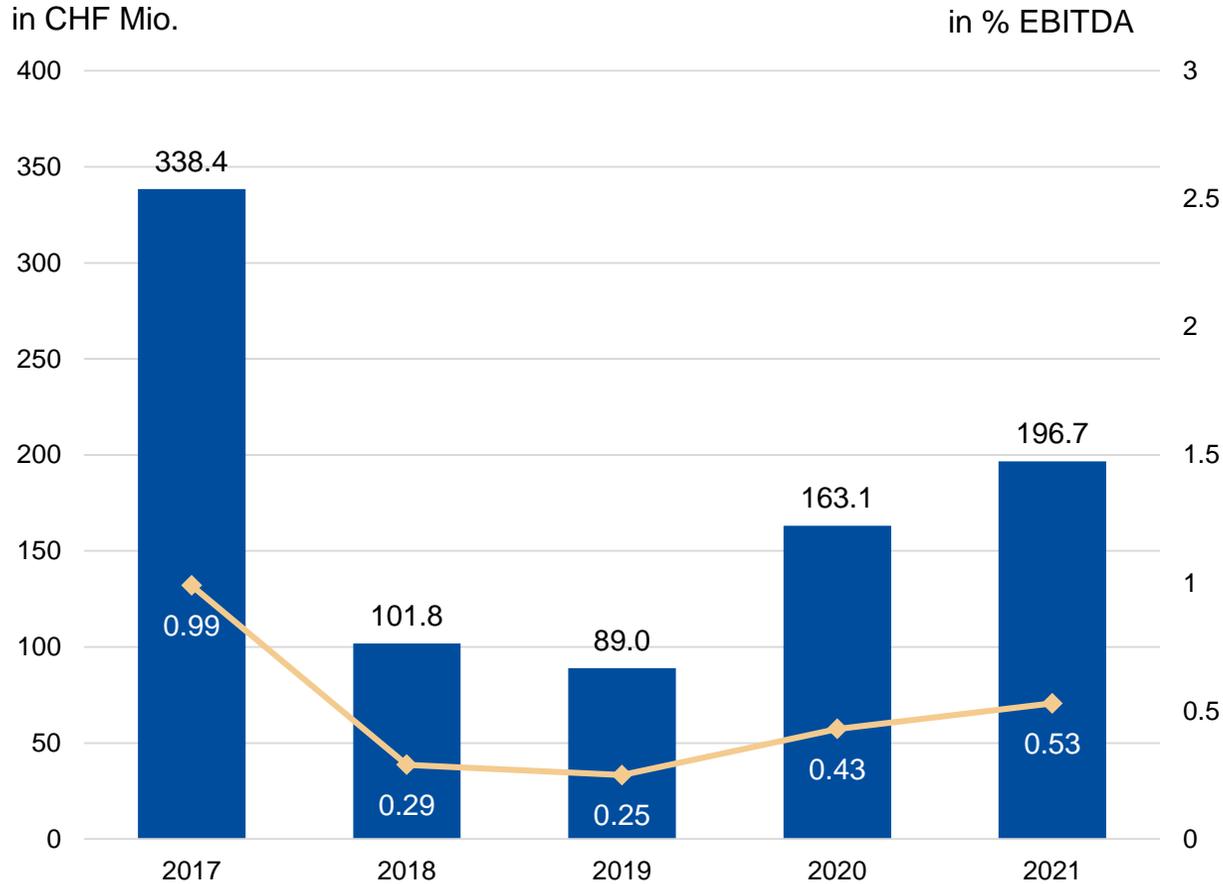
- Neue Käseerei (Emmen, CH)
- Sanierung Eiswasseranlage (Emmen, CH)
- Dachsanierung Produktion (Suhr, CH)
- Ersatz Milcherhitzerlinie (Dagmersellen, CH)

Rationalisierungsinvestitionen (VJ 21 %)

- Neue Käseerei (Emmen, CH)
- Automatisierung Lagerprozesse (Moudon, CH)
- Logistikmanagementsystem (Emmen, CH)
- Aseptische Tanks (TUN)

Investitionen H1/2021: CHF 60.1 Millionen

Starke Bilanz und tiefe Verschuldung



Tiefe Verschuldungsrate von 0.53 im Verhältnis zum EBITDA

Bilanz bietet Potenzial für weiteres Wachstum

- Nettoverschuldung
- Verschuldungsgrad
Nettoverschuldung im Verhältnis zum EBITDA

2017 bis 2020: Bilanzen per 31. Dezember
2021: Bilanz per 30. Juni

HALBJAHRESERGEBNIS 2021

Ausblick

Urs Riedener, CEO



Ausblick

Schweiz



- Forcieren von Markenkonzepten und Innovationen
- Sortiments- und Kanalmix weiter optimieren
- Anhaltende Kostendisziplin und Investitionen in Differenzierung
- Herausforderungen: Fragile Erholung des Food Service- & Industriegeschäfts, hoher Preisdruck, erstarkter Einkaufstourismus und steigende Inputkosten

International



- Emmi Netzwerk und Markenkonzepte stärken
- Organisches Wachstum und Portfolio-Transformation in Emerging Markets weiter vorantreiben
- Momentum im strategischen Nischengeschäft beibehalten
- Zaghafte Erholung im Food Service-Bereich mit neuen Kanälen kompensieren
- Herausforderungen: Marktunsicherheiten und instabile makroökonomische Entwicklung, Inflationsdruck und steigende Inputkosten, angespannte Arbeitsmarktsituation in Nordamerika und Preissteigerungen für Exporte aus der Schweiz

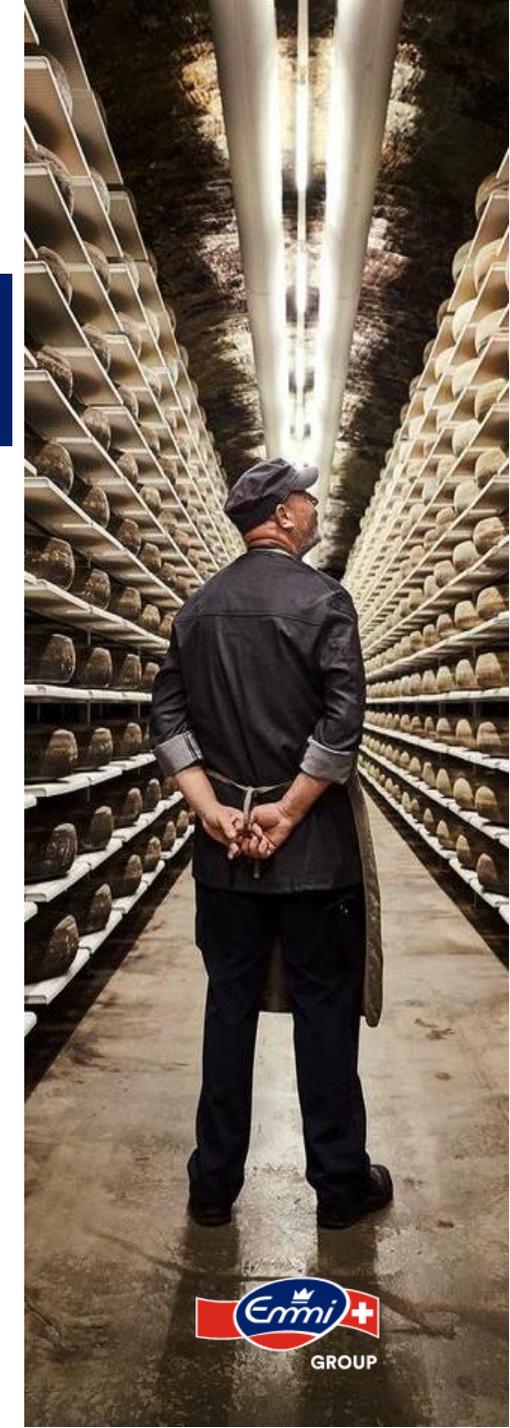
Schwerpunkte für Emmi



- Kultur, Engagement und Netzwerk innerhalb der Emmi Familie weiter stärken
- Differenzierung und Portfolio-Transformation vorantreiben
- Innovationspipeline konsequent bewirtschaften
- Fokus auf Kosten und agiles Wahrnehmen von Opportunitäten
- Initiativen für langfristige Geschäftsentwicklung an Emmi Nachhaltigkeitsmodell ausrichten

Annahmen

- Stabile gesamtwirtschaftliche Entwicklung auf prognostiziertem Erholungspfad
- Keine fundamentalen Rückschläge bei der Pandemieeindämmung in unseren Kernmärkten
- Stabilisierung des Food Service- und Industriegeschäfts in Europa inkl. Schweiz



Unveränderte Ergebnisse, leicht höheres organisches Wachstum

Organisches Wachstum, Ertragsziele

Umsatz Gruppe	2.0 % bis 3.0 %
Umsatz Schweiz	-2.5 % bis -3.5 %
Umsatz Americas	7 % bis 9 %
Umsatz Europa	3 % bis 5 %
EBIT in CHF Millionen	275 bis 290
Reingewinnmarge	5.2 % bis 5.7 %

(Die Zahlen setzen eine rasche Erholung der COVID-19-Situation sowie konstante Wechselkurse und Rohmilchpreise voraus.)



Unveränderte Mittelfristprognosen

Organisches Wachstum, Ertragsziele

Umsatz Gruppe	2 % bis 3 %
Umsatz Schweiz	0 % bis 1 %
Umsatz Americas	4 % bis 6 %
Umsatz Europa	1 % bis 3 %
Reingewinnmarge	5.5 % bis 6.0 %





HALBJAHRESERGEBNIS 2021

Q&A

Urs Riedener, CEO | Ricarda Demarmels, CFO





WIR SORGEN FÜR
**DIE BESTEN
MILCHMOMENTE**

AUCH FÜR KOMMENDE
GENERATIONEN

**Vielen Dank
für Ihre Aufmerksamkeit!**