



GROUP

18. AUGUST 2023

# Emmi Halbjahresergebnis 2023

Gutes erstes Halbjahr in anspruchsvollem Umfeld

# 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

*«Dank der sehr fokussierten Arbeit und des grossen Engagements unserer Teams dürfen wir nach einem anspruchsvollen Jahr 2022 die avisierte Verbesserung und damit ein gutes Halbjahresergebnis 2023 vorweisen.*

*Wir konnten in einem anhaltend schwierigen Marktumfeld mit Innovationen, differenzierten Konzepten und starken Marken wie Emmi Caffè Latte begeistern, unser Portfolio entlang unserer Strategie konsequent weiterentwickeln und unsere langjährige Nachhaltigkeitsarbeit diszipliniert weiterführen.»*

**Ricarda Demarmels, CEO Emmi Gruppe**

**GEMEINSAM SCHAFFEN WIR  
— DIE BESTEN —  
MILCHMOMENTE  
HEUTE UND FÜR KOMMENDE  
GENERATIONEN**



# Willkommen



**Ricarda Demarmels**  
CEO



**Sacha D. Gerber**  
CFO



**Oliver Wasem**  
Head Investor Relations

# Agenda

## 1. Strategieumsetzung & Highlights

Ricarda Demarmels, CEO

## 2. Performance Halbjahr 2023

Sacha D. Gerber, CFO

## 3. Ausblick

Ricarda Demarmels, CEO

## 4. Q&A

Ricarda Demarmels, CEO | Sacha D. Gerber, CFO





HALBJAHRESERGEBNIS 2023

# Strategieumsetzung & Highlights

Ricarda Demarmels, CEO



# Gutes Halbjahr und strategischer Fortschritt

## Wachstum entlang strategischer Prioritäten

- **Breit abgestütztes, preisgetriebenes organisches Wachstum von 6.5 %**  
*Umsatzwachstum getrieben von operativen Fortschritten in wichtigen Märkten, Dynamik im Food Service-Geschäft und Preiseffekten*  
*Bewusste Inkaufnahme negativer Volumeneffekte*
- **Markenkonzepte und strategische Nischengeschäfte wachsen weiter**
- **Verbesserte Profitabilität dank operativen Fortschritten und Effizienzprogrammen**  
*Margenverluste aus H1/22 weitgehend kompensiert, EBIT von CHF 138.5 Mio., EBIT-Marge 6.6 % (H1/22: CHF 108.6 Mio. bzw. 5.4 %)*

## Kontinuierliche Strategieumsetzung und Portfoliotransformation

- **Konsequente Umsetzung der bewährten Emmi Strategie**  
*Kontinuierliche Verankerung der Strategie mit Fokus auf nachhaltiges, profitables Wachstum*
- **Konsequente Portfoliotransformation und Ausrichtung auf profitable, strategische Märkte und Nischen**  
*Veräußerung der Gläsernen Molkerei und von Ambrosi im H2/23 vollzogen*
- **7. Nachhaltigkeitsbericht veröffentlicht und weitere Fortschritte bei den Emmi Nachhaltigkeitszielen**  
*Kriterienkatalog für nachhaltige Milch, erfolgreiches 1. Projektjahr «KlimaStaR Milch», Dekarbonisierung, Entwicklung Mitarbeitende*

## Bestätigung Prognosen 2023 bereinigt um Veräußerung Gläserne Molkerei

- **Abnehmende Kaufkraft und zurückhaltende Konsumstimmung im volatilen Marktumfeld**  
*Starke Markenkonzepte und Innovationen sind von besonderer Bedeutung, profitable Volumenentwicklung im Fokus*
- **Bestätigung der um Veräußerung der Gläsernen Molkerei bereinigten Prognosen 2023 sowie der Mittelfristziele**  
*Organisches Wachstum 3 % bis 4 %, bereinigtes EBIT CHF 275 Mio. bis 295 Mio., bereinigte Reingewinnmarge 4.5 % bis 5.0 %*



# Kontinuität in Aufsicht und Führung als verlässliches Fundament für zukünftigen Erfolg



## Verwaltungsrat

- Urs Riedener, gewählt als VRP
- Nadja Lang, gewählt als VR-Mitglied

*Austritt von Konrad Graber und Alexandra Post Quillet an der GV 2023.*



## Konzernleitung

- Ricarda Demarmels, CEO  
*seit 1. Januar 2023*
- Sacha D. Gerber, CFO  
*seit 1. Juni 2023*
- Raffael Payer, CMO  
*per 1. Oktober 2023*

*Die bisherige CFO Ricarda Demarmels folgte Urs Riedener aus den eigenen Reihen als CEO der Emmi Gruppe. Sacha D. Gerber als neuer CFO und Raffael Payer als neuer CMO komplettieren die Konzernleitung.*

# Gutes Halbjahr dank Erholung und operativen Fortschritten in wichtigen Märkten

**CHF 2'103.4 Mio.**

Nettoumsatz (Vorjahr: CHF 2'016.5 Mio.)

Total Wachstum: 4.3 %

Akquisitorisch: 0.0 %; FX: -2.2 %; Organisch: 6.5 %

**CHF 138.5 Mio.**

EBIT (Vorjahr: CHF 108.6 Mio.)

EBIT-Marge: 6.6 % (Vorjahr: 5.4 %)

**Finanzielle Stärke**

1.09x Nettoverschuldung/EBITDA

(31. Dezember 2022: 1.25x)

**CHF 97.8 Mio.**

Reingewinn (Vorjahr: CHF 78.1 Mio.)

Reingewinn-Marge: 4.6 % (Vorjahr: 3.9 %)



# Erholung der Performance

## Teilweise Kompensation der Margenverluste aus dem Vorjahr

in CHF Millionen

	H1/23	H1/22	H1/21	H1/20	H1/19
Nettoumsatz	<b>2'103.4</b>	2'016.5	1'883.6	1'773.5	1'663.3
Organisches Umsatzwachstum in %	<b>6.5</b>	5.4	3.7	2.0	1.6
EBITDA	<b>194.9</b>	163.7	186.4	168.1	159.6
in % vom Nettoumsatz	<b>9.3</b>	8.1	9.9	9.5	9.6
EBIT	<b>138.5</b>	108.6	129.4	112.0	105.3
in % vom Nettoumsatz	<b>6.6</b>	5.4	6.9	6.3	6.3
Reingewinn	<b>97.8</b>	78.1	98.7	81.3	87.0
in % vom Nettoumsatz	<b>4.6</b>	3.9	5.2	4.6	5.2
Personalbestand (auf Vollzeitbasis) per 30.06.	<b>9'333</b>	9'281	8'862	8'173	6'045



# Fokussierte Arbeit in anspruchsvollem Marktumfeld



# Highlights H1/2023



## Käse-Innovationen

Cypress Grove feiert in Kalifornien Erfolge mit innovativen Käsespezialitäten wie dem Cheddar aus Ziegenmilch.



## Weniger Zucker

Unser Bestreben, Zucker zu reduzieren, treiben wir mit der Unterzeichnung der erweiterten Erklärung von Mailand weiter voran.



## Fun Latte

Die neuen Emmi Caffè Latte von und für die GenZ sollen jungen Menschen Fröhlichkeit und Unbeschwertheit vermitteln.



## Teamspirit in Holland

Unser Geschäft mit Ziegenmilchpulver tritt neu als Emmi Nutritional Solutions (ENS) auf. Zudem rückten die Teams näher zusammen.



## Dessertpower in Italien

Stärkung unserer Position im strategischen Standbein mit gekühlten Premium-Desserts und Investition in ein Innovationszentrum.



## Nachhaltigkeit im Fokus

Im 7. Nachhaltigkeitsbericht legt Emmi Rechenschaft über ihr langjähriges Engagement ab und setzt ihr Nachhaltigkeitsmodell weiter erfolgreich um.

JAN

FEB

MÄR

APR

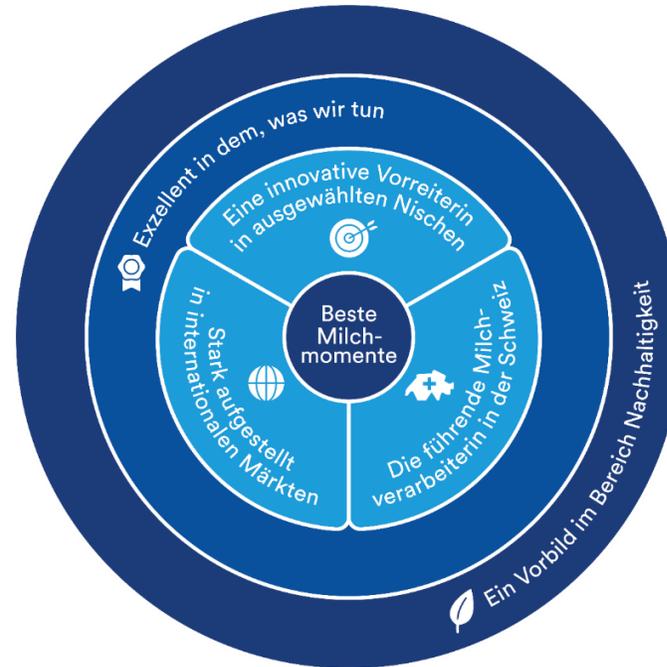
MAI

JUN

# Die Zukunft erfolgreich gestalten

**GEMEINSAM SCHAFFEN WIR  
— DIE BESTEN —  
MILCHMOMENTE  
HEUTE UND FÜR KOMMENDE  
GENERATIONEN**

**Emmi Purpose**



**Emmi Strategie**



Die führende Milchverarbeiterin in der Schweiz



Stark aufgestellt in internationalen Märkten



Eine innovative Vorreiterin in ausgewählten Nischen

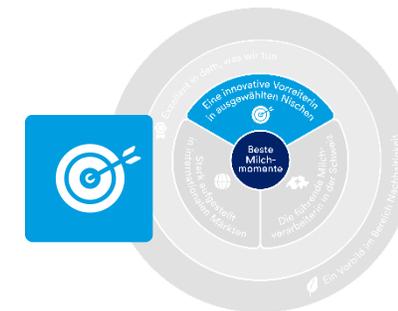


Exzellente in dem, was wir tun



Ein Vorbild im Bereich Nachhaltigkeit

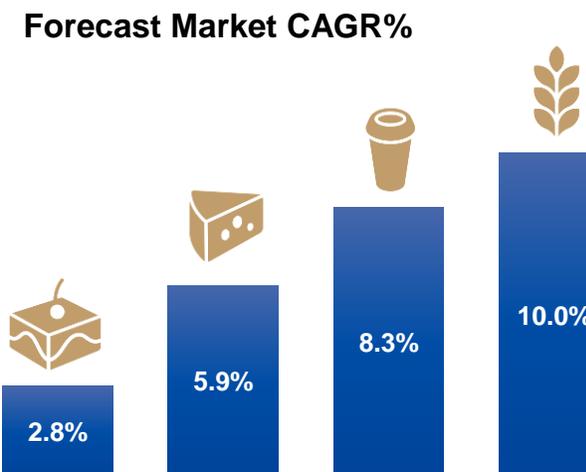
# Führende Positionen stärken in strategischen, attraktiven Nischen



## Emmi Wachstumsfelder Ausgerichtet auf relevante Trends



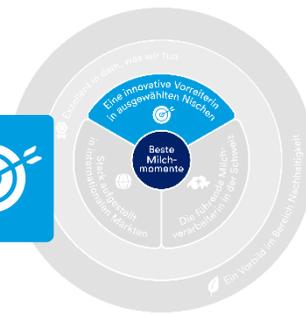
## Attraktive Nischenmärkte Fokus auf wachsende Kategorien



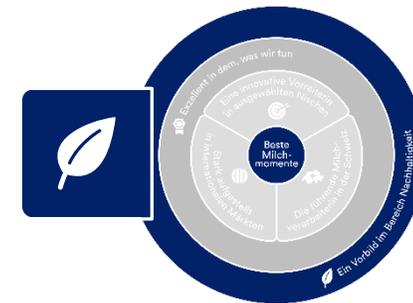
Quelle: Euromonitor Forecast, Detailhandelspreisvolumen 2022-2027 in für Emmi relevanten Märkten

# Wachstum durch Innovation

## ausgerichtet auf relevante Trends und wachsende Kategorien



# Fortschritte bei unseren Zielen bis 2027



**100 %** der Mitarbeitenden verfügen über einen Entwicklungsplan.

Emmi Gruppe<sup>1)</sup>



Schweiz



Vorjahr: 58 %

**50 %** aller offenen Stellen werden mit internen Kandidaten besetzt.

Emmi Gruppe<sup>1)</sup>



Schweiz



Vorjahr: 45 %



**100 %** der Milchlieferanten von Emmi weltweit produzieren nach lokal überdurchschnittlichen Standards.

Emmi Gruppe<sup>1)</sup>



Schweiz



Vorjahr: 85 %

**Weiterentwicklung** des Schweizer Branchenstandards



**60 %** Reduktion der eigenen Emissionen (Scope 1 & 2 ggü. 2014)



Vorjahr: 20 %



**50 %** Reduktion von Abfall (ggü. 2017)



Vorjahr: 19 %

**Keine** Abfallentsorgung auf Deponien



Vorjahr: 4 %

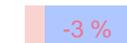


**50 %** Reduktion des eigenen Wasserverbrauchs in Risikogebieten (ggü. 2019)



Vorjahr: 3 %

**25 %** Reduktion der Emissionen in der Lieferkette (Scope 3 ggü. 2019)



Vorjahr: -2 %<sup>3)</sup>

**50 %** weniger Food Waste (ggü. 2017)<sup>2)</sup>

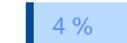


Vorjahr: 13 %

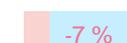
**100 %** recycelbare Verpackungen<sup>1) 2)</sup>



**30 %** Rezyklat in Kunststoffverpackungen<sup>1) 2)</sup>



**15 %** Reduktion des eigenen Wasserverbrauchs in Nicht-Risikogebieten (ggü. 2019)



Vorjahr: -2 %

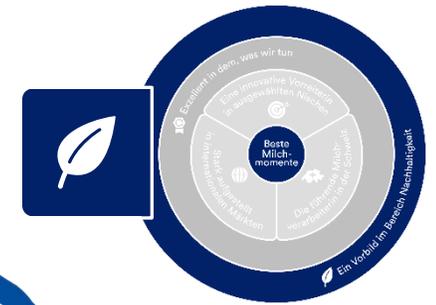


**Reduzierter** Wasserverbrauch entlang der Wertschöpfungskette

UN SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



# Positive Veränderungen vorantreiben



## Mitarbeitende entwickeln

### Rekordzahl an Lernenden

50 junge Menschen haben 2022 ihre Berufsbildung bei Emmi Schweiz gestartet (+21 % vs. VJ).

### Nachwuchsförderung ausgeweitet

Ausweitung des Future Leaders-Programms für jungen Talente – neu auch in Chile.

### Mehr Entwicklungspläne

3 von 4 Mitarbeitenden in der Schweiz verfügen über einen Entwicklungsplan (+17 % vs. VJ).



## Nachhaltige Milchwirtschaft

### Nachhaltige Milch zur Norm machen

Erfolgreiches 1. Projektjahr der mitinitiierten Initiative «KlimaStaR Milch» in der Schweiz.

### Kriterienkatalog für nachhaltige Milch

Gemeinsam mit HAFL und WWF hat Emmi einen wissenschaftsbasierten Kriterienkatalog für nachhaltige Milch ausserhalb der Schweiz etabliert.

### Emmi Verhaltenskodex für Lieferanten

als Grundlage einer nachhaltigen Beschaffung mit unseren Partnern und Lieferanten.



## Treibhausgase reduzieren

### Dekarbonisierung der Energieversorgung

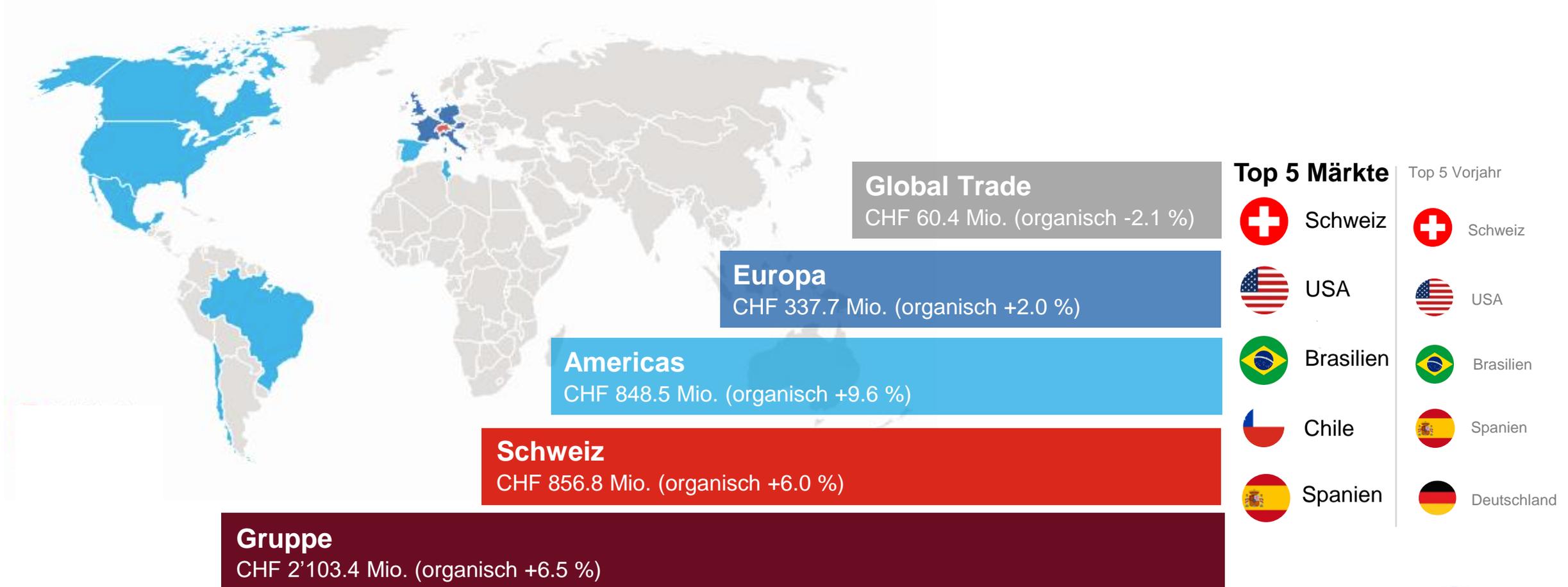
Neue PV-Anlagen bei Cypress Grove (USA) und Quillayes Surlat (Chile) – 35 % mehr Solarstromproduktion vs. Vorjahr.

### Energie-Ökosystem als Pionierprojekt

Projektlancierung eines schweizweit einzigartigen Ökosystems aus erneuerbaren Energien in der Zentralschweiz – Holzkraftwerk mit 100 GWh Strom und 130 GWh Wärme als Herzstück.



# Umsatzwachstum nach Divisionen



# Nettoumsatz nach Produktgruppen

**Käse 27.7 %** (VJ 28.7%)

CHF 583.4 Mio. (organisch +2.7 %)

**Molkereiprodukte 28.9 %** (VJ 29.1 %)

CHF 609.0 Mio. (organisch +5.8 %)

**Übrige Produkte/Dienstleistungen 5.4 %** (VJ 5.4 %)

CHF 113.3 Mio. (organisch +4.7 %)



**Frischprodukte 27.3 %** (VJ 26.4 %)

CHF 573.3 Mio. (organisch +10.9 %)

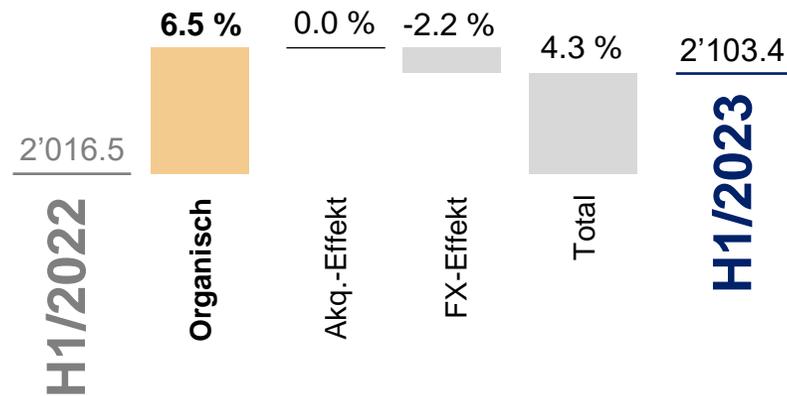
**Frischkäse 6.2 %** (VJ 6.0 %)

CHF 130.6 Mio. (organisch +9.9 %)

**Pulver/Konzentrate 4.5 %** (VJ 4.4 %)

CHF 93.8 Mio. (organisch +7.4 %)

# Preisgetriebenes organisches Wachstum



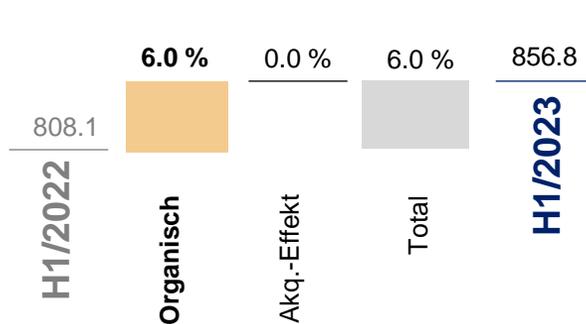
Nettoumsatz Emmi Gruppe in CHF Mio.

## Highlights Emmi Gruppe

- Wachstum entlang der strategischen Prioritäten in strategischen Nischen wie Ready to Drink-Kaffee oder gekühlte Premium-Desserts und in Märkten wie der Schweiz, Chile, den USA, Spanien, Brasilien und Mexiko.
- Von Inflation und höheren Inputkosten getriebene Preiseffekte von 10.5 % implizieren eine negative Volumenentwicklung von -4.1 %.
- Die Volumenverluste betrafen hauptsächlich Tunesien (Milchknappheit), die Gläserne Molkerei und das Ziegenmilchpulvergeschäft in den Niederlanden.
- Schweiz legt dank starker Markenkonzepte und der anhaltenden Erholung im Food Service-Geschäft weiter zu.
- Americas mit starkem Wachstum im US-Dessertgeschäft sowie in wichtigen Märkten wie Chile, Mexiko, Brasilien und Spanien.
- Europa wächst getrieben von Emmi Caffè Latte und Ziegenfrischkäse, während der Käseexport aus der Schweiz und das Ziegenmilchpulvergeschäft die Umsatzentwicklung hemmten.



# Breit abgestütztes, organisches Wachstum



Nettoumsatz Division Schweiz in CHF Mio.

**Molkereiprodukte**

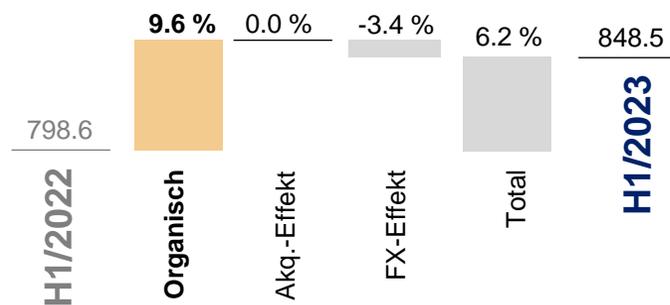
Umsatz CHF 337.7 Mio., +4.5 % (org. +4.5 %)

**Frischprodukte**

Umsatz CHF 190.9 Mio., +7.9 % (org. +7.9 %)

**Käse**

Umsatz CHF 190.4 Mio., +4.5 % (org. +4.5 %)



Nettoumsatz Division Americas in CHF Mio.

**Käse**

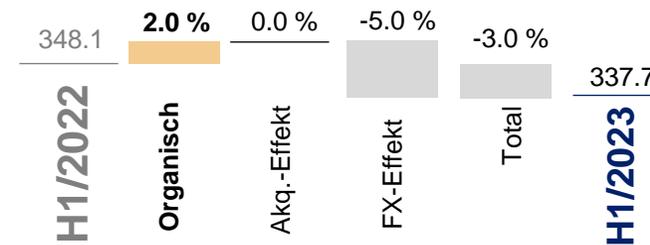
Umsatz CHF 310.5 Mio., +1.1 % (org. +3.9 %)

**Molkereiprodukte**

Umsatz CHF 223.6 Mio., +5.3 % (org. +9.8 %)

**Frischprodukte**

Umsatz CHF 187.0 Mio., +17.6 % (org. +22.5 %)



Nettoumsatz Division Europa in CHF Mio.

**Frischprodukte**

Umsatz CHF 178.0 Mio., -0.4 % (org. +5.0 %)

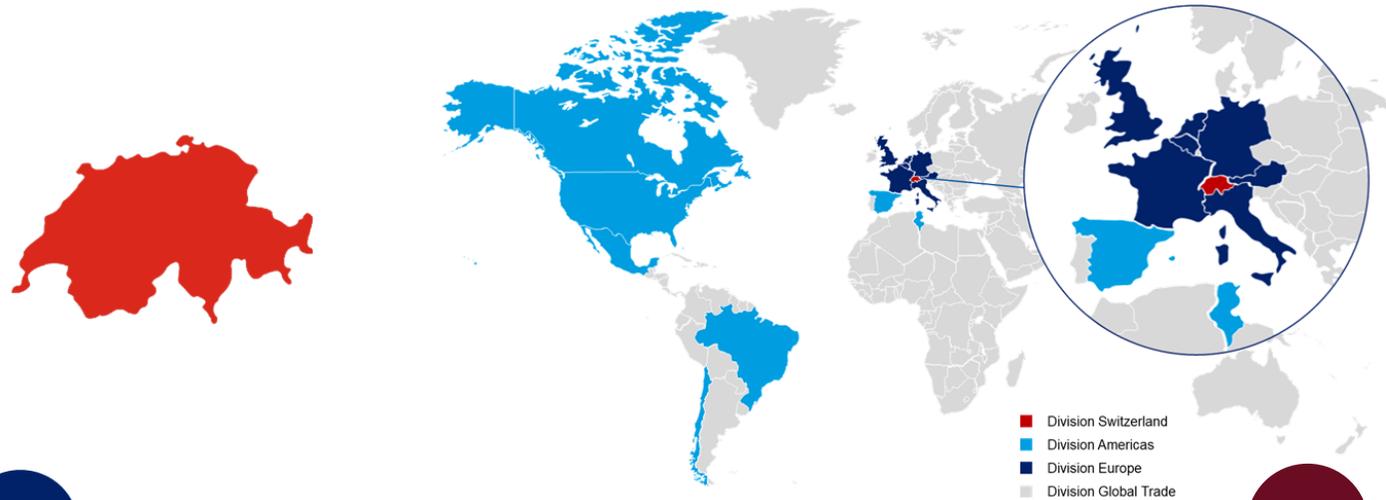
**Käse**

Umsatz CHF 54.2 Mio., -8.7 % (org. -4.2 %)

**Molkereiprodukte**

Umsatz CHF 47.2 Mio., -6.5 % (org. -2.1 %)

# Portfoliotransformation



2003

- #1 Nationale Milchverarbeiterin**
  - Schweizer Markt und Export
  - Produktionskapazitäten vorwiegend in der Schweiz
  - 3'000 Mitarbeitende
  - IPO

2023

- Führende internationale Milchverarbeiterin**
  - Premium-Produkte
  - Diversifiziertes Marken- & Länderportfolio
  - Lokal verankert in 14 Ländern
  - Über 9'000 Mitarbeitende



# Kontinuierliche Portfoliooptimierung

## Stärkung führender Marktpositionen und strategischer Nischen



### Programmatisches M&A mit klarem Fokus & Disziplin

- 42 Akquisitionen und 14 Divestments seit IPO
- Kontinuierliche/-r Portfolio-Shift und -Bereinigung
- Stärkung bestehender Marktpositionen und Nischen
- Treiber für organisches Wachstum, Profitabilität und Differenzierung bzw. Premiumisierung

HALBJAHRESERGEBNIS 2023

# Performance H1/2023

Sacha D. Gerber, CFO



# Operative Fortschritte zeigen Wirkung

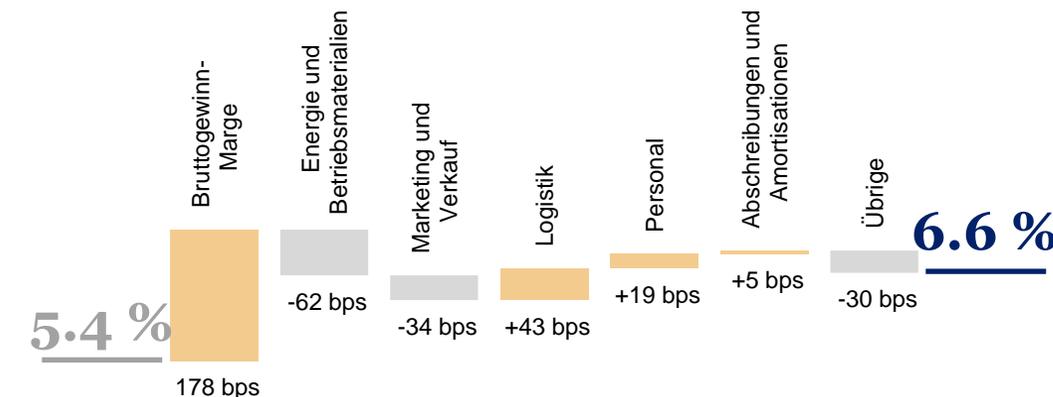
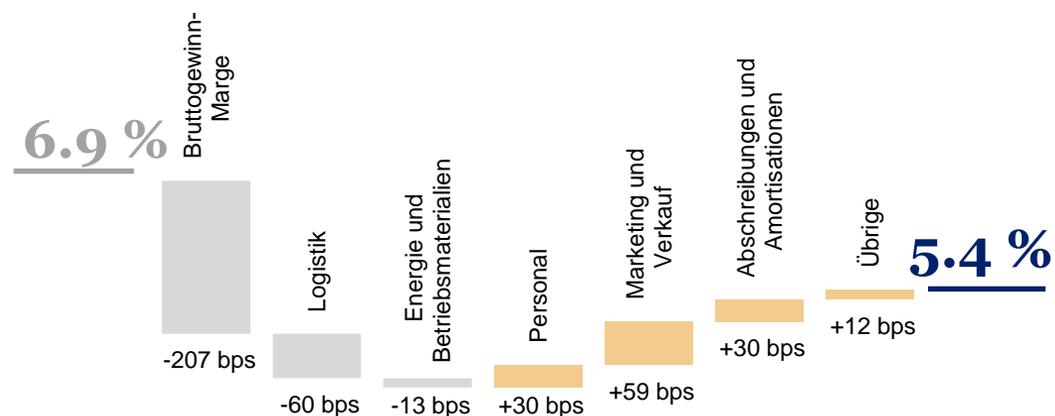
in CHF Millionen	H1 / 2023	H1 / 2022	Δ in % / bps
Nettoumsatz	<b>2'103.4</b>	<b>2'016.5</b>	+4.3 %
Bruttogewinn	<b>775.4</b>	<b>707.4</b>	+9.6 %
in % vom Nettoumsatz	<b>36.9</b>	<b>35.1</b>	+178 bps
Total Betriebsaufwand	<b>-583.6</b>	<b>-545.8</b>	+6.9 %
in % vom Nettoumsatz	<b>27.7</b>	<b>27.1</b>	+67 bps
EBITDA	<b>194.9</b>	<b>163.7</b>	+19.1 %
in % vom Nettoumsatz	<b>9.3</b>	<b>8.1</b>	+115 bps
Abschreibungen und Amortisationen	<b>-56.4</b>	<b>-55.1</b>	+2.4 %
<b>EBIT</b>	<b>138.5</b>	<b>108.6</b>	<b>+27.5 %</b>
in % vom Nettoumsatz	<b>6.6</b>	<b>5.4</b>	<b>+120 bps</b>

Deutliche Verbesserung der Bruttogewinnmarge dank operativen Fortschritten ausländischer Gesellschaften wie Quillayes Surlat in Chile oder Emmi Dessert USA sowie durch zeitlich verzögert wirkende Verkaufspreiserhöhungen

Überproportionaler Anstieg des Betriebsaufwands primär aufgrund höherer Energiekosten

Die Erholung der EBIT-Marge ist getrieben durch die positive Entwicklung der Bruttogewinnmarge

# Kompensation der Vorjahres-Einbußen



Mehrheitliche Kompensation des im H1/22 erlittenen Margenverlusts, getrieben durch die positive Entwicklung der Bruttogewinnmarge

# Hohe Energiekosten belasten Betriebsaufwand

in CHF Millionen	H1 / 2023	H1 / 2022	Δ in % / bps
Personalaufwand	289.7	281.6	+2.9 %
in % vom Nettoumsatz	13.8	14.0	-19 bps
Marketing- und Verkaufsaufwand	70.2	60.6	+16.0 %
in % vom Nettoumsatz	3.3	3.0	+34 bps
Raumkosten, URE, Leasing	47.3	42.5	+11.5 %
in % vom Nettoumsatz	2.3	2.1	+14 bps
Energie und Betriebsmaterialien	61.2	46.2	+32.5 %
in % vom Nettoumsatz	2.9	2.3	+62 bps
Logistikaufwand	72.5	78.2	-7.3 %
in % vom Nettoumsatz	3.4	3.9	-43 bps
Anderer Betriebsaufwand	42.7	36.7	+15.6 %
in % vom Nettoumsatz	2.0	1.8	+20 bps
<b>Total Betriebsaufwand</b>	<b>583.6</b>	<b>545.8</b>	<b>+6.9 %</b>
in % vom Nettoumsatz	27.7	27.1	+67 bps

Anhaltend hohe Energiekosten als wesentlicher Treiber der Zunahme des Betriebsaufwands

Anstieg der Marketing- und Verkaufsaufwendungen im Vergleich zu einer tiefen Vorjahresbasis

Leicht höhere Kosten für Unterhalt und Reparaturen sowie andere Betriebsaufwendungen

Personalaufwand absolut weiter steigend, im Vergleich zum Umsatz allerdings erwartungsgemäss unterproportional

Tiefere Logistikaufwendungen können einen Teil der Mehrkosten beim Betriebsaufwand kompensieren

# Höhere Reingewinnmarge

in CHF Millionen	H1 / 2023	H1 / 2022	Δ in % / bps
EBIT	138.5	108.6	+27.5 %
Anteil am Ergebnis von assoziierten Gesellschaften und Gemeinschaftsorganisationen	0.9	0.1	+790.8 %
Finanzergebnis	-12.0	-10.5	+14.6 %
Ergebnis vor Steuern (EBT)	127.4	98.2	+29.7 %
Ertragssteuern	-21.0	-17.2	+22.3 %
Durchschnittlicher Steuersatz in % vom EBT	16.5	17.5	-99 bps
Unternehmensgewinn inkl. Minderheitsanteile	106.4	81.0	+31.3 %
in % vom Nettoumsatz	5.1	4.0	+104 bps
Minderheitsanteile	-8.6	-2.9	+195.1 %
<b>Reingewinn</b>	<b>97.8</b>	<b>78.1</b>	<b>+25.2 %</b>
in % vom Nettoumsatz	4.6	3.9	+78 bps

Refinanzierung der Euro-Schuldscheindarlehen per Mitte des Vorjahres sowie höhere Zinssätze für lokale Finanzierungen in Wachstumsmärkten belasten das Finanzergebnis

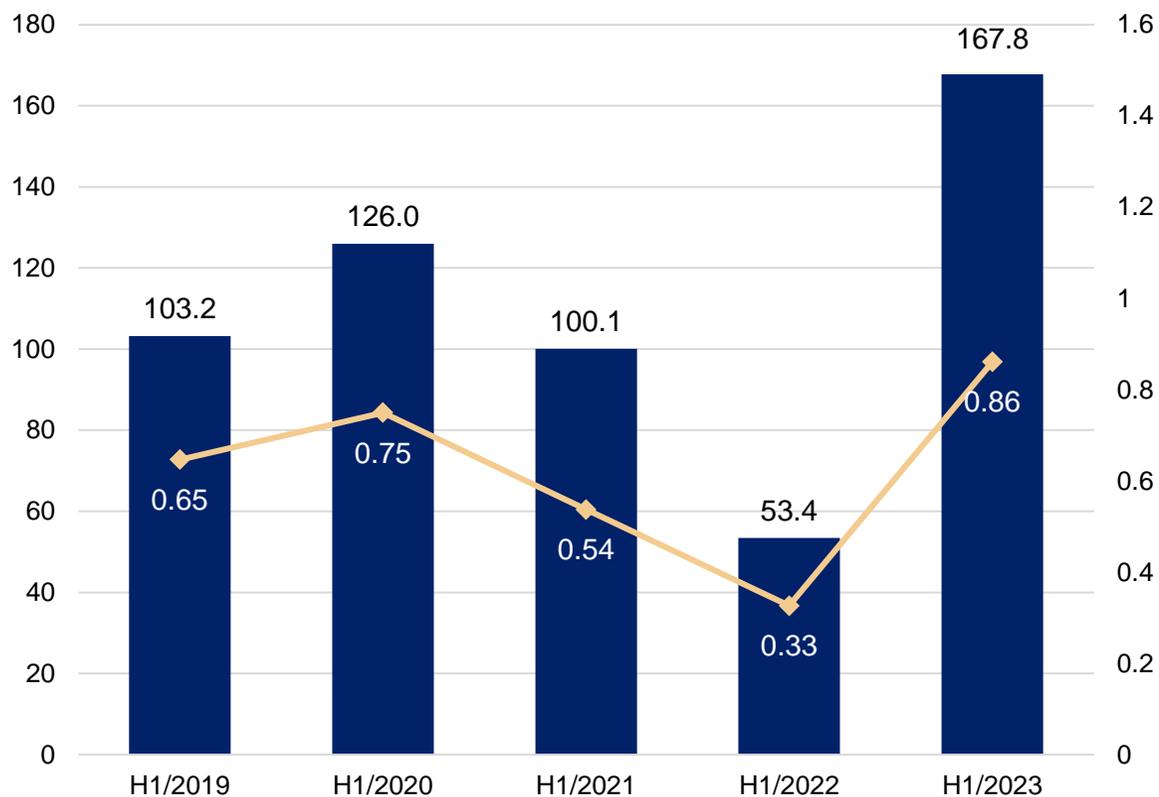
Im Vergleich zum H1/22 tiefere erwartete Steuerquote, jedoch im Rahmen vom Gesamtjahr 2022 (bereinigt 16.6%)

Höhere Minderheitsanteile aufgrund der verbesserten Profitabilität bei Gesellschaften mit Minderheitsanteilen, vor allem in Chile, Mexiko und den USA

# Starker Geldfluss aus Betriebstätigkeit

in CHF Mio.

in % EBITDA



Deutliche Erholung des Geldflusses aus Betriebstätigkeit aufgrund der verbesserten Profitabilität auf Stufe EBITDA sowie einer positiven Entwicklung des Nettoumlaufvermögens

Im Vorjahresvergleich geringere Zunahme des operativen Nettoumlaufvermögens widerspiegelt den erwarteten Rückgang nach ausserordentlich hohen NUV-Beständen im Vorjahr

Reduktion des übrigen Nettoumlaufvermögens gegenüber einer Zunahme im H1/22, grösstenteils durch Geldflüsse im Zusammenhang mit einem Margenausgleich zur langfristigen Absicherung von Zins- und Währungsrisiken in USD

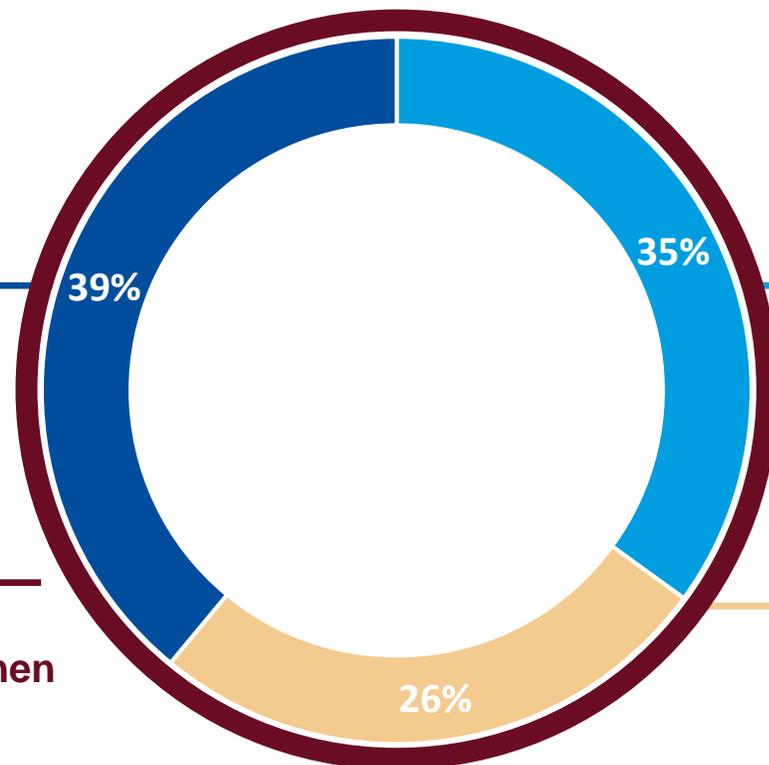
- Geldfluss aus Betriebstätigkeit
- ◆ Operative Cash Conversion  
(Geldfluss aus Betriebstätigkeit im Verhältnis zum EBITDA)

# Wertschaffende und strategische Investitionen

## Wachstumsinvestitionen (VJ 52 %)

- Konfektionierungs- & Logistikcenter (USA)
- Ziegenmilchpulverproduktion (NL)
- Abfüllanlage für Emmi Caffè Latte (Ostermundigen, CH)

**Investitionen H1/23: CHF 65.7 Millionen**  
*H1/2022: CHF 79.9 Millionen*



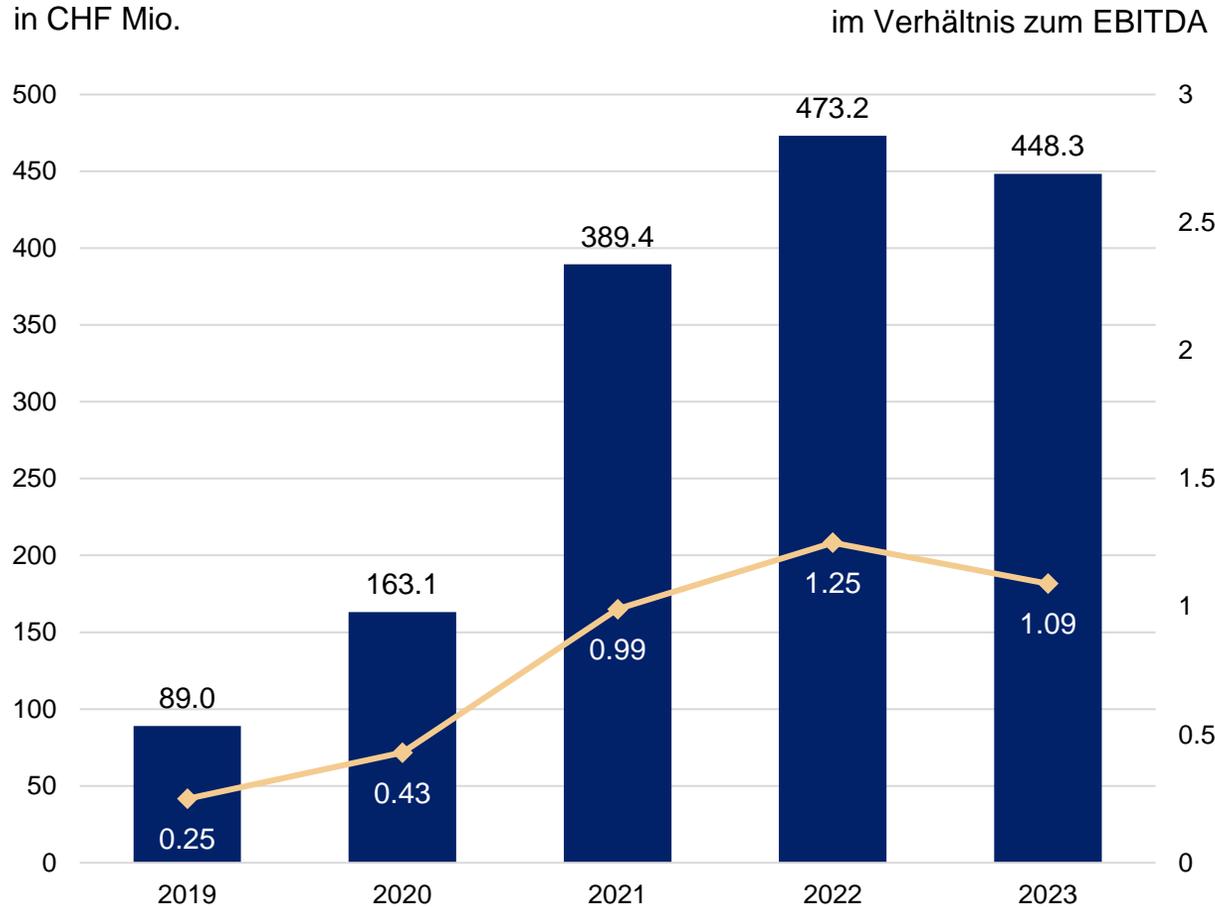
## Ersatzinvestitionen (VJ 28 %)

- Neue Käserei (Emmen, CH)
- Abfüllanlage für mittlere Formate (Suhr, CH)
- Optimierungen Logistik (Kirchberg, CH)

## Rationalisierungsinvestitionen (VJ 20 %)

- Neue Käserei (Emmen, CH)
- Optimierungen Logistik (Kirchberg, CH)
- Waschanlage für Gruyère (Kirchberg, CH)

# Starke Bilanz und tiefere Verschuldung



Abnahme des Verschuldungsgrades auf robuste 1.09x primär aufgrund höherem Cashflow im ersten Halbjahr

Stabilität durch weiterhin solide Eigenkapitalquote von 48.5 % (Ende 2022: 48.7 %)

■ Nettoverschuldung  
—◆— Verschuldungsgrad (Nettoverschuldung im Verhältnis zum EBITDA)

2019 bis 2022: jeweils Werte per 31. Dezember bzw. für das Gesamtjahr  
 2023: Bilanz per 30. Juni und EBITDA der letzten 12 Monate

# Erfolgreiches erstes Halbjahr 2023

CHF **2'103.4** Mio.

**Nettoumsatz** VJ CHF 2'016.5 Mio.

**Organisch +6.5 %**

VJ +5.4 %

CHF **775.4** Mio.

**Bruttogewinn** VJ CHF 707.4 Mio.

**Bruttogewinnmarge 36.9 %**

VJ 35.1 %

CHF **138.5** Mio.

**EBIT** VJ CHF 108.6 Mio.

**EBIT-Marge 6.6 %**

VJ 5.4 %

CHF **167.8** Mio.

**Geldfluss aus Betriebstätigkeit**

VJ CHF 53.4 Mio.

**Cash Conversion 86 %**

VJ 33 %

(Geldfluss aus Betriebstätigkeit im Verhältnis zum EBITDA)

CHF **62.6** Mio.

**Capex** VJ CHF 79.9 Mio.

(Investitionen in Anlagevermögen, ohne Akquisitionen)

**1.09X**

**Verschuldungsgrad** Ende VJ 1.25x

(Nettoverschuldung/EBITDA)

**Eigenkapitalquote 48.5 %**

Ende VJ 48.7%

A rustic wooden table setting featuring a fondue pot filled with melted cheese, a fondue fork with a wooden handle, a plate of cutlery, and a basket of potatoes. The scene is lit with warm, natural light, creating a cozy atmosphere.

HALBJAHRESERGEBNIS 2023

# Ausblick

Ricarda Demarmels, CEO

# Ausblick



## Schweiz

- Mit trendorientierten Neuheiten und wert-schaffenden Innovationen weiter Akzente setzen
- Präsenz und Sortiment gezielt weiter ausbauen
- Anhaltende Kostendisziplin, Investitionen in Differenzierung

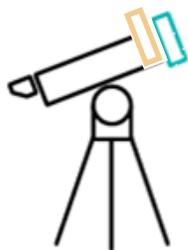
**Herausforderungen:** anhaltend hohe Inputkosten, Preis- & Importdruck, Einkaufstourismus, Konjunkturrisiken



## International

- Differenzierende Markenkonzepte, Innovationskraft und Vertriebsnetzwerk weiter stärken
- Organisches Wachstum profitabel gestalten, Portfolio-transformation weiter vorantreiben
- Momentum in strategischen Nischen beibehalten

**Herausforderungen:** makroökonomische Unsicherheiten, konjunktureller Abschwung bis Rezession, anhaltender Inflationsdruck und steigende Inputkosten, angespannte Arbeitsmarkt- & Logistiksituation in Nord-amerika, Preissteigerungen für Exporte aus der Schweiz



## Schwerpunkte für Emmi



- Kostensteigerungen abfedern, Volumen sichern
- Vorausschauend, agil und konsequent auf Veränderungen im Umfeld reagieren
- Innovationskraft beibehalten und Portfolio konsequent weiterentwickeln
- Kultur und Emmi Netzwerk weiter stärken
- Emmi Purpose und Strategie weiter verankern
- Weitere nachweisbare Fortschritte bei der Umsetzung des Emmi Nachhaltigkeitsmodells erzielen

**Annahmen:** Geopolitische Krisen ohne substanziellen und anhaltend negativen Einfluss



# Bestätigung der Ertragsprognosen bereinigt um Veräusserung Gläserne Molkerei

Umsatz Gruppe	<b>3 % bis 4 %</b> (unverändert)
Umsatz Schweiz	<b>2 % bis 3 %</b> (bisher: 1 % bis 2 %)
Umsatz Americas	<b>6 % bis 8 %</b> (unverändert)
Umsatz Europa	<b>0 % bis 1 %</b> (bisher: 3 % bis 5 %)
EBIT in CHF Millionen <sup>1)</sup>	<b>275 bis 295</b> (unverändert)
Reingewinnmarge <sup>2)</sup>	<b>4.5 % bis 5.0 %</b> (unverändert)

Die Zahlen setzen konstante Wechselkurse und Rohmilchpreise voraus.

- 1) Bereinigt um den Sondereffekt aus der Veräusserung der Gläsernen Molkerei (rund CHF 38 Millionen auf Stufe EBIT)
- 2) Bereinigt um die Sondereffekte aus der Veräusserung der Gläsernen Molkerei (rund CHF 30 Millionen auf Stufe Reingewinn) sowie der Minderheitsbeteiligung an Ambrosi (rund CHF 3 Millionen auf Stufe Reingewinn)



# Unveränderte Mittelfristprognose

## Mittelfristprognosen

Organisches Umsatzwachstum	+2 % bis +3 %
davon: Schweiz	±0 % bis +1 %
Americas	+4 % bis +6 %
Europa	+1 % bis +3 %
Reingewinnmarge	5.5 % bis 6.0 %
Kapitalrendite (ROIC)	Trend zur Verbesserung
Ausschüttungsquote	35 % bis 45 %





HALBJAHRESERGEBNIS 2023

# Q&A

Ricarda Demarmels, CEO | Sacha D. Gerber, CFO | Oliver Wasem,  
Head Investor Relations

# Emmi Investor Events 2024

**GEMEINSAM SCHAFFEN WIR  
— DIE BESTEN —  
MILCHMOMENTE  
HEUTE UND FÜR KOMMENDE  
GENERATIONEN**



**Umsatzergebnis 2023**

**Jahresergebnis 2023**

**Emmi Generalversammlung 2024**

**Emmi Halbjahresergebnis 2024**

Donnerstag, 25. Januar 2024  
*Medienmitteilung*

Donnerstag, 29. Februar 2024  
*Medienmitteilung und Analyst Meeting*

Donnerstag, 11. April 2024  
*Medienmitteilung*

Mittwoch, 14. August 2024  
*Medienmitteilung und Analyst Call*



# 9'333 Emmi Macher:innen,

die Kund:innen, Konsument:innen  
und Arbeitskolleg:innen begeistern

9'333 Vollzeitbeschäftigte (FTE) per 30. Juni 2023



DIE BESTEN  
MILCHMOMENTE  
— SIND EMMI —  
MOMENTE





**GEMEINSAM SCHAFFEN WIR  
— DIE BESTEN —  
MILCHMOMENTE  
HEUTE UND FÜR KOMMENDE  
GENERATIONEN**

**Vielen Dank  
für Ihre Aufmerksamkeit!**