

# Nachhaltigkeitsbericht 2021/2022



# Die besten Milchmomente

# Inhaltsverzeichnis

<b>Vorwort</b>	<b>3</b>
<b>Emmi auf einen Blick</b>	<b>5</b>
<b>Heute und morgen die besten Milchmomente</b>	<b>7</b>
<b>Ein Vorbild im Bereich Nachhaltigkeit</b>	<b>8</b>
<b>Fokus- und weitere wesentliche Themen</b>	<b>12</b>
<b>Fokusthemen</b>	<b>12</b>
Mitarbeitende entwickeln	12
Nachhaltige Milchwirtschaft	22
Treibhausgase reduzieren	27
Verschwendung vermeiden	40
Wasserverbrauch reduzieren	49
<b>Wesentliche Themen</b>	<b>53</b>
Wirtschaftliche Leistung	53
Verantwortungsvolle Beschaffung	57
Produktqualität	61
Innovation	64
Digitalisierung	67
Ernährung	71
Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	74
Governance	78
Community Engagement	81
<b>Allgemeine Angaben</b>	<b>84</b>
Die Organisation und ihre Berichterstattungspraktiken	84
Tätigkeiten und Mitarbeiter:innen	87
Unternehmensführung	88
Strategie, Richtlinien und Praktiken	92
Einbindung von Stakeholdern	95
<b>GRI-Index</b>	<b>96</b>
<b>Impressum</b>	<b>101</b>

# Vorwort

## Liebe Leserin, lieber Leser,

Emmi ist mit Leidenschaft Herstellerin von hochwertigen Milchprodukten und hat eine über 100-jährige Tradition. Unser Purpose – die besten Milchmomente heute und für kommende Generationen zu schaffen – leitet unser Handeln sowie die Art und Weise, wie wir unser Geschäft, unsere Marken und unser Portfolio langfristig und verantwortungsvoll weiterentwickeln.

Eine konsequente Strategieumsetzung und differenzierte Marktpositionen mit innovationsstarken Markenkonzepten sowie ein diversifiziertes Länder- und Produkteportfolio sind die Basis unseres erfolgreichen Geschäftsmodells. Hinter Emmi stehen mehr als 9'000 Mitarbeitende, die sich tagtäglich mit Kopf und Herz für die besten Milchmomente einsetzen.



Ricarda Demarmels  
CEO (links)

Urs Riedener  
VR-Präsident (rechts)

## Langjähriges Engagement für Nachhaltigkeit

Wetterextreme und Naturkatastrophen haben auch im vergangenen Jahr die Risiken durch den Klimawandel allgegenwärtig gemacht. Wir sehen uns darin bestärkt, dass nachhaltiges Handeln und die Verknüpfung wirtschaftlicher, sozialer und ökologischer Aspekte unumgänglich bleiben. Aus dieser, auch dem Emmi Purpose entspringenden Überzeugung heraus, ist unser langjähriges Engagement für Nachhaltigkeit zum integralen Bestandteil unserer Strategie geworden.

Unser Erfolg hängt von nachhaltigem und profitabilem Wachstum sowie einem intakten Planeten ab. Als wichtige Akteurin in der Milchwirtschaft wollen wir unsere Branche weiterhin positiv beeinflussen und nachhaltige Praktiken über unseren innerbetrieblichen Wirkungskreis hinaus vorantreiben. Wir setzen dabei auf wissenschaftsbasierte Ziele (SBTi) und eine Vision netZERO 2050 zur Begrenzung der globalen Erwärmung in Übereinstimmung mit dem Klimaabkommen von Paris.

Unsere ambitionierten Nachhaltigkeitsziele orientieren sich am Emmi Nachhaltigkeitsmodell, welches die Handlungsfelder Mitarbeitende, Gesellschaft und Umwelt umfasst.

## Fortschritte und Herausforderungen

Erfreuliche Entwicklungen sehen wir im Bereich Mitarbeitende, wo wir neu die Entwicklung unserer Teams in allen Emmi Märkten erfassen. In der Schweiz verfügen heute bereits drei von

vier Mitarbeitenden (+17 % ggü. Vorjahr) über einen Entwicklungsplan – international sind es beinahe die Hälfte. Zudem konnten wir im Berichtsjahr gruppenweit fast jede dritte Stelle intern besetzen.

Im Handlungsfeld Gesellschaft und unserem Fokusthema nachhaltige Milchwirtschaft verzeichnen wir ebenfalls Fortschritte. Neu verfügen alle Emmi Gesellschaften über qualitative Ziele für eine nachhaltigere Milchproduktion. Damit diese Entwicklung auch quantitativ messbar wird, setzen wir auf einen wissenschaftsbasierten Kriterienkatalog, welchen bereits jede vierte unserer Gesellschaften anwendet. Während in der Schweiz die Zahl unserer nach dem Branchenstandard «Nachhaltige Schweizer Milch» produzierenden Milchlieferanten leicht zunahm, blieb die nach diesem Standard produzierte Menge an Milch mit 94 % im Vergleich zum Vorjahr konstant.

Im Verbund mit Branchenorganisationen und Partnern der Wertschöpfungskette arbeiten wir darauf hin, diesen Standard insbesondere mit Blick auf Klimaschutz, Biodiversität und Tierwohl weiterzuentwickeln. Erfolgreich gestartet ist die gemeinsam mit Partnern aus Wirtschaft und Wissenschaft initiierte Brancheninitiative «KlimaStaR Milch». Diese zielt darauf ab, die Schweizer Milchwirtschaft im Hinblick auf Klimaschutz sowie Nahrungsmittel- und Flächenkonkurrenz wettbewerbsfähiger zu machen.

International haben wir unser diesbezügliches Engagement zudem mit dem Beitritt zur «Pathways to Dairy Net Zero»-Initiative weiter verstärkt.

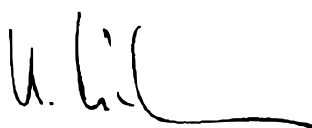
Was die Umwelt betrifft, so ist es uns in verschiedenen Bereichen gelungen, weitere Fortschritte zu erzielen. So etwa bei der Dekarbonisierung unserer Energieversorgung, indem wir unsere betrieblichen Treibhausgasemissionen gegenüber dem Vorjahr um 10 % senken konnten. Im Vergleich zum Basisjahr 2014 liegen diese gar um ein Viertel tiefer. Mit einer Reduktion unseres Abfalls (-4 %) und der Lebensmittelverschwendung (-5 %) gegenüber dem Vorjahr bewegen wir uns auch in diesen Umweltthemen in die richtige Richtung. Allerdings hat sich unsere Wasserintensitätsrate verschlechtert, hier liegen wir im Vergleich hinter dem Vorjahr (+4,7 %). Weitere Anstrengungen nötig sind hingegen bei der Recyclebarkeit unserer Verpackungen, um diese bis 2027 vollständig recyclingfähig zu machen. In der Schweiz liegt dieser Anteil aktuell bei rund 45 %.

## Blick in die Zukunft

Vor dem Hintergrund der anhaltenden Unsicherheiten im Bereich der Energieversorgung legen wir 2023 einen verstärkten Fokus auf die Themen Energie, Dekarbonisierung und Treibhausgasreduktion. Eine Diversifizierung der Energieversorgung mit erneuerbaren Energien steht dabei im Vordergrund.

Ausgerichtet auf unseren Netto-Null-Reduktionspfad wollen wir so die Abhängigkeit von fossilen Brennstoffen weiter verringern und gleichzeitig die Herstellung unserer Milchprodukte nachhaltiger machen. Als bedeutende Akteurin der Milchwirtschaft sowie in Anbetracht des Ausmasses und der Bedeutung der kollektiven Herausforderungen werden wir unser Engagement weiterhin gemeinsam mit unseren Milchbauern, Lieferanten und Partnern vorantreiben. Bei Emmi sehen wir die nachhaltige Gestaltung der Wertschöpfungskette als Mandat, um langfristig Wert zu schaffen und mit Blick auf kommende Generationen Verantwortung zu übernehmen.

Welche Ansätze wir dabei verfolgen und welche Fortschritte wir in den letzten zwei Jahren erzielt haben, fasst die vorliegende, siebte gemäss den GRI-Standards verfasste Auflage unseres Nachhaltigkeitsberichts zusammen.



**Urs Riedener**

Präsident des Verwaltungsrats



**Ricarda Demarmels**

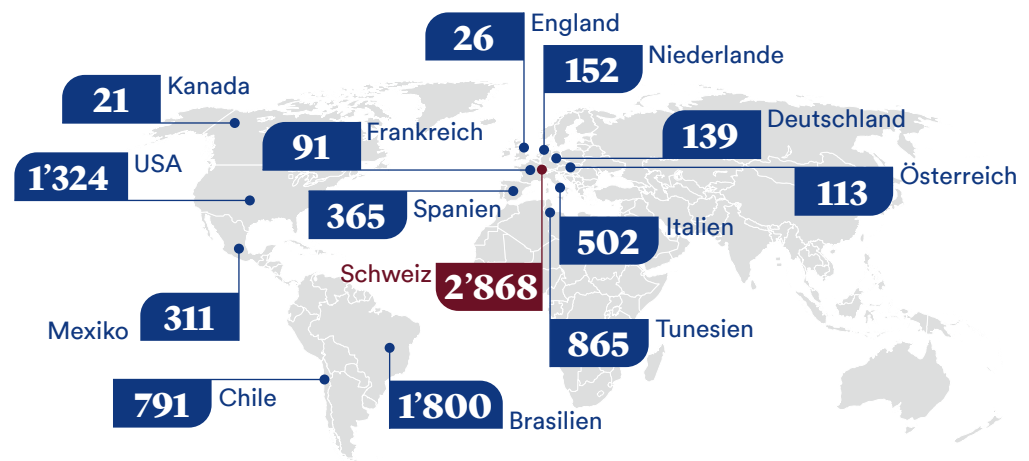
CEO

# Emmi auf einen Blick

**Wir sind die führende Herstellerin von hochwertigen Milchprodukten in der Schweiz, mit einem diversifizierten Portfolio und innovationsstarken Marken sowie einer eigenen Präsenz in 14 Ländern. Unsere Qualitätsprodukte vertreiben wir in rund 60 Ländern und stellen diese an über 50 eigenen Produktionsstandorten in elf Ländern her.**

Dank konsequenter Strategieumsetzung und differenzierten Marktpositionen mit innovationsstarken Markenkonzepten sowie einem diversifizierten Länder- und Produkteportfolio hat sich Emmi in ihrer über 100-jährigen Geschichte von einer lokalen, bäuerlichen Organisation zu einer erfolgreichen, international tätigen Unternehmensgruppe entwickelt. Heute erwirtschaften wir einen Umsatz von rund 4.2 Milliarden Franken. Dahinter stehen mehr als 9'000 Mitarbeitende, von denen rund 70 % ausserhalb der Schweiz tätig sind und die sich tagtäglich mit Kopf und Herz für die besten Milchmomente einsetzen.

## Mitarbeitende der Emmi Gruppe auf Vollzeitbasis (per Ende 2022)



## Kennzahlen Emmi

	2020	2021	2022
Umsatz in CHF Mio.	3'706	3'912	4'230
Bilanzsumme in CHF Mio.	2'337	2'471	2'635
Börsenkapitalisierung in CHF Mio.	4'876	5'756	4'189
Investitionen in CHF Mio.	131	153	206
Verarbeitete Milch in Mio. t	2.12	2.16	2.07

[↳ Geschäftsbericht 2022](#)

## Nichtfinanzielle Kennzahlen Emmi<sup>1</sup>

↳ Mitarbeitende	Einheit	2020	2021	2022
Mitarbeitende im Scope für einen Entwicklungsplan	Anzahl	3'744	3'790	8'774
Anteil Mitarbeitende mit einem Entwicklungsplan <sup>6,7</sup>	%	59	58	46
Anteil Besetzung offener Stellen mit internen Kandidaten <sup>6,7</sup>	%	82	45	29

## ↳ Diversität

Frauenanteil, total	%	29	31 <sup>8</sup>	31 <sup>8</sup>
Frauenanteil im Verwaltungsrat	%	44	44	44
Frauenanteil in der Konzernleitung	%	25	25	25

## ↳ Milchlieferanten

Anteil Milchlieferanten «swissmilk green» <sup>2,9</sup>	%	83	85	87
Anteil «swissmilk green» pro Milchmenge <sup>2</sup>	%	93	94	94

## ↳ Energie und Treibhausgasemissionen

Total Energieverbrauch	MWh	593'239	842'589 <sup>5</sup>	845'087
Total Energieintensitätsrate	MWh/ t Produkt <sup>3</sup>	0.49	0.59	0.63
Total Elektrizitätsverbrauch	MWh	201'195	250'837 <sup>5</sup>	264'231
Anteil Strom aus erneuerbaren Quellen	%	75	85	85
Total CO <sub>2</sub> e-Emissionen Scope 1	tCO <sub>2</sub> e	91'035	100'306 <sup>5</sup>	100'233
Total CO <sub>2</sub> e-Emissionen Scope 2	tCO <sub>2</sub> e	17'243	12'660 <sup>5</sup>	1'223
Total CO <sub>2</sub> e-Emissionen Scope 3	tCO <sub>2</sub> e	5'594'962	5'539'077	5'356'929
Reduktion der Treibhausgasemissionen (Scope 1 und 2)	tCO <sub>2</sub> e	1'091	4'614	-12'471
Reduktion der Treibhausgasemissionen (Scope 3)	tCO <sub>2</sub> e	–	-55'885	-182'148
Total CO <sub>2</sub> e-Emissionen pro TCHF Umsatz	tCO <sub>2</sub> e/TCHF Umsatz	1.54	1.45	1.29
Total CO <sub>2</sub> e-Emissionen pro t Milchmenge	tCO <sub>2</sub> e/ t Milchmenge	2.69	2.61	2.64
Total CO <sub>2</sub> e-Emissionen pro produzierte t Produktmenge	tCO <sub>2</sub> e/ t Produkt <sup>3</sup>	4.20	3.97	4.06

## ↳ Wasser

Total Wasserverbrauch	m <sup>3</sup>	5'920'795	7'308'195 <sup>5</sup>	7'229'862
Wasserverbrauch in Risikogebieten <sup>4</sup>	m <sup>3</sup>	1'012'060	1'162'783	1'094'183
Wasserintensitätsrate in Risikogebieten	m <sup>3</sup> /t Produkt <sup>3</sup>	3.96	4.03	4.12
Wasserverbrauch in Nicht-Risikogebieten	m <sup>3</sup>	4'908'735	6'145'412 <sup>5</sup>	6'135'679
Wasserintensitätsrate in Nicht-Risikogebieten	m <sup>3</sup> /t Produkt <sup>3</sup>	5.19	5.42	5.70

## ↳ Verschwendung

Total Abfall (Verbrennung/Deponie)	t	10'097	10'374 <sup>5</sup>	9'419
Abfall in Deponie	t	7'243	7'404	6'869
Abfallintensitätsrate	kg/t Produkt <sup>3</sup>	8.40	7.30	7.00
Total Lebensmittelverschwendung <sup>2</sup> (Food Waste)	t Trockenmasse	12'149	11'753	10'737
Lebensmittelverschwendung pro Produkt <sup>2,3</sup>	%	4.00	3.90 <sup>5</sup>	3.70

<sup>1</sup> Die Berechnungsgrundlage ist auf Seite 85 bei GRI 2-2 zu finden.

<sup>2</sup> Derzeit nur Schweiz berücksichtigt.

<sup>3</sup> Produkt = verkaufsfähige Ware.

<sup>4</sup> Wassergefährdete Gebiete mit hohem Wasserstress: Mahdia, Turlock, Petaluma, Sebastopol, Mexiko-Stadt und Calera de Tango.

<sup>5</sup> Aufgrund neuer Datenbasis korrigiert.

<sup>6</sup> Ab 2022 erstmals international berücksichtigt, zuvor nur Schweiz.

<sup>7</sup> Anteil bezieht sich auf die Mitarbeitenden im Scope.

<sup>8</sup> Ohne Mexideli 2000 Holding S.A. de C.V, Laticínios Porto Alegre Indústria e Comércio S.A., Tomales Bay Foods, Inc.

<sup>9</sup> Produktionsstandard für [↳ «Nachhaltige Schweizer Milch»](#).

# Heute und morgen die besten Milchemomente

**In Einklang mit unserem über 100-jährigen Erbe übernehmen wir heute Verantwortung für morgen. Auf der Basis unseres verantwortungsvollen Geschäftsmodells tragen wir zur Wertschöpfung insbesondere auch in ländlichen Regionen bei.**

Langfristig Verantwortung übernehmen – dafür steht Emmi seit jeher. Diese Überzeugung drückt auch unser Purpose aus. Er steht für unsere Leidenschaft, hochwertige Milchprodukte und Spezialitäten mit Respekt für Natur und Mensch sorgsam herzustellen. Unser Purpose leitet auch unser Handeln sowie die Art und Weise, wie wir unser Geschäft, unsere Marken und unser Portfolio langfristig weiterentwickeln.

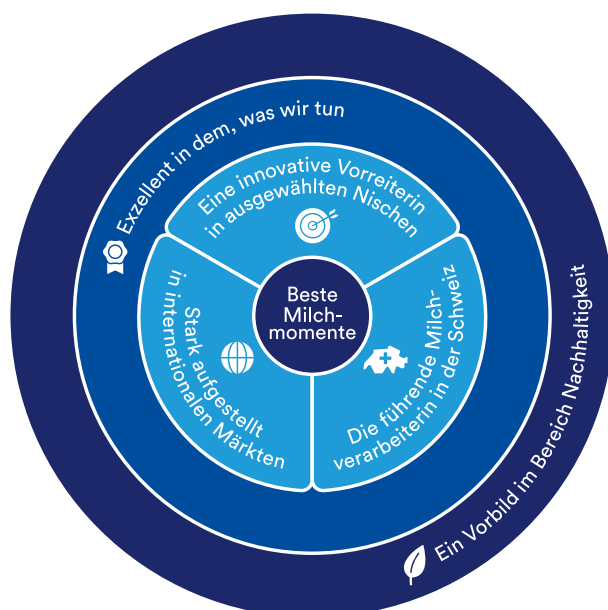
**GEMEINSAM SCHAFFEN WIR  
— DIE BESTEN —  
MILCHEMOMENTE  
HEUTE UND FÜR KOMMENDE  
GENERATIONEN**

Um unser Geschäft nachhaltig und profitabel zu betreiben, richten wir uns zunehmend international aus – aufbauend auf unseren Schweizer Wurzeln und unseren hohen Qualitätsstandards.

Zentral bleiben auch die Nähe zum Ursprung unserer Produkte, die lokale Verankerung sowie die enge Zusammenarbeit mit unseren regionalen Milchlieferanten. Mit hochwertiger, regionaler und zunehmend nachhaltig hergestellter Milch unterstützen wir die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit der ländlichen Regionen. Gemeinsam wollen wir so weiterhin die besten Milchemomente erlebbar machen und Wertschöpfung für alle unsere Anspruchsgruppen schaffen.

## Unsere Strategie

Unser verantwortungsvolles, auf langfristig profitables Wachstum ausgerichtetes Geschäftsmodell und unsere fokussierte Strategie helfen uns, das Richtige zu tun und wirtschaftlich erfolgreich zu bleiben. Unser Ansatz basiert auf einzigartigen, innovationsstarken Markenkonzepten, einem diversifizierten Portfolio sowie einer agilen, lokal verankerten Organisation.



Unsere Strategie umfasst fünf Kernelemente: die Stärkung der Position im Heimatmarkt Schweiz, eine weiterhin fokussierte internationale Expansion und die konsequente Weiterentwicklung profitabler, klar definierter Nischengeschäfte mit führenden Positionen in den Bereichen «Ready to Drink»-Kaffee, Spezialitätenkäse, gekühlte Premium-Deserts und pflanzenbasierte Milchalternativen. Exzellenz im Handeln und Nachhaltigkeit ergänzen diese marktbezogenen Elemente und runden die Gruppenstrategie ab.

[↳ Mehr erfahren über die Emmi Strategie](#)

# Ein Vorbild im Bereich Nachhaltigkeit

**Die nachhaltige Gestaltung der Wertschöpfungskette sehen wir als Mandat, um langfristig Wert zu schaffen und mit Blick auf kommende Generationen Verantwortung zu übernehmen.**

Die Auswirkungen des Klimawandels werden immer präsenter. Entsprechend sehen wir uns bestärkt darin, dass nachhaltiges Handeln und die Verknüpfung wirtschaftlicher, sozialer und ökologischer Aspekte unumgänglich sind. Im Verbund mit unseren Milchlieferanten und Partnern sowie unter Einbindung der Konsumentinnen und Konsumenten können wir so langfristig dem Sorge tragen, was uns ernährt – einer intakten Natur. Aus dieser Überzeugung heraus ist unser langjähriges Engagement für Nachhaltigkeit auch integraler Bestandteil unserer Unternehmensstrategie.

## Das Emmi Nachhaltigkeitsmodell

Basierend auf dem Emmi Nachhaltigkeitsmodell und unserem wissenschaftsbasierten Netto-Null-Reduktionspfad wollen wir unser Geschäft weiterhin ressourceneffizient, ökologisch sowie sozial verträglich betreiben. Damit uns dies und weitere Fortschritte gelingen, ist Nachhaltigkeit bei allen Emmi Gesellschaften in die zentralen Geschäftsprozesse eingebunden. Darin sehen wir den Schlüssel, um gemeinsam unsere ambitionierten Nachhaltigkeitsziele in den Handlungsfeldern Mitarbeitende, Gesellschaft und Umwelt zu erreichen.



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

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

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

[↳ Mehr erfahren über das Emmi Nachhaltigkeitsmodell](#)



## Die wesentlichen Themen der Emmi Gruppe

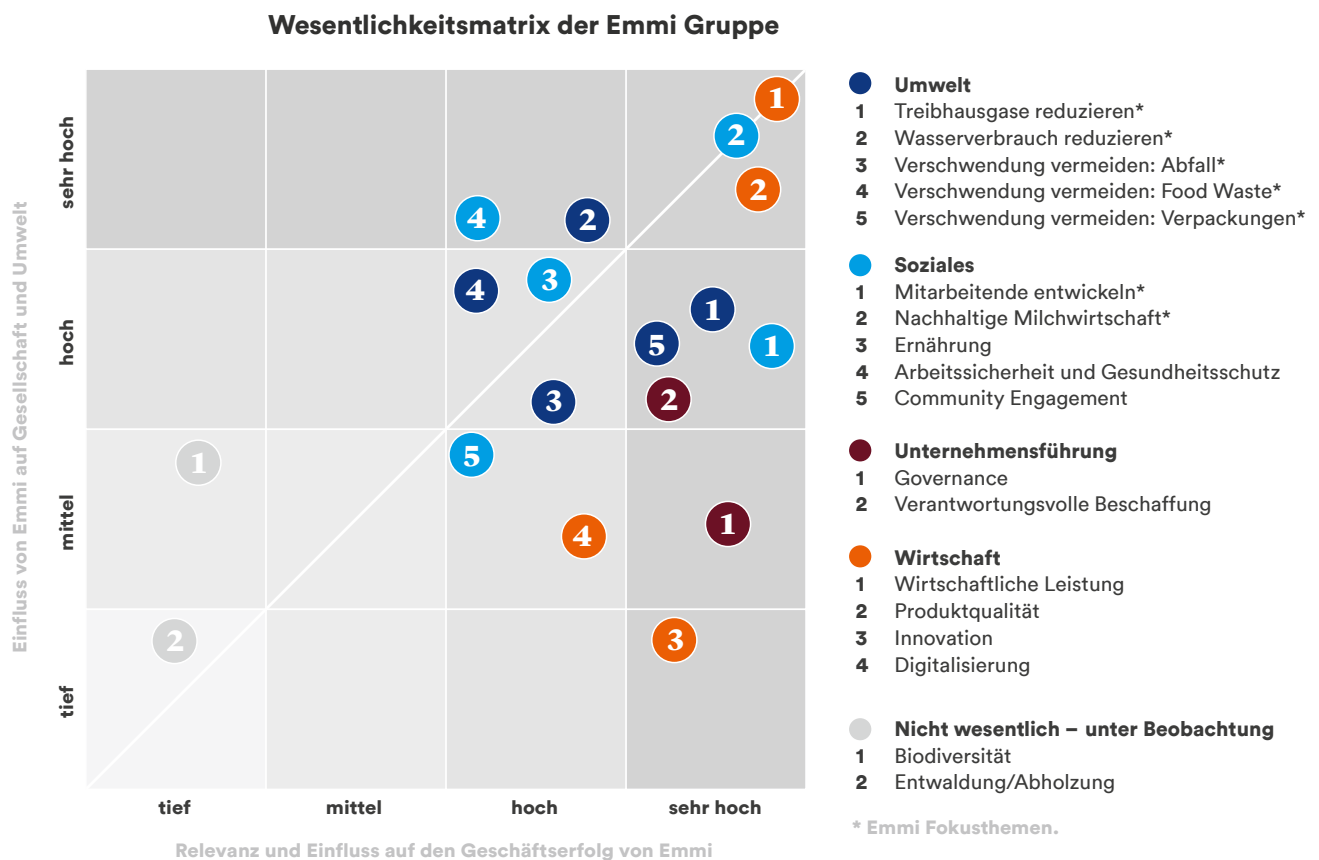
### **3-1 Verfahren zur Bestimmung wesentlicher Themen**

Unser Nachhaltigkeitsansatz und die Wahl der strategisch relevanten Themen basieren auf Wesentlichkeit und einer sogenannten doppelten Wesentlichkeitsanalyse. Das bedeutet, dass wir unsere Aktivitäten auf Themen konzentrieren, die entweder bedeutende Auswirkungen auf Menschen, Gesellschaft und Umwelt haben oder für unser Geschäft und unsere Zukunftsfähigkeit relevant sind. Dabei unterscheiden wir zwischen Fokusthemen und weiteren wesentlichen Themen. Die Fokusthemen sind Teil des Emmi Nachhaltigkeitsmodells und den darin gebündelten drei Handlungsfelder Mitarbeitende, Gesellschaft und Umwelt zugewiesen. Alle Fokusthemen enthalten ambitionierte messbare Ziele mit Horizont 2027. Die weiteren wesentlichen Themen sind nicht Teil des Emmi Nachhaltigkeitsmodells, jedoch für unser Geschäft und unser Umfeld ebenfalls relevant. Die Wesentlichkeitsanalyse wird alle zwei Jahre im Vorfeld der Nachhaltigkeitsberichterstattung überprüft und aktualisiert.

Im Hinblick auf die vorliegende Berichterstattung wurde eine Aktualisierung der bisherigen Wesentlichkeitsmatrix vorgenommen. Damit tragen wir den aktuellen Anforderungen der GRI-Standards 2021 Rechnung und erfüllen die in der Schweiz seit Januar 2022 gültigen Bestimmungen über die Transparenz bezüglich nichtfinanzieller Belange (Art. 964a ff. OR). Neu basiert die Auswahl der für Emmi wesentlichen Themen auf den Beurteilungsperspektiven Geschäftsrelevanz (bisher) und Auswirkungsrelevanz (neu).

### **3-2 Liste der wesentlichen Themen**

Zur Aktualisierung unserer Wesentlichkeitsmatrix haben wir unsere bisher als wesentlich beurteilten Themen um zusätzliche, aufgrund der veränderten Rahmenbedingungen potenziell relevante wesentliche Themen ergänzt. Anschliessend wurden alle Themen durch interne Fachexperten hinsichtlich ihrer Auswirkungen auf das Unternehmensumfeld beurteilt und in einer provisorischen Wesentlichkeitsmatrix festgehalten. Auf dieser Grundlage und ergänzt um eine Auswahl der daraus abgeleiteten wesentlichen Themen validierte der Steuerungsausschuss Nachhaltigkeit abschliessend Matrix und Wesentlichkeitsthemen.



Die Neubeurteilung der Wesentlichkeit ergab keine grundsätzliche Veränderung bei den Emmi Fokusthemen. Das bisherige wesentliche Thema Lieferantenmanagement wurde umbenannt auf und erweitert um «Verantwortungsvolle Beschaffung». Das wesentliche Thema «Arbeitssicherheit» aus der letzten Berichterstattungsperiode verstehen wir neu umfassender, indem wir auch den Gesundheitsschutz inkludieren. So heisst unser neues wesentliches Thema «Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz».

## Ambitionierte Ziele und messbare Fortschritte

2016 hatten wir uns erstmals messbare Ziele für unser Nachhaltigkeitsengagement gesetzt. Dieser erste Zyklus wurde 2020 abgeschlossen [↪ Nachhaltigkeitsbericht 2019/2020](#). Seit 2021 gelten für die definierten Fokusthemen, welche den Handlungsfeldern Mitarbeitende, Gesellschaft und Umwelt zugeteilt sind, neue, ambitionierte Zielsetzungen mit Horizont 2027.

Zudem unterstützen wir die Sustainable Development Goals (SDGs) und den ehrgeizigen Plan der Weltgemeinschaft zur Bewältigung globaler Herausforderungen wie Klimawandel, Unterernährung oder fairem Wachstum.

[↪ Mehr erfahren über die SDGs](#)



### Mitarbeitende entwickeln

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

<sup>1</sup> Erstmals berücksichtigt (ohne Vorjahreswert).

100 % der Mitarbeitenden verfügen über einen Entwicklungsplan

Emmi Gruppe<sup>1</sup>

46 %

Schweiz

75 %

Vorjahr: 58 %

50 % aller offenen Stellen werden mit internen Kandidaten besetzt

Emmi Gruppe<sup>1</sup>

29 %

Schweiz

37 %

Vorjahr: 45 %



### Nachhaltige Milchwirtschaft

- 100 % der Milchlieferanten von Emmi produzieren nach lokal überdurchschnittlichen Standards<sup>1</sup>
- Weiterentwicklung des Schweizer Branchenstandards

<sup>1</sup> [Siehe «Emmi Methodik Nachhaltige Milch».](#)

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

Emmi Gruppe

initiiert

Schweiz (ggü. 2019)

87 %

Vorjahr: 85 %



### Treibhausgase reduzieren

- 60 % Reduktion der eigenen Treibhausgasemissionen (Scope 1 und 2)<sup>1</sup>
- 25 % Reduktion der Treibhausgasemissionen in der Wertschöpfungskette (Scope 3)<sup>2</sup>
- Vision netZERO 2050

<sup>1</sup> Nach [Greenhouse Gas Protocol](#): absolute Menge CO<sub>2</sub>e in Tonnen.

<sup>2</sup> Gemessen an: Tonne CO<sub>2</sub>e pro Tonne Milchmenge.

<sup>3</sup> Korrigiert aufgrund neuer Datengrundlage.

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

28 %

Vorjahr: 20 %

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

-3 %

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



### Verschwendung vermeiden

- 50 % weniger Abfall und Lebensmittelverschwendung (Food Waste)<sup>1</sup>
- 0 % Abfallentsorgung auf Deponien
- 100 % recycelbare Verpackungen

<sup>1</sup> Menge in Tonnen nach Abfall in Deponien oder Verbrennung bezogen auf verkaufsfähige Ware.

<sup>2</sup> Produkte, die für menschliche Ernährung gedacht waren, aber nicht so verwendet wurden, gemessen in Trockenmasse bezogen auf verkaufsfähige Ware.

<sup>3</sup> Durchschnittlicher recycelbarer Wertstoffanteil aller von Emmi Schweiz in Verkehr gebrachten Konsumentenverpackungen, die Kunststoff enthalten. Als Berechnungsgrundlage dient die Methode nach [RecyClass](#) sowie der [Deutsche Mindeststandard](#).

<sup>4</sup> Durchschnittlicher Rezyklatanteil aller von Emmi Schweiz in Verkehr gebrachten Kunststoffverpackungen.

<sup>5</sup> Erstmals berücksichtigt (ohne Vorjahreswert).

<sup>6</sup> Aktuell nur Schweiz berücksichtigt.

50 % Reduktion von Abfall (ggü. 2017)<sup>1</sup>

22 %

Vorjahr: 19 %

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

18 %

Vorjahr: 13 %

Keine Abfallentsorgung auf Deponien

11 %

Vorjahr: 4 %

100 % recycelbare Verpackungen<sup>3, 5, 6</sup>

45 %

30 % Rezyklat in Kunststoffverpackungen<sup>4, 5, 6</sup>

4 %



### Wasser

- 50 % Reduktion des eigenen Wasserverbrauchs in Risikogebieten<sup>1</sup>
- 15 % Reduktion des eigenen Wasserverbrauchs in Nicht-Risikogebieten<sup>1</sup>
- Reduzierter Wasserverbrauch in der Wertschöpfungskette

<sup>1</sup> Intensitätsrate gemessen am Gesamtwasserverbrauch pro Tonne verkaufsfähige Ware.

50 % Reduktion des eigenen Wasserverbrauchs in Risikogebieten (ggü. 2019)<sup>1</sup>

1 %

Vorjahr: 3 %

15 % Reduktion des eigenen Wasserverbrauchs in Nicht-Risikogebieten (ggü. 2019)<sup>1</sup>

-7 %

Vorjahr: -2 %

\* Unterstützung der UN Ziele für nachhaltige Entwicklung (SDGs) [UN Sustainable Development Goals](#).

# Fokus- und weitere wesentliche Themen

Bei Emmi unterscheiden wir zwischen Fokusthemen und weiteren wesentlichen Themen. Die Fokusthemen sind Teil des Emmi Nachhaltigkeitsmodells und werden den jeweiligen drei Handlungsfeldern zugewiesen: Mitarbeitende, Gesellschaft und Umwelt. Alle Fokusthemen enthalten ambitionierte Ziele mit Horizont 2027. Die weiteren wesentlichen Themen sind nicht Teil des Emmi Nachhaltigkeitsmodells, jedoch für unser Geschäft und unser Umfeld ebenfalls relevant. Für die Erkennung wesentlicher Themen diente uns eine fundierte Wesentlichkeitsanalyse.

[↳ «Ein Vorbild im Bereich Nachhaltigkeit» auf Seite 8](#)

## Fokusthemen

### Mitarbeitende entwickeln

**«Mitarbeitendenentwicklung» umfasst für uns alle Aspekte, welche unsere Mitarbeitenden befähigen, aktuell und zukünftig die Anforderungen ihrer Arbeit zu erfüllen. Damit kann einerseits die Arbeitsmarktfähigkeit unserer Mitarbeitenden sichergestellt werden, andererseits ist dies eine Investition in die Stärkung unserer wichtigsten Ressource.**

Unsere weltweit mehr als 9'000 Mitarbeitenden sind eine tragende Säule unseres Unternehmens und ein zentraler Erfolgsfaktor. Deshalb ist es für uns elementar, Positionen im Unternehmen mit Mitarbeitenden zu besetzen, welche die passenden fachlichen, sozialen und persönlichen Kompetenzen mitbringen. Hierfür investieren wir in die individuelle Entwicklung jedes einzelnen Mitarbeitenden. Gleichzeitig ändern sich die beruflichen Anforderungen laufend und in zunehmendem Tempo – etwa durch neue Technologien oder neue Marktbedürfnisse.

#### 3-3

### Managementansatz

Damit wir in Zukunft bestehen können, brauchen wir engagierte Mitarbeitende mit den richtigen Fähig- und Fertigkeiten. Dies sicherzustellen, ist Ziel unseres umfassenden Engagements zur Entwicklung unserer Mitarbeitenden.

Wir sind der Überzeugung, dass Investitionen in die individuelle Entwicklung auf jeder Stufe und in allen Berufsbildern sinnvoll sind. Einerseits, weil die Anforderungen in jedem Berufsprofil einem stetigen Wandel unterliegen, andererseits weil es ein zunehmendes Bedürfnis unserer Mitarbeitenden ist, sich weiterzuentwickeln. Dies bereichert die berufliche Betätigung und stärkt die Arbeitsmarktfähigkeit. In diesem Kontext sehen wir uns auch in einer unternehmerischen und gesamtgesellschaftlichen Verantwortung.

Individuelle Entwicklung bedarf eines entsprechenden Umfelds. Essenziell sind eine professionelle Führung, Zielsetzungen, die Orientierung geben, ein umfassendes Kompetenzmanagement sowie ein Arbeitsumfeld, welches die individuelle Entwicklung fördert. Sichergestellt wird dies bei uns über vielfältige Entwicklungsangebote in den verschiedenen Gesellschaften sowie eine bereichsübergreifende Talentförderung und Nachfolgeplanung. Als konkretes Ziel haben wir festgehalten, dass bis 2027 alle unsere Mitarbeitenden über einen individuellen Entwicklungsplan verfügen sollen.

Mit dieser breit angelegten Entwicklung unserer Mitarbeitenden stärken wir sie nicht nur für ihre aktuellen Aufgabengebiete. Wir entwickeln auch die Grundlage, um offene Positionen mit passgenauen Kompetenzen aus eigenen Reihen besetzen zu können. Dabei streben wir in der Rekrutierung eine Gleichverteilung zwischen interner und externer Stellenbesetzung an.

#### **404-2    Excellent Leadership**

Wir streben ein Arbeitsumfeld an, in dem sich alle Mitarbeitenden willkommen, wertgeschätzt sowie inspiriert fühlen und Entwicklungsmöglichkeiten vorfinden. Auf diese Aspekte des Arbeitsumfeldes haben Führungskräfte einen grossen Einfluss. In diesem Bewusstsein investieren wir seit 2017 in eine global fokussierte Führungsentwicklung. Seit 2018 bieten wir gruppenweite Führungstrainings an: «Excellent Leadership» besteht aus individuellen Selbstlernelementen und sozialen Austauschformaten und ist die Basis für die Führungsarbeit innerhalb der Emmi Gruppe. Dieses Training umfasst die gezielte Auseinandersetzung mit den Führungsgrundsätzen der Emmi Gruppe, der strategischen Ausrichtung der eigenen Führungsarbeit sowie der Anwendung und Reflexion des eigenen Führungsstils. Parallel wird gute und professionelle Führungsarbeit lokal mit zahlreichen Workshops laufend vertieft und reflektiert.

#### **404-2    Investitionen in den Nachwuchs**

Die Vielfalt an Berufsbildern bei Emmi ist gross. Wir beschäftigen einerseits Mitarbeitende in branchenspezifischen Berufen – beispielsweise Milchtechnologinnen und -technologe oder Lebensmittelingenieurinnen und -ingenieure –, andererseits auch Mitarbeitende mit branchenunabhängigen Profilen – kaufmännische Angestellte, Logistikerinnen und Logistiker oder IT-Spezialistinnen und -Spezialisten.

Gerade in branchenspezifischen Berufsbildern ist es je nach Land anspruchsvoll, geeignete Mitarbeitende zu finden. Von entsprechend hoher Bedeutung ist für uns die Berufsbildung. In der Schweiz investieren wir mit der Berufsbildung deshalb auch in die Ausbildung von Nachwuchskräften in branchenspezifischen Kompetenzen. Wir bauen die Anzahl der Lehrstellen in den branchenspezifischen Kernberufen laufend aus. Zielgruppen werden durch Messeauftritte und Schulreferate sowie zunehmend über Social Media angesprochen.

Wir benötigen aber auch vermehrt Mitarbeitende mit akademischem Hintergrund. Gefragt sind hauptsächlich Kompetenzen aus Lebensmittel- und Wirtschaftswissenschaften sowie zunehmend aus der Wirtschaftsinformatik und der Logistik. In der Schweiz, in Italien und in Brasilien bieten wir deshalb Trainee-Programme für Hochschulabsolventen an.

### **Vielfältige, ausgewogene Entwicklungsmaßnahmen**

Emmi setzt auf eine ausgewogene Förderung von unternehmerischen, persönlichen, sozialen und fachlich-methodischen Kompetenzen. Dazu verfolgen wir einen 70-20-10-Entwicklungsansatz: 70 % der Entwicklung findet direkt im Arbeitsalltag statt, 20 % mit gezieltem Feedback und Reflexion und 10 % in internen wie externen Trainings. Dieser Ansatz steht unter dem Motto «Keep Exploring», welches die stetige Neugier und das Interesse an Neuem im Berufsalltag betont.

## **Duale Verantwortung**

«Wir entwickeln uns weiter» ist seit 2010 einer der fünf Unternehmenswerte der Emmi Gruppe. Die Verantwortung für die Entwicklung unserer Mitarbeitenden liegt sowohl bei den Führungskräften als auch bei jedem einzelnen Mitarbeitenden. Die Mitarbeitenden tragen eine Selbstverantwortung, sich über ihre Zukunft bewusst Gedanken zu machen und die Offenheit sowie Bereitschaft zu zeigen, sich stetig im Arbeitsalltag weiterzuentwickeln und neugierig sich bietende Chancen zu ergreifen. Die Führungskräfte behalten die Zukunft der Teams und der Abteilung im Blick, fokussieren auf eine bewusste Personalplanung und befähigen, entwickeln und fördern dabei ihre Mitarbeitenden individuell auf ihrem persönlichen Entwicklungsweg. Die gemeinsame Verantwortung zeigt sich auch in der 2022 neu kommunizierten Unternehmensstrategie mit dem Value Driver «Winning Teams», welcher für alle Mitarbeitenden und Führungskräfte als Orientierung dient.

Dem Bereich Human Resources (HR) kommt eine unterstützende Funktion zu. Mit der strategischen Initiative «Talent und Succession Management» fokussiert das HR gemeinsam mit den Führungskräften auf die Identifikation von Schlüsselpositionen, die Sicherung von internen Nachfolgenden und die fokussierte Weiterentwicklung unserer Mitarbeitenden. Neben 2020 publizierten Laufbahnmodellen in den Bereichen Supply Chain Management und Marketing sowie diversen internen Entwicklungsgeschichten zur Inspiration wurden 2022 neue Instrumente zur Identifikation von Entwicklungswünschen und Leitfäden für Führungskräfte für Entwicklungsgespräche publiziert und eingeführt.

## **Fortschritte, Massnahmen und Entwicklungen 2021/22**

### **Individuelle Entwicklung über alle Stufen und Profile**

Bis 2027 sollen alle unsere Mitarbeitenden über einen persönlichen Entwicklungsplan verfügen. Bis Ende 2022 wurde für 46 % der Mitarbeitenden ein Entwicklungsplan erfasst. Dabei zeigen sich Unterschiede zwischen den drei Divisionen: In der Schweiz verfügen bereits 75 % der Mitarbeitenden über einen Entwicklungsplan. In den Divisionen Americas und Europa wurde diese Kennzahl erstmals 2022 erhoben. Es zeigte sich, dass 25 % der Mitarbeitenden der Division Americas und 55 % der Mitarbeitenden der Division Europa einen Entwicklungsplan besitzen.

### **Excellent Leadership will gelernt sein**

2021 und 2022 wurde das gruppenweite Trainingsangebot rund um «Excellent Leadership» um weitere freiwillige Module zu Resilienz, virtueller Führung und Mitarbeitendenentwicklung erweitert. Im Bereich Gesundheit investieren wir seit 2022 in ein praxisnahes Trainingsangebot zur Früherkennung und Sicherheit unter dem Titel «Gesundheitsorientierte Führung». Weitere Massnahmen wie ein regelmässiger Versand von Führungstipps und dezentral eingesetzte Trainings-Nuggets sowie Workshops unterstützen die Verankerung von «Excellent Leadership» im Führungsalltag.

In der Berichtsperiode haben 162 Führungskräfte dieses gruppenweite Führungsentwicklungstraining zu «Excellent Leadership» erfolgreich abgeschlossen.

## **Persönliche Entwicklung über den eigenen Fachbereich hinaus**

Ein wichtiges Element unserer Führungsentwicklung ist das Entwicklungsprogramm «Management Practice», in dessen Rahmen ausgewählte Führungskräfte sowie Fachspezialistinnen und -spezialisten des mittleren Managements ihre persönlichen, sozialen und professionellen Kompetenzen über ihre spezifischen Fachbereiche hinaus entwickeln können. Die gezielte Kompetenzentwicklung erfolgt via individuelles Coaching, einzelne fachliche Inputs und eine Bearbeitung eines strategischen Unternehmensprojektes in interdisziplinären Kleingruppen. Die Teilnehmenden erhalten in diesem Programm einerseits theoretisches Wissen vermittelt und bearbeiten andererseits in kleinen Arbeitsgruppen über ein Jahr hinweg ein unternehmerisches Projekt.

2022 haben 14 Personen des mittleren Managements der Emmi Gruppe am «Management Practice»-Entwicklungsprogramm teilgenommen.

## **Systematisch internen Nachwuchs aufbauen**

Um 50 % aller offenen Stellen mit internen Bewerbern besetzen zu können, müssen wir frühzeitig geeignete Schlüsseltalente für unsere Positionen identifizieren und deren Entwicklung zielgerichtet steuern. Zu diesem Zweck führen wir seit 2014 im Rahmen unseres Talent-and-Succession-Managements «Talents Review Meetings» durch. Nach einer COVID-bedingten Pause in der Berichtsperiode 2019/2020 wurden 2021/2022 in über 160 «Talent Review Meetings» insgesamt über 3'800 Mitarbeitende eingeschätzt und deren Entwicklung diskutiert.

Gruppenweit wurden bei Emmi 2022 29 % von 1'438 Stellen mit internen Bewerbenden besetzt. Die Datenbasis für die gruppenweite Erhebung dieser Kennzahl erfolgte erstmals 2022.

## **Berufslehre als wichtige Quelle für Schweizer Nachwuchsfachkräfte**

In der Schweiz hat die duale Berufsbildung berechtigterweise Tradition. Sie bringt für viele Berufsprofile qualitativ hochwertigen Nachwuchs, der gleichwohl aktuelles theoretisches Wissen und fundierte Arbeitserfahrung mitbringt. Aufgrund der steigenden Beliebtheit akademischer Ausbildungen ist die Rekrutierung geeigneter Lernender je nach Ausbildungsprofil eine Herausforderung. Wir investieren deshalb viel in die Attraktivität unserer Berufsbildungen und vor allem auch in die nachgelagerten Entwicklungsmöglichkeiten. So konnten wir 2022 mit 50 Lehrstellen 21 % mehr Ausbildungsplätze besetzen als im Vorjahr.

Es ist auch in unserem Interesse, die über mehrere Jahre aufgebauten Nachwuchsfachkräfte erfolgreich durch die Abschlussprüfungen zu führen und anschliessend in unserem Unternehmen zu halten. Von den 40 (2021) respektive 37 (2022) erfolgreichen Lehrabsolventen verblieben 70.7 % (2021) respektive 83.8 % (2022) im Unternehmen.

Auch bei den Tochtergesellschaften der Divisionen Americas und Europa wird in ein ähnliches duales Ausbildungsmodell investiert. Bei Moxideli in Mexiko existiert seit 2022 ein duales Programm für Jugendliche im Finanz- und Produktionsbereich, an welchem zwei Jugendliche teilnehmen. In Chile absolvierten 2022 bei Quillayes Surlat 10 Personen das Programm «Alliance for the youth». Die Gläserne Molkerei in Deutschland bietet, analog dem Schweizer Berufsbildungssystem, Ausbildungen im Bereich Milchwirtschaft, Labor, Milchtechnologie und Industriekaufmann an. Dabei haben zwei Personen im 2022 ihre Ausbildung als Laborantin und Milchtechnologe erfolgreich abgeschlossen.

## **Länderspezifische Modelle beim akademischen Nachwuchs**

In vielen Ländern absolvieren Jugendliche eine akademische Grundausbildung. Ihr Berufseinstieg erfolgt dann in der Regel mit Praktika oder Trainee-Programmen. Unsere Tochtergesellschaften bieten hier Ausbildungsangebote, die sich nach den länderspezifischen Gegebenheiten richten.

In der Schweiz beschäftigen wir durchschnittlich zehn Trainees in den Fachrichtungen General Management, Lebensmittelwissenschaften, Wirtschaftsinformatik und Supply-Chain-Logistik. Die Trainees haben zwei Jahre Zeit, ihr Hochschulwissen mit praktischen Kompetenzen aus verschiedenen Bereichen und internationaler Erfahrung zu verknüpfen. 2021 konnten 80 %, 2022 alle Trainees (100 %) in eine Festanstellung übernommen werden. Seit 2011 sind 37 % der ehemaligen Trainees noch heute bei Emmi beschäftigt.

Emmi France setzt seit 2021 auf ein duales Ausbildungsprogramm. Das Programm ist in Zusammenarbeit mit dem staatlichen Bildungssystem entstanden. Dieses sieht vor, dass Studierende parallel zu ihrer zweijährigen schulischen Ausbildung (30 %) zu 60 % bis 70 % im Unternehmen arbeiten und dort ihr Wissen direkt in der Praxis anwenden können. Damit können junge Fachkräfte aufgebaut und als Nachwuchskräfte im Sales-Bereich für Emmi France gewonnen werden.

Emmi Dessert Italia lancierte 2020 ein Trainee-Programm. 2022 schlossen die ersten vier dieser Trainees ihr Programm ab und verblieben alle im Unternehmen. Seit 2022 wurden fünf neue Trainees in den Fachrichtungen Sales, Supply Chain Management, Marketing und Operations eingestellt.

2022 hat auch die brasilianische Laticínios Porto Alegre ein Trainee-Programm eingeführt. Die fünf Trainees sind in den Bereichen Industrie, Qualität und Sicherheit beschäftigt und erweitern dabei ihr akademisches Wissen mit praktischen Erfahrungen.

## **Klima-Nachwuchs fördern**

Die Sensibilisierung von Menschen für Nachhaltigkeit ist uns wichtig. Dabei sind auch unsere Jüngsten im Fokus. Im Rahmen der «myclimate Company Challenge» feilten 32 Lernende von allen Schweizer Standorten an konkreten Lösungen für den Klimaschutz und die Energieeffizienz. Daraus entstand ein Fundus an wertvollen Ideen, wie beispielsweise Massnahmen zur Reduktion von Food Waste, der Bildung von Fahrgemeinschaften, der Gewinnung von Solarstrom oder der Nutzung von Wassersparaufsätzen. Durch dieses Projekt haben sich die Lernenden Wissen sowohl im Bereich der Nachhaltigkeit wie auch im Projektmanagement aufgebaut und ihre sozialen Kompetenzen in der Zusammenarbeit erweitert.

[↪ Mehr erfahren über die «myclimate Company Challenge»](#)

## **Neue Technologien erfordern neue Kenntnisse**

Viele unserer Berufsprofile verlangen von unseren Mitarbeitenden eine Mischung aus allgemeinen theoretischen und Emmi spezifischen praktischen Kenntnissen. Letztere machen das «On the job»-Lernen zu einem zentralen Element unserer Mitarbeitendenentwicklung. Aufgrund der langen Nutzungsdauer unserer Anlagen sind die mit einer entsprechenden Erneuerung verbundenen technologischen Sprünge gross. Dem Einbezug und der Schulung der Mitarbeitenden kommt deshalb eine grosse Bedeutung zu, um eine neue Anlage effizient und störungsfrei einführen und betreiben zu können.



Im niederländischen Etten-Leur investierten wir in der Berichtsperiode in den Bau eines neuen Milchpulverturms. Neben einer neuen Produktionsanlage, einem neuen Gebäude, mussten ebenfalls neue Kompetenzen aufgebaut werden. Um diese neuen Kenntnisse zu vermitteln, wurde für 35 Mitarbeitende ein entsprechendes Trainingsprogramm zusammengestellt, welches sowohl spielerische Aspekte wie einen Wettbewerb als auch Tests zur Wissenssicherung enthielt.

Auch die bedeutendste Investition an unserem Ursprungsstandort Emmen – der Neubau der Käserei – hat nicht nur technologische und gebäudetechnische Veränderungen mit sich gebracht, sondern auch komplett neue Prozesse und Anforderungen an die Bedienung der Anlagen. Alle Mitarbeitenden aus der alten Käserei wurden «on the job» in den Arbeitsabläufen der neuen Käserei geschult und strukturiert begleitet. Ein zentrales Element war dabei das Lernen von- und miteinander durch gemeinsame Erfahrungen.

## Weitere GRI-Angaben

### 2-7 | 401-1

#### Neu eingestellte Angestellte und Angestelltenfluktuation<sup>1</sup>

	2019	2020	2021	2022	Δ
Anzahl neue Mitarbeitende	898	729	1'392	1'308	-6 %
Rate neu eingestellte Mitarbeitende	15 %	12 %	15 %	14 %	-8 %
Anzahl Mitarbeitende, die das Unternehmen verlassen haben	580	614	856	1'020	19 %
Mitarbeiterfluktuation	9 %	10 %	9 %	11 %	16 %

<sup>1</sup> Die Berechnungsgrundlage ist auf Seite 85 bei GRI 2-2 zu finden.

### 2-7

#### Angestellte nach Arbeitsvertrag<sup>1, 2</sup>

	2019	2020	2021	2022	Δ
<b>Unbefristet</b>	–	–	<b>8'863</b>	<b>8'952</b>	<b>1 %</b>
Weiblich	–	–	2'739	2'788	2 %
Männlich	–	–	6'124	6'164	1 %
<b>Befristet</b>	–	–	<b>127</b>	<b>107</b>	<b>-16 %</b>
Weiblich	–	–	41	30	-27 %
Männlich	–	–	86	77	-10 %
<b>Total</b>			<b>8'990</b>	<b>9'059</b>	<b>1 %</b>

<sup>1</sup> Die Berechnungsgrundlage ist auf Seite 85 bei GRI 2-2 zu finden.

<sup>2</sup> Ohne Auszubildende, Praktikanten, Trainees, externe Mitarbeitende.

## 2-7

### Angestellte nach Beschäftigungsart<sup>1, 2</sup>

	2019	2020	2021	2022	Δ
<b>Vollzeit</b>	–	–	<b>8'158</b>	<b>8'221</b>	<b>1 %</b>
Weiblich	–	–	2'203	2'258	2 %
Männlich	–	–	5'955	5'963	0 %
<b>Teilzeit</b>	–	–	<b>832</b>	<b>838</b>	<b>1 %</b>
Weiblich	–	–	571	560	-2 %
Männlich	–	–	261	278	7 %
<b>Total</b>			<b>8'990</b>	<b>9'059</b>	<b>1 %</b>

### Anzahl Auszubildende, Praktikanten, Trainees, externe Mitarbeitende<sup>1</sup>

	2019	2020	2021	2022	Δ
Weiblich	–	–	196	189	-4 %
Männlich	–	–	296	307	4 %
<b>Total</b>			<b>492</b>	<b>496</b>	<b>1 %</b>

### Anteil Angestellte nach Geschlecht<sup>1</sup>

	2019	2020	2021	2022	Δ
Weiblich	–	–	31 %	31 %	0 %
Männlich	–	–	69 %	69 %	0 %

<sup>1</sup> Die Berechnungsgrundlage ist auf Seite 85 bei GRI 2-2 zu finden.

<sup>2</sup> Ohne Auszubildende, Praktikanten, Trainees, externe Angestellte.

## 404

### Aus- und Weiterbildung<sup>1</sup>

#### 404-1

### Durchschnittliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung

	2019	2020	2021	2022	Δ
Alle Mitarbeitenden	7.68 <sup>3</sup>	7.90 <sup>3</sup>	6.40 <sup>2</sup>	6.20 <sup>2</sup>	-3 %
Weiblich	8.30	9.54	5.70 <sup>2</sup>	5.90 <sup>2</sup>	4 %
Männlich	7.05	6.26	6.70 <sup>2</sup>	6.40 <sup>2</sup>	-4 %
Mitarbeitende mit Leitungsfunktion <sup>2</sup>	–	–	3.50	4.70	34 %
Mitarbeitende ohne Leitungsfunktion <sup>2</sup>	–	–	7.60	6.80	-11 %

<sup>1</sup> Die Berechnungsgrundlage ist auf Seite 85 bei GRI 2-2 zu finden.

<sup>2</sup> Ohne Gläserne Molkerei GmbH, Emmi Österreich GmbH, Leeb Österreich, Pasticceria Quadrifoglio S.r.l., Emmi Canada Inc., Redwood Hill Farm & Creamery Inc., Jackson-Mitchell Inc., Cypress Grove Chèvre Inc., Sda Catalunya S.L., Quillayes Surlat S.p.A., Centrale laitière de Mahdia S.A.

<sup>3</sup> Anpassungen aufgrund neuer Datengrundlage.

### Lernende in Schweizer Betrieben<sup>2</sup>

	2019	2020	2021	2022	Δ
Anzahl Lernende	128	128	124	133	7 %
Anteil Lehrabgängerinnen und Lehrabgänger, die weiterbeschäftigt werden	83 %	65 %	71 %	84 %	18 %

<sup>1</sup> Die Berechnungsgrundlage ist auf Seite 85 bei GRI 2-2 zu finden.

<sup>2</sup> Derzeit nur Schweiz berücksichtigt.

	2019	2020	2021	2022	Δ
<b>404-3 Angestellte, die eine regelmässige Beurteilung ihrer Leistung und ihrer beruflichen Entwicklung erhalten haben<sup>1, 2</sup></b>	6'021	6'178	4'532 <sup>3</sup>	4'558 <sup>3</sup>	1 %
<b>Prozentsatz der Angestellten, die eine regelmässige Beurteilung ihrer Leistung und ihrer beruflichen Entwicklung erhalten haben<sup>1, 2</sup></b>	87 %	85 %	67 % <sup>3</sup>	67 % <sup>3</sup>	0 %

<sup>1</sup> Die Berechnungsgrundlage ist auf Seite 85 bei GRI 2-2 zu finden.

<sup>2</sup> Ohne Auszubildende, Praktikanten, Trainees, extern Angestellte.

<sup>3</sup> Ohne Gläserne Molkerei GmbH, Emmi Österreich GmbH, Emmi Canada Inc., Quillayes Surlat S.p.A., Centrale laitière de Mahdia S.A.

**404-3 Prozentsatz der Angestellten, die eine regelmässige Beurteilung ihrer Leistung und ihrer beruflichen Entwicklung erhalten haben<sup>1, 2</sup>**

	2019	2020	2021	2022	Δ
<b>Mitarbeitende mit Leitungsfunktion</b>					
Weiblich	–	–	100 %	100 %	0 %
Männlich	–	–	100 %	100 %	0 %
<b>Mitarbeitende ohne Leitungsfunktion</b>					
Weiblich	–	–	100 %	100 %	0 %
Männlich	–	–	100 %	100 %	0 %

<sup>1</sup> Die Berechnungsgrundlage ist auf Seite 85 bei GRI 2-2 zu finden.

<sup>2</sup> Derzeit nur Schweiz berücksichtigt.

## 405 Diversität und Chancengleichheit<sup>1</sup>

### 405-1 Diversität in Kontrollorganen und unter Angestellten

#### Verwaltungsrat

	2019	2020	2021	2022	Δ
<b>Geschlecht</b>					
Weiblich	44 %	44 %	44 %	44 %	0 %
Männlich	56 %	56 %	56 %	56 %	0 %
<b>Alter</b>					
Unter 30 Jahren	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %
30–50 Jahre	11 %	11 %	0 %	11 %	11 %
Über 50 Jahre	89 %	89 %	100 %	89 %	-11 %

#### Konzernleitung

	2019	2020	2021	2022	Δ
<b>Geschlecht</b>					
Weiblich	25 %	25 %	25 %	25 %	0 %
Männlich	75 %	75 %	75 %	75 %	0 %
<b>Alter</b>					
Unter 30 Jahren	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %
30–50 Jahre	37 %	37 %	25 %	37 %	48 %
Über 50 Jahre	63 %	63 %	75 %	63 %	-17 %

#### Mitarbeitende Gruppe<sup>2</sup>

	2019	2020	2021 <sup>3</sup>	2022 <sup>3</sup>	Δ
<b>Geschlecht</b>					
Weiblich	28 %	29 %	31 %	31 %	-2 %
Männlich	72 %	71 %	69 %	69 %	0 %
<b>Alter</b>					
Unter 30 Jahren	16 %	15 %	15 %	14 %	-7 %
30–50 Jahre	54 %	56 %	56 %	56 %	0 %
Über 50 Jahre	28 %	29 %	29 %	30 %	0 %

<sup>1</sup> Die Berechnungsgrundlage ist auf Seite 85 bei GRI 2-2 zu finden.

<sup>2</sup> Ohne Auszubildende, Praktikanten, Trainees, extern Angestellte.

<sup>3</sup> Ohne Mexideli 2000 Holding S.A. de C.V., Laticínios Porto Alegre Indústria e Comércio S.A., Tomales Bay Foods Inc.

### Mitarbeitende Division Schweiz<sup>2</sup>

	2019	2020	2021	2022	Δ
<b>Geschlecht</b>					
Weiblich	26 %	26 %	28 %	27 %	-4 %
Männlich	74 %	74 %	72 %	73 %	1 %
<b>Alter</b>					
Unter 30 Jahren	14 %	14 %	14 %	14 %	0 %
30–50 Jahre	51 %	50 %	49 %	49 %	0 %
Über 50 Jahre	35 %	36 %	37 %	37 %	0 %

### Mitarbeitende Division Europa<sup>2</sup>

	2019	2020	2021	2022	Δ
<b>Geschlecht</b>					
Weiblich	–	–	45 %	43 %	-4 %
Männlich	–	–	55 %	57 %	4 %
<b>Alter</b>					
Unter 30 Jahren	–	–	14 %	14 %	0 %
30–50 Jahre	–	–	56 %	57 %	2 %
Über 50 Jahre	–	–	30 %	29 %	-3 %

### Mitarbeitende Division Americas<sup>2</sup>

	2019	2020	2021 <sup>3</sup>	2022 <sup>3</sup>	Δ
<b>Geschlecht</b>					
Weiblich	–	–	29 %	31 %	7 %
Männlich	–	–	71 %	69 %	-3 %
<b>Alter</b>					
Unter 30 Jahren	–	–	16 %	14 %	-13 %
30–50 Jahre	–	–	63 %	64 %	2 %
Über 50 Jahre	–	–	21 %	22 %	5 %

<sup>1</sup> Die Berechnungsgrundlage ist auf Seite 85 bei GRI 2-2 zu finden.

<sup>2</sup> Ohne Auszubildende, Praktikanten, Trainees, extern Angestellte.

<sup>3</sup> Ohne Mexideli 2000 Holding S.A. de C.V., Laticínios Porto Alegre Indústria e Comércio S.A., Tomales Bay Foods Inc.

## Nachhaltige Milchwirtschaft

**Unter nachhaltiger Milchwirtschaft verstehen wir alle Belange rund um die Menschen, die Tiere, die Umwelt und die Wirtschaft im Kontext der Milchproduktion.**

Der Milch kommt bei Emmi eine zentrale Bedeutung zu. Sie ist unser wichtigster Rohstoff – und für ländliche Regionen ein bedeutender Wirtschaftsfaktor. Zudem hat die Milchproduktion bedeutende Auswirkungen auf das Tierwohl und die Umwelt. Entsprechend setzen wir uns unter Einbindung unserer Milchlieferanten sowie im Verbund mit anderen Akteuren dafür ein, eine umfassend nachhaltige Milchproduktion – also nur Milch, die nach überdurchschnittlichen Standards produziert wird – zur Norm zu machen.

### **3-3 Managementansatz**

Milch ist nicht nur unser wichtigster Rohstoff, sondern bildet auch den Kern unseres Nachhaltigkeitsengagements. Denn die Milchproduktion ist mit zahlreichen Nachhaltigkeitsaspekten verbunden und verantwortet bedeutende Auswirkungen auf verschiedene soziale, ethische, ökologische und ökonomische Belange.

Grundsätzlich sehen wir die Milchproduktion als wichtigen Teil eines nachhaltigen Ernährungssystems. Einerseits wandeln die für die Milchproduktion gehaltenen Nutztiere für die Menschen unverdauliche Pflanzen – insbesondere Gras – zu einem nährstoffreichen Lebensmittel um. Zudem gestaltet die Milchwirtschaft die Landschaft, beeinflusst die Biodiversität und generiert Wertschöpfung auf individueller und gesellschaftlicher Ebene. Andererseits verbraucht die Milchproduktion natürliche Ressourcen und verursacht Treibhausgasemissionen. Indem wir Standards und Brancheninitiativen vorantreiben, können wir dazu beitragen, dass eine nachhaltige Milchwirtschaft zur Norm wird. Das bedeutet unter anderem, dass Milchproduktion dank standortgerechter und tiergerechter Haltung die Belastungsmöglichkeiten des natürlichen biologischen Kreislaufs respektiert. Entsprechende Massnahmen treffen wir immer unter Berücksichtigung der geschäftsrelevanten Faktoren und des aktuellen Umfelds.

### **Gruppenweit Verantwortung tragen**

«Nachhaltige Milch» ist seit Lancierung unserer Nachhaltigkeitsstrategie 2016 ein Fokusthema. Das entsprechende Fokusteam – bestehend aus Milcheinkäufern sowie Nachhaltigkeits- und Landwirtschaftsspezialisten – ist für die Umsetzung unserer Strategie für nachhaltigere Milch verantwortlich und koordiniert die Aktivitäten gruppenweit. Gruppenweit tauschen sich unsere Milcheinkäufer alle sechs Wochen aus, Beschaffungs- und Nachhaltigkeitsthemen gehen damit zunehmend Hand in Hand. Der Steuerungsausschuss überprüft den Fortschritt und den Stand der Zielerreichung regelmässig.

### **Grundlegende Transformation der Milchwirtschaft anstreben**

Wir haben uns 2020 zum Ziel gesetzt, zukünftig nur noch nachhaltig hergestellte Milch zu verarbeiten. Als global agierendes Unternehmen mit Produktionsbetrieben in elf Ländern auf vier Kontinenten streben wir somit nichts weniger an, als die Milchwirtschaft weltweit zu verändern. Die Tragweite und der mit dieser hohen Ambition verbundene Aufwand sind uns bewusst.

Bereits 2016 hatten wir das Ziel kommuniziert, in der Schweiz inskünftig nur noch Milch nach einem definierten Nachhaltigkeitsstandard zu verarbeiten. Diese Absichtserklärung löste einen mehrjährigen Prozess in der Gesamtbranche aus, der 2019 in einem gemeinsamen Branchenstandard mündete.

[↪ Mehr erfahren über «swissmilk»](#)

[↪ Mehr erfahren über die «Branchenorganisation Milch»](#)

Der nach einer Übergangsfrist von vier Jahren ab Januar 2024 für alle Schweizer Milchbauern verpflichtende Branchenstandard umfasst verschiedene Pflicht- und Wahlelemente rund um Tierwohl und nachhaltige Milchproduktion. Weitere Anforderungen sollen in den Standard aufgenommen werden. Diese werden aktuell in der Branche diskutiert. Da man sich noch auf keinen gemeinsamen Nenner einigen konnte, verzögert sich die Umsetzung. Es ist damit zu rechnen, dass der weiterentwickelte Branchenstandard im Verlauf von 2024 umgesetzt werden kann. Eine Anhebung der Anforderungen in den Bereichen Klima, Biodiversität und Tierwohl ist notwendig.

Wir unterstützen die schrittweise Weiterentwicklung des Schweizer Branchenstandards auf ganzer Linie. Aus der Überzeugung, dass diese einerseits einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil für Schweizer Milch darstellt und andererseits auf lange Sicht die Zukunft der Branche sichert. Neben dem breit angelegten Branchenstandard leisten in der Schweiz auch verschiedene kleinere Organisationen und Akteure einen Beitrag zu einer nachhaltigeren Milchwirtschaft. Wir unterstützen deshalb mit unseren Mitgliedschaften [↪ Kometian](#) und [↪ AgroCleanTech](#). Kometian berät Landwirtinnen und Landwirte rund um die komplementäre Tiermedizin. AgroCleanTech vermittelt Wissen rund um den Klimaschutz in der Landwirtschaft.

Grosse Erwartungen setzen wir in das Ressourcenprojekt [↪ KlimaStaR Milch](#). Gemeinsam mit den Zentralschweizer Milchproduzenten (ZMP), Nestlé und aaremilch arbeiten wir daran, auf knapp 240 Betrieben die Treibhausgase sowie die Flächen- und Nahrungsmittelkonkurrenz zwischen Milchkühen und Menschen zu reduzieren. Im Projekt werden die gemeinsam mit dem WWF, den Schweizer Milchproduzenten (SMP) sowie den Zentralschweizer Milchproduzenten (ZMP) entwickelten Indikatoren genutzt, um die direkte Nahrungsmittelkonkurrenz und die Konkurrenz von Anbauflächen in der Schweizer Milchwirtschaft zu berechnen und damit die Ressourceneffizienz zu optimieren. Das Projekt wird auch vom Bundesamt für Landwirtschaft (BLW) im Rahmen des Ressourcenprogramms Landwirtschaft (LwG Art. 77a) mit einer Finanzhilfe unterstützt.

## Überdurchschnittlich nachhaltige Milch

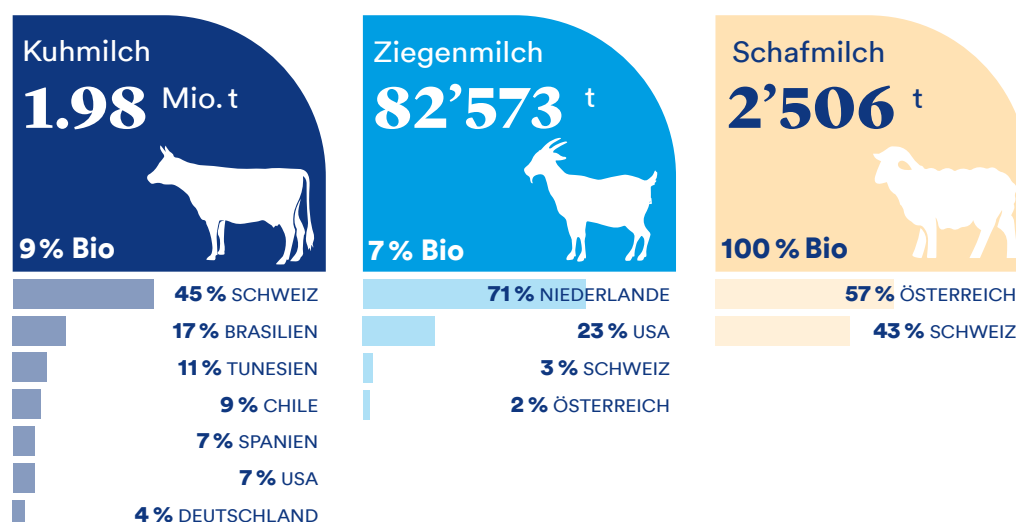
Gruppenweit ist unser Ziel, dass bis 2027 die von unseren Tochtergesellschaften eingekaufte Milch nach im regionalen Vergleich höheren Nachhaltigkeitsstandards produziert wird. Insgesamt kauften wir 2022 47% Label-Milch ein. Darunter verstehen wir Milch, die in mindestens einem Nachhaltigkeitsaspekt über konventionelle Milch hinausgeht. In einigen Ländern trifft das auf die gesamte von unseren Tochtergesellschaften beschaffte Milchmenge zu (Österreich, Deutschland, Niederlande, Kalifornien).

Unser Fokus liegt daher auf den Ländern, in denen wir grosse Milchmengen einkaufen und wo es bisher keine Labels gibt (Brasilien, Chile, Spanien, Tunesien, USA/Wisconsin). Aufgrund unserer Nischantätigkeit in vielen Ländern sind wir nicht in der Lage, einen eigenen Nachhaltigkeitsstandard einzuführen. Wir setzen deshalb auf Engagement in der Branche und individuelle Vereinbarungen mit unseren Milchlieferanten.

Die Grundlage für solche Vereinbarungen haben wir in den letzten drei Jahren erarbeitet. Basierend auf einem mit Expertinnen und Experten entwickelten [↪ Kriterienkatalog](#) haben wir

acht Aspekte von nachhaltiger Milch bewertet: Strategie, Arbeit und Einkommen, Milchqualität, Tierwohl, Biodiversität, Energie und Materialien, Klima und Umwelt. So können wir einschätzen, wie nachhaltig die Milchlieferanten unserer Tochtergesellschaften bereits produzieren. In der Berichtsperiode konnten wir bei ersten Milchlieferanten unserer Tochtergesellschaften ausserhalb der Schweiz diese Aspekte erfassen. Darauf basierend legen wir nun mit den einzelnen Gesellschaften Verbesserungsziele bis 2027 fest. Mit den restlichen arbeiten wir derzeit an der Erfassung, wobei parallel teilweise bereits qualitative Ziele entwickelt wurden. So hat Emmi Roth Nachhaltigkeitskriterien in die Auswahl der Milchlieferanten aufgenommen oder Vitalait baut die Unterstützung der Milchlieferanten aus. All diese Massnahmen haben eine Gemeinsamkeit: Wir streben immer einen umfassenden Ansatz an, der für die Umwelt, die Menschen und die Tiere eine Verbesserung erwirken soll.

#### Von Emmi verarbeitete Milchmengen weltweit (2022)



## Fortschritte, Massnahmen und Ereignisse 2021/2022

### Krisenhaftes Umfeld behindert Fortschritte

Die COVID-Pandemie und ihre Folgen, die weltweite Inflation und die Energiekrise haben auch unser Engagement für eine nachhaltigere Milchproduktion beeinträchtigt. Vielenorts verschlechterten stark gestiegene Futtermittelpreise die wirtschaftliche Situation zahlreicher Milchbauern. In Spanien lag dies am Ukraine-Krieg und stark gestiegenen Preisen für Weizen aus der Ukraine, in den USA führten insbesondere Dürren und dadurch verknappte Futtermittel zu wirtschaftlichen Schwierigkeiten. In vielen Ländern stellt der Absatz ein Problem dar. So legt in Tunesien der Staat den Milchpreis fest. Dieser wird häufig mit grosser Verzögerung angepasst. Im letzten Jahr lag dadurch der Milchpreis für viele Produzenten deutlich unter den Produktionskosten, so dass viele weniger Milch produziert haben. In Deutschland, wo wir in unseren Betrieben ausschliesslich Bio-Milch verarbeiten, stellen uns – und unsere Milchlieferanten – die schwierigen Marktentwicklungen vor grosse Herausforderungen. Die sprunghaften Preiserhöhungen für Bio-Milchprodukte



im Sommer 2022, bei gleichzeitig auf breiter Front gestiegenen Lebenshaltungskosten, führten zu einer rückläufigen Nachfrage nach Bio-Milchprodukten.

### **Tunesische Tochtergesellschaft unterstützt Kleinbauern**

Unsere Tochtergesellschaft Centrale Laitière de Mahdia ist die zweitgrösste Milchverarbeiterin Tunesiens. Sie bezieht die Milch von rund 25'000 Lieferanten. Häufig sind dies Familien, bei denen der Mann einer externen Arbeit nachgeht und die Frau sich um die Kinder, den Haushalt und zwei bis drei Kühe kümmert. Diese Bauern liefern zwischen 20 und 100 Liter Milch an eine der 66 Sammelstellen. Dort wird sie gekühlt und in die Molkerei transportiert.

Um diesen Kleinbetrieben Perspektiven zu ermöglichen, hat Vitalait 2019 eine Stiftung gegründet. Ziel ist, die Arbeitsbedingungen und die Einkommen von Kleinviehhaltern auf dem Land zu verbessern. Bislang haben rund 1'800 Bauern eine Betreuung durch Milchexperten in Anspruch genommen und so ein besseres Verständnis für Themen rund um die Fütterung, Haltung und Pflege der Tiere, die schonende Bewirtschaftung von Böden oder den Umgang mit Wasser gewonnen. Die Stiftung beteiligt sich zudem mit bis zu 30 % an Investitionen, beispielsweise für Melkanlagen.

[↳ Mehr erfahren über die «Fondation Vitalait»](#)

In den kommenden Jahren sollen die Unterstützungsleistungen der «Fondation Vitalait» weiter ausgebaut werden. Das Projekt, in welchem über 400 zusätzliche Milchbäuerinnen und -bauern unterstützt und zu den Themen Wassernutzung, Tierwohl und erneuerbare Energie geschult werden sollen, soll Mitte 2023 starten und voraussichtlich bis Ende 2024 laufen. Es wird gemeinsam mit der Direktion für Entwicklung und Zusammenarbeit DEZA umgesetzt.

### **Emmi Roth USA wird Teil der «Dairy Sustainability Alliance»**

Als Milchverarbeiterin können wir die Milchproduktion nicht direkt beeinflussen. Wir müssen und wollen deshalb unsere Milchlieferanten als Partner für die Nachhaltigkeit gewinnen. Emmi Roth USA arbeitet daran, die Lieferantenbeziehungen mit Fokus auf nachhaltige Milchproduktion Schritt für Schritt zu stärken. Zum einen nimmt Emmi Roth Nachhaltigkeitskriterien in die Ausschreibung für Milchlieferanten auf. Zudem gestaltet Emmi Roth systemische Veränderungen über die Förderung von Initiativen wie der «Dairy Sustainability Alliance» mit. Aktuell wird zudem eine Studie rund um die Bodengesundheit finanziell unterstützt, inklusive Fragen zur CO<sub>2</sub>-Speicherkapazität.

### **Engagement für die Biodiversität bei der Gläsernen Molkerei**

Die Zusammenhänge zwischen Milchproduktion und Biodiversität sind komplex. Insbesondere in Abhängigkeit des Produktionssystems kann die Milchproduktion die Biodiversität negativ oder positiv beeinflussen. Experten sind sich jedoch einig, dass in Milchproduktionssystemen ein wichtiger Hebel besteht, um weitere Artenverluste zu vermeiden und verlorengegangene Lebensräume – zumindest teilweise – wiederherzustellen.<sup>1</sup>

Die deutsche Bio-Milchverarbeiterin Gläserne Molkerei hat sich der komplexen Biodiversitätsthematik angenommen und im Frühjahr 2022 eine entsprechende Initiative mit dem Namen «Die Weide lebt» gestartet. Zwölf ihrer Milchlieferanten, die insgesamt eine Fläche von 8'700 Hektaren bewirtschaften, werden von Ökoring – einem auf die Förderung des Naturschutzes spezialisierten

Verein – beraten. Zuerst wird eine Biodiversitätsanalyse durchgeführt, beispielsweise ob bedrohte Tier- oder Pflanzenarten auf dem Betrieb zu finden sind. Anschliessend werden gezielte Massnahmen umgesetzt, die zu mehr Biodiversität führen, wie das Anpflanzen von Hecken, eine insektenschonende Mahd oder das Anlegen von Altgrasstreifen. Ziel ist es, einerseits über das Projekt mittelfristig rund 8'000 Hektaren Fläche mit hoher Biodiversitätsqualität zu erarbeiten und andererseits nachweisen zu können, dass die Milchproduktion – mit dem richtigen Produktionssystem – positive Effekte auf die Biodiversität haben kann. Aktuell bewirtschaften diese zwölf Bauern bereits 3'300 Hektaren Biodiversitätsfläche. 2023 wird diese Biodiversitätsinitiative mit weiteren Bauern ausgerollt.

<sup>1</sup> Biologische Vielfalt und Milchproduktion: Eine Kurzanalyse zu den Bezügen zwischen Milchproduktionssystemen in Deutschland und Biodiversität (Öko-Institut Working Paper 1/2022).

## Gutes noch besser machen: Bio-Schafmilch bei der Molkerei Biedermann

Die Schweizer Molkerei Biedermann verarbeitet ausschliesslich Schafmilch, die mit einem Nachhaltigkeitslabel ausgezeichnet ist: Bio, Demeter oder «National Organic Program» (NOP) – dem US-amerikanischen Bio-Label, das vollständiges Antibiotikaverbot vorschreibt. Die 17 Schafmilchlieferanten der Molkerei Biedermann, die zusammen den Verein «Nachhaltige Schafmilchproduktion» gründeten, haben sich jedoch in Abstimmung mit der Molkerei Biedermann zum Ziel gesetzt, ihre Schafmilchproduktion kontinuierlich noch nachhaltiger zu machen. Seit Anfang 2023 ziehen sie alle Lämmer auf den Geburtsbetrieben auf, anstatt sie – wie üblich – auf spezialisierte Aufzuchtbetriebe zu geben. Sie streben zudem an, ab 2024 die NOP-Vorgaben zu erfüllen und somit ausnahmslos auf den Einsatz von Antibiotika zu verzichten.

## Weitere Angaben

### Gruppenweit verarbeitete Milchmengen<sup>1</sup>

		2019	2020	2021	2022	Δ
Kuhmilch	t	1'971'283	2'027'636	2'080'004	1'979'456	-5 %
Ziegenmilch	t	84'772	89'679 <sup>2</sup>	79'075	82'573	4 %
Schafmilch	t	1'309	2'611	2'760	2'506	-9 %
<b>Total</b>	<b>t</b>	<b>2'057'364</b>	<b>2'119'926</b>	<b>2'161'839</b>	<b>2'064'536</b>	<b>-5 %</b>

Anteil verarbeitete «Nachhaltige Schweizer Milch» («swissmilk green») 2022: 94 %

### Gruppenweit verarbeitete Bio-Milchmengen<sup>1</sup>

		2019	2020	2021	2022	Δ
Bio-Kuhmilch	t	191'370	224'088	228'378	186'109	-19 %
Bio-Ziegenmilch	t	6'725	9'349	6'528	5'546	-15 %
Bio-Schafmilch	t	1'309	2'610	2'760	2'506	-9 %
<b>Total</b>	<b>t</b>	<b>199'404</b>	<b>236'047</b>	<b>237'667</b>	<b>194'161</b>	<b>-18 %</b>

<sup>1</sup> Die Berechnungsgrundlage ist auf Seite 85 bei GRI 2-2 zu finden.

<sup>2</sup> Anpassungen aufgrund neuer Datengrundlage.

## Treibhausgase reduzieren

**Wir verpflichten uns zur Reduktion von Treibhausgasemissionen direkt bei uns und in unserer Wertschöpfungskette: konkret in der Milchviehhaltung, in der Produktion anderer landwirtschaftlicher Rohstoffe, beim Handel, bei den Konsumenten, in der Entsorgung und auf allen Transporten zwischen den verschiedenen Stufen unserer Wertschöpfungskette. Relevant sind in unserem Kontext die Treibhausgase Kohlenstoffdioxid CO<sub>2</sub>, Methan CH<sub>4</sub> und Lachgas N<sub>2</sub>O.**

Der Klimawandel ist eine globale Herausforderung, der sich alle Unternehmen stellen müssen. Dies schlägt sich auch vermehrt in den für uns relevanten Rahmenbedingungen – beispielsweise in der Gesetzgebung relevanter Länder – nieder. Wir gehen diese Aufgabe engagiert und verantwortungsbewusst an. Nur so ist in unserer Branche zukunftsfähiges Wirtschaften möglich.

### 3-3 Managementansatz

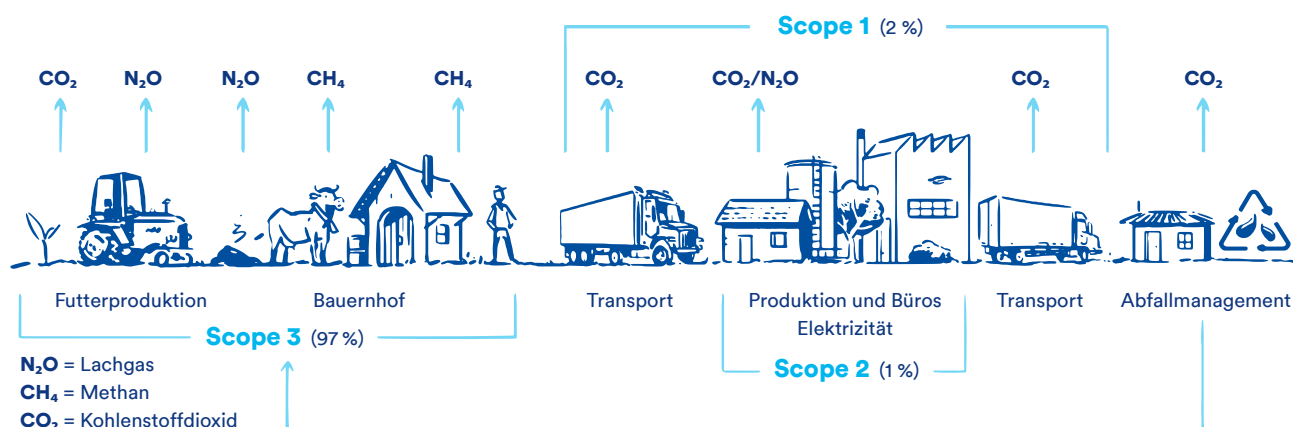
Rund ein Drittel der weltweiten Treibhausgasemissionen sind gemäss Experten der Nahrungsmittelproduktion zuzurechnen.<sup>2</sup> Diese Emissionen verteilen sich wiederum je zu einem Drittel auf direkte und indirekte Emissionen in der Landwirtschaft sowie nachgelagerte Prozesse wie Transporte und Verarbeitung.<sup>3</sup> Die Milchproduktion macht rund 3 % der weltweiten Treibhausgasemissionen aus. Dies ist für uns der relevante Massstab.

Wir verursachen Treibhausgasemissionen durch die Nutzung fossiler Energieträger in unseren Betrieben und in der Logistik sowie den Einsatz von klimawirksamen Kältemitteln (Scope 1) und durch eingekaufte Energie wie Strom oder Fernwärme (Scope 2). Der grösste Anteil (> 90 %) der Treibhausgasemissionen entsteht allerdings in der vor-/nachgelagerten, nicht direkt beeinflussbaren Wertschöpfungskette (Scope 3). Der Hauptanteil unserer Scope-3-Emissionen resultiert aus der Milchproduktion selbst, hauptsächlich aufgrund natürlicher Prozesse wie der Methanbildung im Verdauungssystem von Kühen. Darüber hinaus sind auch der Anbau von Futtermitteln und die Verwendung von Hofdüngern als bedeutende Emissionsquellen anzusehen.

<sup>2</sup> [↪ IPCC.](#)

<sup>3</sup> [↪ WWF.](#)

## Treibhausgasemissionen entlang der Emmi Wertschöpfungskette



**Scope 1** umfasst alle direkt vom Unternehmen verursachten Emissionen (z. B. Brennstoffe, Kältemittel).

**Scope 2** umfasst die indirekten, mit eingekaufter Energie verursachten Emissionen (z. B. Elektrizität, Fernwärme).

**Scope 3** umfasst alle vor- und nachgelagerten Treibhausgasemissionen. Bei Emmi sind das beispielsweise die Milchproduktion und die Herstellung respektive Entsorgung von Produktverpackungen.

## Vision netZERO 2050

Zu Beginn unseres Engagements für den Klimaschutz hatten wir uns auf unsere eigenen Aktivitäten konzentriert. 2021 legten wir die Messlatte höher: Wir bekannten uns zu einer Vision netZERO 2050 und verpflichteten uns zu wissenschaftsbasierten Emissionsreduktionszielen in Übereinstimmung mit dem Greenhouse Gas Protocol und der Science Based Targets Initiative (SBTi):

- Reduktion der absoluten Treibhausgasemissionen an unseren Standorten um 60 % (Scope 1 und 2 – Basisjahr 2014)
- Reduktion der relativen Treibhausgasemissionen (pro Kilogramm Milch) entlang der Wertschöpfungskette um 25 % (Scope 3 – Basisjahr 2019)

[↳ netZERO-Roadmap](#)



## **Mehrstufige Verantwortung**

«Treibhausgase reduzieren» besitzt bei Emmi den Status eines Fokusthemas. Der aus acht Mitgliedern bestehende Steuerungsausschuss Nachhaltigkeit entwickelt die Klimastrategie und -ziele. Diese werden der Konzernleitung und dem Verwaltungsrat vorgelegt. Der Steuerungsausschuss überprüft den Fortschritt und den Stand der Zielerreichung regelmässig. Für die operative Umsetzung sind die Divisionen und lokalen Firmen, unterstützt durch ein bereichsübergreifendes Fokusteam, zuständig.

## **Scope 1: Energie- und Umweltmanagementsystem als Basis**

Grundlage wirkungsvoller Massnahmen sind professionelle Managementsysteme und zuverlässige Daten. Für Klimaschutzmassnahmen in unseren eigenen Betrieben überwachen wir deshalb Energieverbrauch und Treibhausgasemissionen aller Produktionsstandorte. An den Schweizer Standorten wird dies mit dem nach ISO 14001 zertifizierten Umweltmanagementsystem sichergestellt, in den meisten europäischen Werken nach ISO 50001.

Um die Treibhausgasemissionen in unseren Betrieben zu reduzieren, setzen wir auf eine Verbesserung der Energieeffizienz durch den Einsatz moderner Pumpen, Motoren sowie Verfahren, mit denen Wärme zurückgewonnen wird. Der Ersatz fossiler Energieträger durch erneuerbare Alternativen sowie Prozessoptimierungen sind weitere wichtige Hebel, um die Treibhausgasemissionen zu reduzieren. Als alternative Energieträger haben sich Fernwärme, Solarenergie (v. a. auf den Dächern unserer Produktionswerke) und Holz bewährt.

Ausserdem fördern wir die Eigenproduktion erneuerbarer Elektrizität und Wärme. Bis 2025 möchten wir global mindestens 4 % unseres Gesamtstromverbrauchs aus eigenem Solarstrom decken (Ende 2022: 1.3 %). Hierfür haben wir global unser Potenzial zur Nutzung der Sonnenenergie analysiert. Unter Einbezug von Effizienz, Kosten, Fördermitteln und lokalen Gegebenheiten wurde eine Empfehlung für das weitere Vorgehen zuhanden des Steuerungsausschusses Nachhaltigkeit formuliert und von diesem verabschiedet. Auch die Produktion von Wärme mittels Solarpanelen soll vorangetrieben werden.

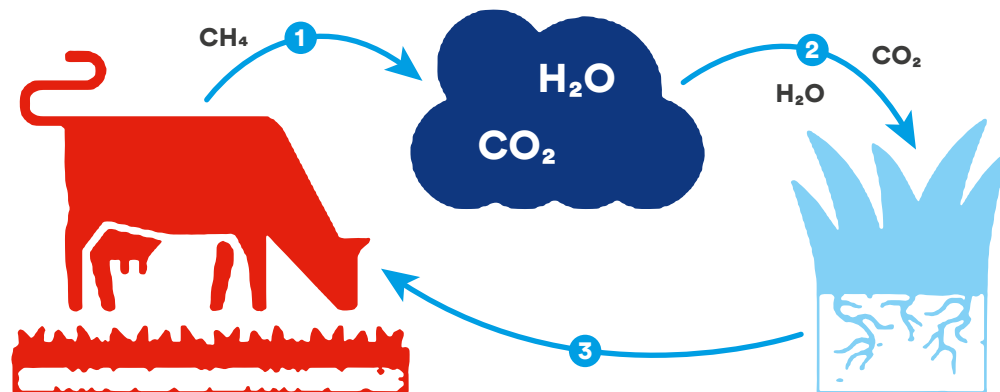
## **Scope 2: Regenerative Elektrizität**

Bei der Stromversorgung setzen wir auf regenerative Energie durch den Einkauf von Grünstromzertifikaten. Zwischen 2017 und 2021 erfolgte die schrittweise Umstellung, zuerst in der Schweiz, dann in der Division Europa und zuletzt in Nord- und Südamerika. Einzig am Standort in Tunesien haben wir aufgrund der nahezu kompletten Eigenproduktion von Strom mittels Gasturbinen und des fehlenden Angebots von Biogas aktuell keine Möglichkeit, dies zu ändern.

## **Scope 3: Milch im Fokus**

Bei der Produktion von Milch entstehen treibhausgaswirksame Emissionen. Diese Emissionen sind Teil eines natürlichen Kohlenstoffkreislaufs.

## Der natürliche biologische Kohlenstoffkreislauf in der Milchproduktion



Die Kuh ist grundsätzlich Teil eines natürlichen biologischen Kohlenstoffkreislaufs. ① Das Methan, das die Tiere nach der Verdauung in die Luft abgeben, wird innerhalb von zehn Jahren in  $\text{CO}_2$  und Wasser ( $\text{H}_2\text{O}$ ) aufgespalten. ② Die Pflanzen auf der Wiese nehmen dann beides bei der Photosynthese wieder auf und geben Sauerstoff ( $\text{O}_2$ ) ab. ③ Die Kuh nimmt wiederum beim Fressen Kohlenstoff über das Grünfutter auf.

Wir sind der Überzeugung, dass die Milchproduktion ein wichtiger Bestandteil einer nachhaltigen Zukunft ist. Hierfür muss sie aber – insbesondere in Bezug auf die Emissionen – wieder näher zu ihrem ursprünglichen natürlichen Gleichgewicht finden. Aus diesem Grund sind für uns die relativen Emissionsfaktoren pro Kilogramm Milch der Wegweiser, wo wir unsere Anstrengungen zum Klimaschutz in der Milchproduktion ansetzen müssen.

Für die Ermittlung der Scope-3-Emissionen der für Emmi relevanten Kategorien nutzen wir das Greenhouse Gas Protocol. Die Produktmengen werden mit Emissionsfaktoren aus anerkannten Datenbanken (World Food LCA Database, ecoinvent) multipliziert. Im Fokus steht für uns die Kategorie «Eingekaufte Produkte und Dienstleistungen». Die gesamten so ermittelten Scope-3-Emissionen werden durch die Menge der verarbeiteten Rohmilch all unserer Tochterfirmen dividiert. So ermittelten wir 2019 eine Baseline von 2.49 kg  $\text{CO}_2\text{e}$  pro kg verarbeitete Milch. Der Wert stieg bis 2021 um 7 % an, auf 2.67 kg  $\text{CO}_2\text{e}$  pro kg verarbeitete Milch. Der Grund für diese Zunahme war ein Anstieg der Milchmengen in Ländern mit höheren Emissionsfaktoren pro kg Milch, wie Brasilien, Chile und Tunesien.<sup>4</sup>

Um die Aussagekraft unserer Klimadaten zu verbessern, streben wir zukünftig eine noch präzisere Scope-3-Ermittlung an. Denn: Die Daten aus den weltweit anerkannten Datenbanken sind generisch und nie das exakte Abbild unserer Zulieferkette. Hierfür möchten wir die bisher genutzten generischen Emissionsfaktoren durch spezifisch für unsere eigenen Milchlieferanten berechneten Faktoren ersetzen. In der Schweiz – wo wir die mit Abstand grösste Milchmenge verarbeiten – Fokusthema [«Nachhaltige Milchwirtschaft» auf Seite 22](#) – gehen wir dieses Vorhaben aktuell im Rahmen des Projekts «KlimaStaR Milch» an.

[↪ Mehr erfahren über das Projekt «KlimaStaR Milch»](#)

Zusätzlich laufen in der Schweiz Vorprojekte bezüglich Biogasproduktion auf Milchproduktionsbetrieben und methanreduzierenden Futtermittelzusätzen, um unsere Scope-3-Emissionen bis 2027 um 25 % zu reduzieren.

<sup>4</sup> Die höheren Emissionsfaktoren in diesen Ländern sind auf die klimatischen Bedingungen und die Futterqualität zurückzuführen. Kuhrassen mit tieferer Milchleistung führen ebenfalls zu höheren Emissionsfaktoren pro Kilogramm Milch.

## **Fortschritte, Massnahmen und Entwicklungen 2021/2022**

### **Scope 3: Umfassendes Klimaschutz-Projekt mit Schweizer Milchlieferanten**

In der Schweiz sind Milchkühe in der Regel Teil einer nachhaltigen, an die lokalen Gegebenheiten angepassten Landwirtschaft. Wichtigster Aspekt ist die grünlandbasierte Fütterung. Dennoch steht unsere Branche auch im Milchland Schweiz vor der existenziellen Frage, wie die Milchwirtschaft ihren Einfluss auf das Klima weiter reduzieren kann und wie Milchprodukte auch inskünftig Teil einer verantwortungsbewussten Ernährung sein können. Gerade weil die gesamte Branche vor den gleichen Herausforderungen steht, besitzen gemeinsame Ansätze unseres Erachtens die besten Erfolgsaussichten.

Gemeinsam mit dem grössten Schweizer Nahrungsmittelhersteller Nestlé sowie den Milchproduzentenorganisationen aaremilch und Zentralschweizer Milchproduzenten (ZMP) haben wir Anfang 2022 das Klimaschutzprojekt «KlimaStaR Milch» lanciert.

Die branchenübergreifende Initiative verfolgt das Ziel, gemeinsam wissenschaftlich abgestützte Erkenntnisse zu gewinnen, um die Schweizer Milchwirtschaft im Hinblick auf Klimaschutz sowie Ressourceneffizienz nachhaltiger und wettbewerbsfähiger zu machen. Mit einem Massnahmenmix wird eine Reduktion der Treibhausgasemissionen aus der landwirtschaftlichen Milchproduktion um durchschnittlich 20 % angestrebt. Die Initiative wird vom Bundesamt für Landwirtschaft (BLW) unterstützt und umfasst rund 240 landwirtschaftliche Pilotbetriebe. Als wissenschaftliche Partner begleiten die Berner Hochschule für Agrar-, Forst- und Lebensmittelwissenschaften (HAFL) sowie die ETH Zürich das Projekt.

[↳ Mehr erfahren über das Projekt «KlimaStaR Milch»](#)

### **Förderung der erneuerbaren Energieträger entschärfte Folgen der Energiekrise**

An Standorten, welche schon länger auf erneuerbare Energieträger setzten, waren die Auswirkungen der Energiekrise im Jahr 2022 weniger spürbar. Dank den in der Vergangenheit realisierten Energieeffizienzmassnahmen, langfristiger Planung, starken Partnerschaften und strategischer Beschaffung gelang es uns, die Energiekosten auf einem verhältnismässig tiefen Niveau zu halten.

Vereinzelt musste auf Anweisungen der Behörden oder des betrieblichen Kontinuitätsmanagements der Brennstoff gewechselt werden (von Gas zu Öl).

Die Energiekrise bestätigte unsere bisher verfolgte Strategie, die Energieeffizienz weiter voranzutreiben und noch stärker auf erneuerbare Energiequellen zu setzen. Die Implementierung einer weitsichtigen Energiestrategie wird daher auch 2023 im Fokus stehen.

## Erneuerbarer Strom als Standard

Mit dem Einsatz von erneuerbarem Strom an allen Standorten weltweit haben wir unsere Emissionen (Scope 2) in den letzten Jahren reduziert. Seit 2017 werden die Schweizer Betriebe ausschliesslich mit europäischem Wasserstrom versorgt (-14'800 t CO<sub>2</sub>e/Jahr). 2018 folgten alle Standorte in Europa (-17'000 t CO<sub>2</sub>e/Jahr). Seit Anfang 2021 wurden 70 % und seit 2022 100 % des für unsere Gruppengesellschaften in Nord- und Südamerika benötigten erneuerbaren Stroms mittels Zertifikaten beschafft.

Bei der Umstellung auf erneuerbaren Strom in den nord- und südamerikanischen Betrieben setzen wir auf Zertifikate aus der Produktion erneuerbarer Energieträger. In Brasilien und Chile ist dies Windkraft aus Brasilien, in Mexiko Wasserkraft aus Guatemala und den USA heimische Wasserkraft.

## Solarthermische Pionieranlage in Langnau

Im Gegensatz zu Photovoltaikanlagen nutzen Solarthermieranlagen die Energie aus der Sonne mittels Wärmestrahlen, die direkt ein flüssiges Medium erwärmen. Weil mit solchen Anlagen bisher nicht oder nur mit komplexen Installationen höhere Temperaturen erreicht werden konnten, werden Solarthermieranlagen bis anhin primär in Wohnbauten zur Erwärmung des Brauchwassers eingesetzt. Emmi hat schon seit Jahren Erfahrung in der Solarthermie in der Schweiz am Standort Saignelégier. Als erstes Privatunternehmen in der Schweiz haben wir Ende 2022 an unserem Fondue- und Schmelzkäsebetrieb in Langnau i. E. eine industrielle solarthermische Anlage der neusten Generation in Betrieb genommen. Dank der rund 100 Solarthermiekollektoren spart Emmi rund 21'000 Liter Heizöl pro Jahr, was rund 55 t CO<sub>2</sub>e pro Jahr entspricht.

[↪ Mehr erfahren über die solarthermische Pionieranlage](#)

## Energie aus Holz und Sonne in Emmen

An unserem Traditionsstandort in Emmen stammen bereits über 80 % der benötigten Prozessenergie aus einer Holzschnitzelanlage. Diese wurde 2009 von Energie Wasser Luzern (EWL) auf dem Gelände der Amstutz Holzenergie AG (Amstutz) erstellt und speist den heissen Dampf via Fernleitung in die Leitungen unseres Produktionsbetriebs ein. 2021 haben wir die bewährte Partnerschaft mit dem Holzheizungspionier Amstutz ausgeweitet. Die 1'440 Photovoltaik-Module, welche die gesamten 2'700 Quadratmeter Dachfläche auf den Amstutz-Gebäuden bedecken, produzieren jährlich ca. 500'000 Kilowattstunden (kWh) Strom. Rund 200'000 kWh setzt Amstutz für den Werkhof, den Betrieb der Holzenergieanlage und Wohnungen ein und rund 300'000 kWh werden an Emmi abgegeben.

[↪ Mehr erfahren über die Partnerschaft für den Klimaschutz](#)

## Sonnenenergie entlang der Kaltbach-Herstellungskette

Die in unserer natürlichen Sandsteinhöhle in Kaltbach gereiften Spezialitätenkäse der Marke «Kaltbach» zählen zu unseren erfolgreichsten Schweizer Produkten. Viele Aspekte der Herstellung dieser hochwertigen Käse sind natürlich und nachhaltig, beispielsweise das Klima in der Sandsteinhöhle. Durch die Nutzung von alternativer Energie entlang der Herstellungskette verbessern wir



die Umweltbilanz unserer Produkte stetig. Einen Teil tragen unsere Partner, die Milchlieferanten und die Käsereien bei, indem sie ihre Dachflächen mit Photovoltaikanlagen bestücken. Im Herbst 2021 konnten wir auch an unserem Standort Kaltbach eine Photovoltaikanlage in Betrieb nehmen. Die knapp 300 Module sind über Dächer und Fassaden verteilt und produzieren jährlich rund 80'000 kWh Solarstrom.

[↳ Mehr erfahren über das AOP-Käsenetzwerk](#)

### **Zusätzliche Schweizer Produktionsbetriebe an lokale Fernwärmenetzwerke angeschlossen**

Fernwärme zeichnet sich vor allem dadurch aus, dass die Wärme aus erneuerbaren Quellen direkt und gebrauchsfertig ins Gebäude geliefert wird und weniger CO<sub>2</sub> verursacht als herkömmliche Heizungssysteme. Mit der Umstellung unseres drittgrössten Schweizer Standorts in Suhr können wir unsere CO<sub>2</sub>e-Emissionen jährlich um mehr als 5'000 Tonnen reduzieren. Gleichzeitig kann die Gemeinde Suhr Wohnquartiere mit umweltfreundlicher Fernwärme aus der Kehrlichtverbrennung erschliessen.

Ebenfalls auf 100 % Fernwärme aus einer lokalen Holzschnitzelheizung setzt seit November 2021 unsere Käserei in Saignelégier. Die ressourcenschonende Energieversorgung führt zu jährlichen CO<sub>2</sub>e-Einsparungen im Umfang von mehr als 350 Tonnen.

[↳ Mehr erfahren über das Fernwärmenetzwerk](#)

### **Energie-Partnerschaft in Dagmersellen**

In Dagmersellen realisiert Emmi in Zusammenarbeit mit regionalen Partnern ein schweizweit einzigartiges Energiesystem: Ab 2027 soll ein Holzheizkraftwerk erneuerbare Energie produzieren und damit helfen, die betrieblichen Treibhausgasemissionen zu reduzieren. Denn mit dem geplanten Holzheizkraftwerk soll in Zukunft der grösste Teil der benötigten Wärmeenergie für die Produktion von Milchpulver und Mozzarella bereitgestellt werden.

Das Holzheizkraftwerk wird im Vollausbau 100 GWh Strom und 130 GWh Wärme produzieren. Emmi nutzt rund 50 GWh der Wärme. Weitere mögliche Wärmeabnehmer sind die örtliche Industrie sowie Wärmeverbünde in den umliegenden Dörfern. Das Holzheizkraftwerk soll soweit möglich mit regionalen Waldhackschnitzeln und Altholz betrieben werden. Dafür sind bis zu 200'000 Tonnen Holz pro Jahr notwendig.

Die vier Unternehmen planen insgesamt rund CHF 200 Millionen in die Produktion, die Verteilung und die Nutzung der erneuerbaren Energien zu investieren.

[↳ Mehr erfahren über das Energie-Ökosystem](#)

### **Abgaswärmetauscher in Emmen**

In Emmen wird die Abwärme der Schnitzelheizung mit einem Wärmetauscher zurückgewonnen und das Brauchwarmwasser des Betriebs vorgewärmt. Monatlich lassen sich so rund 5'000 m<sup>3</sup> Erdgas bzw. jährlich 120 Tonnen CO<sub>2</sub>e einsparen.

## Neue Photovoltaik-Anlagen in Übersee

Unsere kalifornischen Tochtergesellschaften investieren schon seit einigen Jahren in erneuerbare Energieträger. Der Ziegenkäsehersteller Cypress Grove Cheese nutzt erneuerbaren Strom (Wasserstrom, USA), dessen Herkunft durch Zertifikate belegt wird. 2021 wurde eine bis anhin ungenutzte Fläche neben dem Produktionsgebäude mit einer Photovoltaikanlage versehen. Diese produziert jährlich ungefähr 1'000 MWh, was rund 78 % des eigenen Stromverbrauchs abdeckt.

Unserer Tochtergesellschaft Quillayes Surlat leistet einen namhaften Beitrag zur Solarstrategie von Emmi. Im Frühling 2021 wurde auf dem Dach der Käserei eine Photovoltaikanlage installiert, mit der rund 10 % des Stromverbrauchs des Werks gedeckt werden können. Im Vergleich zum lokalen Strommix lassen sich mit der Sonnenenergie rund 150 Tonnen CO<sub>2</sub>e einsparen.

## Wärmepumpen im neuen Milchkpulverwerk in Holland

Am Standort im niederländischen Etten-Leur wurde ein neuer Turm zur Herstellung von Ziegenmilchpulver so geplant, dass der gesamte Produktionsprozess mit möglichst tiefen Temperaturen auskommt. Diese niedrigen Temperaturen können durch Wärmepumpen einfacher und effizienter erzeugt werden. Dabei werden möglichst alle Abwärmequellen genutzt und mittels Wärmepumpen durch Einsatz von Elektrizität auf das benötigte Temperaturniveau angehoben. Je weniger gross dieser Temperaturanstieg ist, desto weniger Strom muss eingesetzt werden. Einzig die Trocknungsluft im Sprühturm wird mittels Erdgas direkt erhitzt, weil hier Temperaturen von rund 200 °C benötigt werden.

## Pasticceria Quadrifoglio – Pionierfabrik in Modena

Im italienischen Modena erstellen wir derzeit einen hochmodernen Produktionsstandort für gekühlte Dessertspezialitäten und Backwaren. Dieser wird unser erster konsequent auf «Netto-Null» ausgerichteter Produktionsbetrieb werden. Dazu haben wir die optimalen Temperaturniveaus bestimmt und möglichst alle Abwärmequellen (z. B. aus Kältemaschinen oder Druckluftkompressoren) mit den Wärmeverbrauchern (z. B. Erhitzeranlagen, Klimaanlage) zusammengebracht. Um die nötigen Temperaturniveaus zu erreichen, wird eine mit erneuerbarem Strom betriebene Wärmepumpe dazwischengeschaltet. Diese erzeugt so äusserst effizient erneuerbare Prozesswärme.

## Überdurchschnittliches CDP-Rating

Seit 2017 lassen wir unser Klimaschutzengagement durch das Carbon Disclosure Project (CDP) bewerten. In der Entwicklung des Ratings spiegelt sich die Entwicklung unserer Nachhaltigkeitsambitionen. So konnten wir im 2021er-Rating erstmals das Resultat B erreichen (2019: B-). Damit liegen wir 2021 weiterhin über dem Branchendurchschnitt von B-.

[↳ Mehr erfahren über das CDP-Klima-Rating](#)

## Weitere GRI-Angaben

### 302

#### Energie<sup>1</sup>

#### 302-1 | 302-4

#### Eingekaufte Primärenergieträger

		2019	2020	2021	2022	Δ
Heizöl	MWh	61'365	48'057	19'200	13'607	-29 %
Erdgas <sup>2</sup>	MWh	291'398	344'484	388'978	358'753	-8 %
Biogas <sup>2</sup>	MWh	–	–	9'084	19'707	117 %
Diesel	MWh	2'332	1'734 <sup>4</sup>	6'527	7'057	8 %
Holz	MWh	3'729	3'578	159'011	157'628	-1 %
Fernwärme	MWh	23'542	22'551	32'259	56'133	74 %
Übrige	MWh	–	477	12'222	15'355	26 %
<b>Total</b>	<b>MWh</b>	<b>382'366</b>	<b>420'881</b>	<b>627'281</b>	<b>628'240</b>	<b>0 %</b>

#### Energieverbrauch der Emmi Gruppe

		2019	2020	2021	2022	Δ
Total Energieverbrauch	MWh	563'128	593'013	842'589	845'087	0 %
Energieintensität (pro t Produkt <sup>3</sup> )	MWh/t	0.49	0.49	0.59	0.63	7 %

#### Treibstoffverbrauch Fahrzeuge

		2019	2020	2021	2022	Δ
Benzin	Liter	188'491	189'569 <sup>4</sup>	454'854	523'900	15 %
Diesel	Liter	3'003'859	2'848'764 <sup>4</sup>	4'535'676	4'409'616	-3 %
<b>Total</b>	<b>Liter</b>	<b>3'192'350</b>	<b>3'038'333</b>	<b>4'990'530</b>	<b>4'933'516</b>	<b>-1 %</b>

#### Elektrizität

		2019	2020	2021	2022	Δ
Anteil erneuerbar	MWh	141'010 <sup>4</sup>	146'678 <sup>4</sup>	213'370	225'611	6 %
Anteil nicht erneuerbar	MWh	53'728 <sup>4</sup>	54'562 <sup>4</sup>	37'466	38'620	3 %
<b>Total</b>	<b>MWh</b>	<b>194'738</b>	<b>201'240</b>	<b>250'836</b>	<b>264'231</b>	<b>5 %</b>

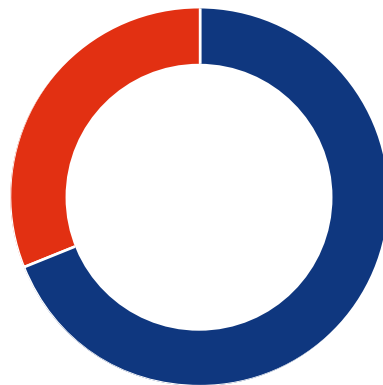
<sup>1</sup> Die Berechnungsgrundlage ist auf Seite 85 bei GRI 2-2 zu finden.

<sup>2</sup> Teilweise zur internen Stromproduktion verwendet.

<sup>3</sup> Produkt = verkaufsfähige Ware.

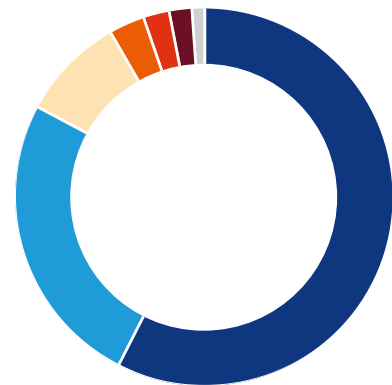
<sup>4</sup> Anpassungen aufgrund neuer Datengrundlage.

**Anteil Primärenergie und Elektrizität (2022)**



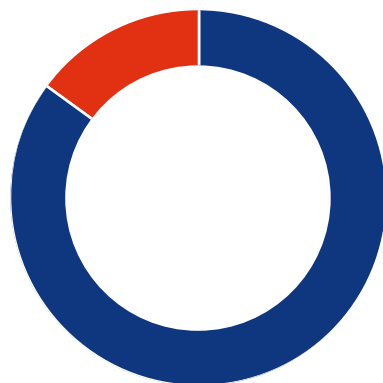
- 69 % Primärenergie
- 31 % Elektrizität

**Anteil eingekaufte Primärenergie nach Energiequellen (2022)**



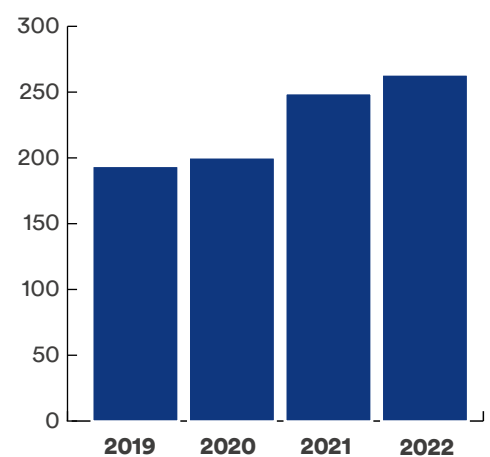
- 57 % Erdgas
- 25 % Holz
- 9 % Fernwärme
- 3 % Biogas
- 2 % Heizöl
- 2 % Übrige
- 1 % Diesel (Generatoren)

**Elektrizitätsverbrauch nach Anteil erneuerbar und nicht erneuerbar (2022)**



- 85 % Anteil erneuerbar
- 15 % Anteil nicht erneuerbar

**Elektrizitätsverbrauch total in GWh**



## 305-1

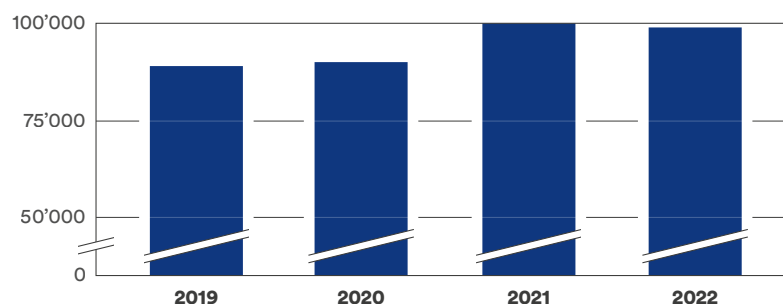
## Direkte Treibhausgasemissionen (Scope 1)

		2019	2020	2021	2022	Δ
Brennstoffe	tCO <sub>2</sub> e	75'856 <sup>3</sup>	79'593 <sup>3</sup>	84'027	80'584	-4 %
Kältemittel	tCO <sub>2</sub> e	3'056 <sup>3</sup>	3'484 <sup>3</sup>	3'212	5'792	80 %
Transport/Treibstoffe	tCO <sub>2</sub> e	8'351	7'904	12'939	12'769	-1 %
<b>Total Scope 1</b>	<b>tCO<sub>2</sub>e</b>	<b>87'263</b>	<b>90'981</b>	<b>100'178<sup>2</sup></b>	<b>99'145</b>	<b>-1 %</b>

<sup>1</sup> Die Berechnungsgrundlage ist auf Seite 85 bei GRI 2-2 zu finden.

<sup>2</sup> Integration neuer Firmen (Laticínios Porto Alegre Indústria e Comércio S.A., Leeb Biomilch GmbH, Pasticceria Quadrifoglio S.r.l.).

<sup>3</sup> Anpassungen aufgrund neuer Datengrundlage.

Treibhausgasemissionen in tCO<sub>2</sub>e (Scope 1)

## 305-2

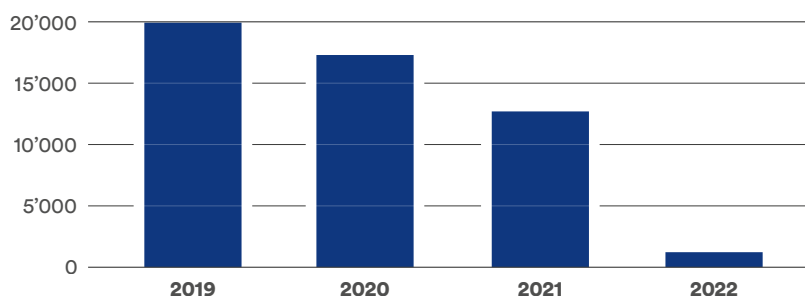
## Indirekte energiebedingte Treibhausgasemissionen (Scope 2)

		2019	2020	2021	2022	Δ
Elektrizität	tCO <sub>2</sub> e	19'828	17'188 <sup>3</sup>	12'531	929	-93 %
Andere <sup>2</sup>	tCO <sub>2</sub> e	44	55 <sup>3</sup>	129	294	128 %
<b>Total Scope 2</b>	<b>tCO<sub>2</sub>e</b>	<b>19'872</b>	<b>17'243</b>	<b>12'660</b>	<b>1'223</b>	<b>-90 %</b>

<sup>1</sup> Die Berechnungsgrundlage ist auf Seite 85 bei GRI 2-2 zu finden.

<sup>2</sup> Fernwärme.

<sup>3</sup> Anpassungen aufgrund neuer Datengrundlage.

Indirekte energiebezogene Treibhausgasemissionen in tCO<sub>2</sub>e (Scope 2)

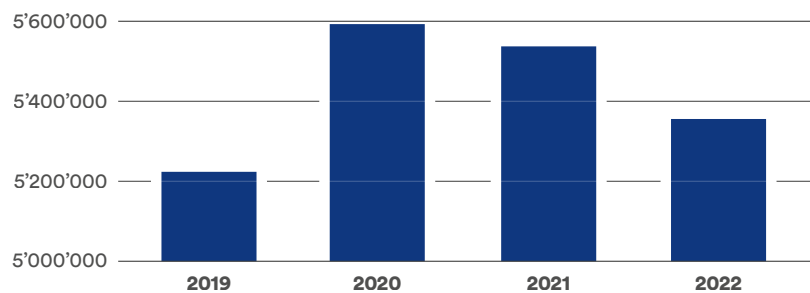
### 305-3

#### Sonstige indirekte Treibhausgasemissionen (Scope 3)

		2019	2020	2021	2022	Δ
<b>Total Scope 3</b>	<b>tCO<sub>2</sub>e</b>	<b>5'224'399</b>	<b>5'594'962</b>	<b>5'539'077</b>	<b>5'356'929</b>	<b>-3 %</b>
davon Kategorie <sup>1</sup> :						
Eingekaufte Güter und Dienstleistungen	tCO <sub>2</sub> e	4'579'847	4'947'263	4'821'849	4'642'129	-4 %
davon Milch und zugekaufte Milchprodukte	tCO <sub>2</sub> e	4'460'972	4'828'388	4'615'727	4'436'233	-4 %

<sup>1</sup> Die Berechnungsgrundlage ist auf Seite 85 bei GRI 2-2 zu finden.

#### Sonstige indirekte Treibhausgasemissionen in tCO<sub>2</sub>e (Scope 3)



### 305-4

#### Intensität der Emissionen

	2019	2020	2021	2022	Δ
tCO <sub>2</sub> e pro TCHF Umsatz	1.53	1.54	1.45	1.29 <sup>2</sup>	-11 %
tCO <sub>2</sub> e pro t Milchmenge	2.59	2.69	2.61	2.64 <sup>3</sup>	1 %
tCO <sub>2</sub> e pro t verkaufsfähige Ware	4.06	4.20	3.97	4.06 <sup>4</sup>	2 %

<sup>1</sup> Die Berechnungsgrundlage ist auf Seite 85 bei GRI 2-2 zu finden.

<sup>2</sup> Der Umsatz von Emmi stieg von CHF 3.19 Milliarden im Jahr 2021 um 8 % auf CHF 4.23 Milliarden im Jahr 2022.

<sup>3</sup> Die Milchmenge von Emmi ging im Vergleich zu 2021 um 4.5 % zurück.

<sup>4</sup> Die Menge an verkaufsfähiger Ware ging im Vergleich zu 2021 um 5.4 % zurück.

Die gestiegene Intensität lässt sich auf einen überproportionalen Rückgang der Produktions-/Milchmenge zu eingesparter Energie zurückführen. Zudem beobachten wir aufgrund der höheren Automatisierung sowie teilweise höheren Verarbeitungstiefen, dass der Energieverbrauch tendenziell ansteigt. So benötigen Arbeitsschritte wie internes Aufkonzentrieren, Filtrieren und Trocknen von Molke zu tieferen Output-Mengen bei deutlich höherem Energieverbrauch. Laufend umgesetzte Effizienzmassnahmen können diesem Trend entgegenwirken.

## Senkung der Treibhausgasemissionen

## Treibhausgasemissionen (Scope 1 und 2) nach Divisionen

		2019 <sup>3</sup>	2020 <sup>3</sup>	2021	2022	Δ
Division Schweiz	tCO <sub>2</sub> e	40'834	41'334	38'341	34'179	-11 %
Division Europa	tCO <sub>2</sub> e	9'325	9'102	10'974	11'793	7 % <sup>2</sup>
Division Americas	tCO <sub>2</sub> e	56'974	57'788	63'523	54'395	-14 %
<b>Total</b>	<b>tCO<sub>2</sub>e</b>	<b>107'133</b>	<b>108'224</b>	<b>112'838</b>	<b>100'367</b>	<b>-11 %</b>

<sup>1</sup> Die Berechnungsgrundlage ist auf Seite 85 bei GRI 2-2 zu finden.

<sup>2</sup> Aufgrund des Wechsels auf eigene Stromproduktion auf Basis Erdgas.

<sup>3</sup> Anpassungen aufgrund neuer Datengrundlage.

## Entwicklung der Treibhausgasemissionen (Scope 1 und 2) nach Divisionen

		2019	2020	2021	2022
Division Schweiz	tCO <sub>2</sub> e	385'246	500	-2'993	-4'162
Division Europa	tCO <sub>2</sub> e	-735	-223	1'872 <sup>2</sup>	819 <sup>2</sup>
Division Americas	tCO <sub>2</sub> e	-1'720	814	5'735 <sup>3</sup>	-9'128
<b>Total</b>	<b>tCO<sub>2</sub>e</b>	<b>382'791</b>	<b>1'091</b>	<b>4'614</b>	<b>-12'471</b>

<sup>1</sup> Die Berechnungsgrundlage ist auf Seite 85 bei GRI 2-2 zu finden.

<sup>2</sup> Aufgrund des Wechsels auf eigene Stromproduktion auf Basis Erdgas und Integration neuer Firmen (Leeb Biomilch GmbH, Pasticceria Quadrifoglio S.r.l.).

<sup>3</sup> Aufgrund Integration neuer Firmen (Laticínios Porto Alegre Indústria e Comércio S.A., Standorte von Quillayes Surlat).

## Anteil eingekaufter erneuerbarer Strom bei den Emmi Divisionen per Ende 2022:

- Schweiz: 100 %
- Europa: 100 %
- Americas: 98 %

## Verschwendung vermeiden

**In unserem Nachhaltigkeitsengagement hat «Verschwendung vermeiden» zweierlei Bedeutung: Zum einen möchten wir Produktions- und Lebensmittelabfälle (Food Waste) reduzieren und zum anderen unsere Verpackungen ressourcenschonend und kreislauffähig gestalten.**

---

Als Lebensmittelherstellerin ist Verschwendung für uns ein omnipräsentes Thema. Einerseits aufgrund der Auswirkungen, die wir mit unserem Ressourcenverbrauch verantworten, andererseits kostenseitig.

Dabei verstehen wir Verschwendung sehr umfassend, basierend auf der Kaizen-Philosophie, welche den Ursprung unseres globalen Emmi Operational Excellence darstellt. Mit Blick auf unser Nachhaltigkeitsengagement setzen wir jedoch einen klaren Fokus auf die Verschwendung von Lebensmitteln, Verpackungen und anderen Materialien.

## Abfall

[3-3](#) | [306-1](#) | [306-2](#)

### Managementansatz

Abfallvermeidung ist für Emmi aus ökonomischen und ökologischen Gründen relevant. Aus betriebswirtschaftlicher Sicht sind die Einsparungen bei den Entsorgungskosten am offensichtlichsten; gleichzeitig werden durch die Vermeidung von Verlusten im Produktionsprozess wertvolle Ressourcen geschont. Wir haben uns zum Ziel gesetzt, bis 2027 unsere eigene Abfallintensität (ggü. 2017) zu halbieren. Zudem darf bis spätestens dann kein Abfall mehr auf Deponien entsorgt werden.

In der Bewirtschaftung der Abfallthematik lautet unser Credo: «Vermeiden, vermindern, verwerten.» Das bedeutet, dass unvermeidbare Abfälle vorrangig reduziert werden, um anschliessend eine optimale Lösung für eine möglichst geringe Restmenge zu finden, idealerweise in einem geschlossenen Kreislaufsystem.

Wir steuern das Abfallmanagement an den Produktionsstandorten über das Umweltmanagement. Dabei konzentrieren wir uns auf die Reduktion von Abfällen, die in die Verbrennung oder Deponie gehen. Während die Schweizer Emmi Betriebe schon seit Längerem über ein nach ISO 14001 zertifiziertes Abfallmanagement verfügen, fehlen in vielen ausländischen Produktionsbetrieben noch die grundlegenden Kontrollmechanismen und Daten für ein solches Vorgehen. Wir arbeiten daran, diese Lücken Schritt für Schritt zu schliessen. Eine weitere Herausforderung ausserhalb der Schweiz stellen fehlende Recyclingsysteme im Umfeld unserer Standorte in Nord- und Südamerika und Tunesien dar. Hier erarbeiten wir individuelle Alternativen zur dort üblichen Entsorgung auf Deponien.

An den Schweizer Produktionsstandorten werden Abfälle, wenn eine stoffliche Verwertung nicht möglich ist, in modernen Kehrlichtverbrennungsanlagen energetisch verwertet. Organische Abfälle werden in der Tierfütterung eingesetzt oder in Biogasanlagen entsorgt.



## **Fortschritte, Massnahmen und Entwicklungen 2021/2022**

### **«Zero Waste to Landfill»-Zertifizierung in Spanien**

Unsere spanische Tochtergesellschaft Lácteos de Navarra produziert Jogurts in Pamplona. Das Unternehmen erreichte durch den Austausch mit seinen Entsorgungsdienstleistern, dass nur noch ein Minimum der Abfälle auf Deponien landet: 2022 wurde die Menge um 75 % auf 0.06 % der totalen Abfallmenge reduziert. Nach erfolgreicher Auditierung erhielt Lácteos de Navarra dafür die Zertifizierung «2022 cero residuo». Aus der Analyse des Audits resultierten zudem neue Projektideen, wie beispielsweise die Optimierung des Kontroll-, Verwaltungs- und Überwachungssystems oder die Aufwertung gewisser Abfallströme.

### **Reduktion des Klärschlamms in Tunesien**

Wir reinigen unsere Anlagen mit Wasser. In der Folge bleiben im Wasser Milch- und andere organische Rückstände zurück. Bevor das Wasser ins kommunale Abwassersystem abgeleitet werden kann, muss eine erste Aufbereitung in unserem eigenen Werk erfolgen. Für den daraus entstehenden Klärschlamm gibt es in Tunesien noch keine Entsorgungsmethode. So muss dieses organische Material auf einer Deponie entsorgt werden, wo es viel Fläche beansprucht und die wertvollen Inhaltsstoffe verloren gehen. Hierfür eine alternative Entsorgungsmethode zu entwickeln, wie wir sie in vielen anderen Ländern kennen und anwenden, hat für uns höchste Priorität.

Zusammen mit einer externen Firma analysierten wir, wie durch Prozessoptimierungen der anfallende Klärschlamm reduziert werden kann. Das Ziel ist eine Reduktion um 20 % bis 2023 und eine vollständige Schliessung des Kreislaufs in Zukunft. Aktuell prüft das lokale Team vor Ort, mit welchen Massnahmen die grösste Wirkung bei geringen Kosten erzielt werden kann. Eine vielversprechende Lösung könnte die Trocknung des Schlamms und die Verarbeitung zu Dünger darstellen. Ebenso kommt die Kompostierung des Schlamms in Frage. Herausfordernd ist das Projekt, weil die dazu nötigen Technologien in Tunesien noch wenig verbreitet sind.

## 306-3

## Abfall (Verbrennung/Deponie)

		2019	2020	2021	2022	Δ
Abfall (Verbrennung/Deponie)	t	10'280 <sup>5</sup>	10'097 <sup>5</sup>	10'374	9'419	-9 %
Sondermüll	t	84	125	139	174	25 % <sup>3</sup>
Wiederverwerteter Abfall <sup>2</sup>	t	5'038	5'197 <sup>5</sup>	6'331	6'172	-3 %
Abfallintensitätsrate (kg Abfall pro t Produkt <sup>4</sup> )		8.90	8.41	7.29	7.00	-4 %

<sup>1</sup> Die Berechnungsgrundlage ist auf Seite 85 bei GRI 2-2 zu finden.

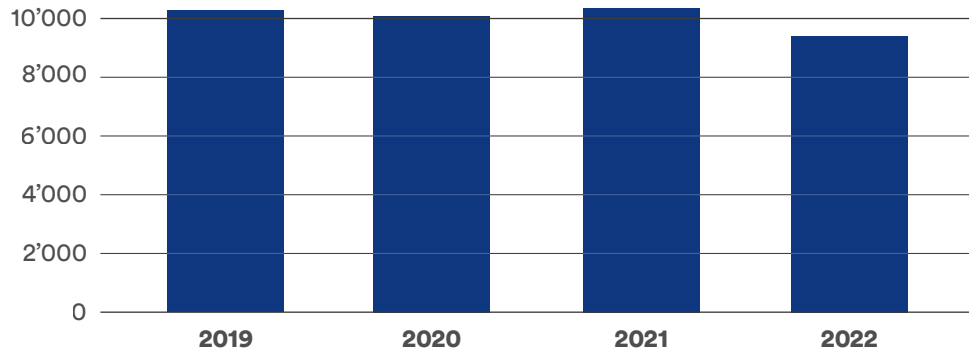
<sup>2</sup> Dazu zählen Wertstoffe, die recycelt wurden (ohne organische Abfälle).

<sup>3</sup> Aufgrund von Bautätigkeiten in Brasilien ist der Anteil an Sondermüll gestiegen.

<sup>4</sup> Produkt = verkaufsfähige Ware.

<sup>5</sup> Anpassungen aufgrund neuer Datengrundlage.

## Total Abfall (t)



### Abfall nach Divisionen

		2019	2020	2021	2022	Δ
<b>Division Schweiz</b>						
Verbrennung	t	1'427	1'615 <sup>2</sup>	1'468	1'479	1 %
Deponie	t	–	–	–	–	–
<b>Total</b>	<b>t</b>	<b>1'427</b>	<b>1'615</b>	<b>1'468</b>	<b>1'479</b>	<b>1 %</b>

### Division Europa

		2019	2020 <sup>2</sup>	2021	2022	Δ
Verbrennung	t	363	1'228	1'492	1'060	-29 %
Deponie	t	922	657	52	106	104 %
<b>Total</b>	<b>t</b>	<b>1'285</b>	<b>1'885</b>	<b>1'544</b>	<b>1'166</b>	<b>-24 %</b>

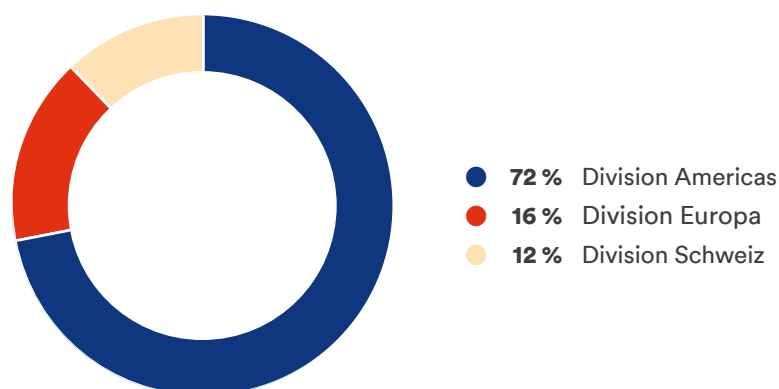
### Division Americas

		2019	2020	2021	2022	Δ
Verbrennung	t	–	–	3	5	67 %
Deponie	t	7'557	6'587	7'352	6'764	-8 %
<b>Total</b>	<b>t</b>	<b>7'557</b>	<b>6'587</b>	<b>7'355</b>	<b>6'769</b>	<b>-8 %</b>

<sup>1</sup> Die Berechnungsgrundlage ist auf Seite 85 bei GRI 2-2 zu finden.

<sup>2</sup> Anpassungen aufgrund neuer Datengrundlage.

### Anteil Abfall nach Divisionen (2022)



## Lebensmittelverschwendung (Food Waste)

### 3-3

### Managementansatz

In der Lebensmittelkette – von der Produktion bis zum Konsum – gehen jedes Jahr beträchtliche Mengen an Nahrungsmitteln verloren. Nahrungsmittelverluste haben grosse Auswirkungen auf die Umwelt. In der Schweiz machen weggeworfene oder nicht verzehrte Lebensmittel 25 %<sup>1</sup> des ökologischen Fussabdrucks der gesamten Ernährung aus.

Wir haben uns zum Ziel gesetzt, bis 2027 den Food Waste in unseren eigenen Betrieben gegenüber 2017 zu halbieren. Dabei verstehen wir unter Food Waste unvermeidbare Lebensmittelabfälle. Das beinhaltet alle organischen Abfälle, die ursprünglich für den menschlichen Verzehr bestimmt waren. Dazu gehören sowohl verarbeitete oder halbverarbeitete Produkte als auch Rohmaterialien und Nebenströme wie beispielsweise Molke.

Das Ziel, möglichst wenig Lebensmittel zu verschwenden, treiben wir unter anderem mit Emmi Operational Excellence (EOE) voran. Unter EOE optimieren wir unsere Kernprozesse kontinuierlich hinsichtlich Effektivität und Effizienz.

Unvermeidbare Lebensmittelabfälle, wie beispielsweise Molke aus der Käseproduktion, sollen wenn immer möglich zu Lebensmitteln verarbeitet werden. Oberste Priorität hat jedoch, dass keine Lebensmittel von tadelloser Qualität weggeworfen werden. In der Schweiz verkaufen wir deshalb überschüssige oder falsch verpackte Produkte zu reduzierten Preisen in unseren Werksverkaufsstellen oder spenden einwandfreie Lebensmittel an die gemeinnützige Organisation «Tischlein deck dich». Des Weiteren haben wir in der Schweiz mit führenden Unternehmen und Verbänden der Lebensmittelindustrie eine Branchenvereinbarung gegen Lebensmittelverschwendung unterzeichnet. Diese Vereinbarung, die Lebensmittelabfälle in der Schweiz bis 2030 zu halbieren, bekräftigt unsere bestehende Strategie und kann diese allenfalls durch gemeinsame Massnahmen unterstützen.

Unser Beitrag gegen Lebensmittelverschwendung endet jedoch nicht in unseren eigenen Betrieben. Wir haben durchaus Möglichkeiten, auf die Lebensmittelabfälle bei unseren Kunden sowie Konsumenten Einfluss zu nehmen, insbesondere über die Haltbarkeit unserer Produkte. Diese können wir durch unser Qualitätsmanagement beeinflussen, vor allem durch die Rezeptur und in bedeutendem Mass durch die Verpackung – insbesondere dessen Material und Dicke. Ergänzend unterstützen wir breit angelegte Projekte und Aktionen gegen die Verschwendung von Lebensmitteln bei den Privathaushalten. Diese verantworten – ebenso wie die verarbeitende Industrie – rund einen Drittel des Food Waste.

[↪ Mehr erfahren über «Too Good To Go»](#)

<sup>1</sup> [↪ BAFU.](#)

## Fortschritte, Massnahmen und Entwicklungen 2021/2022

### Emmi unterschreibt Food-Waste-Charta

Zusammen mit 28 Schweizer Unternehmen aus der Lebensmittel- und der Gross- und Detailhandelsbranche sowie Verbänden bekennen wir uns zu den Zielen des Bundes, die Lebensmittelabfälle in der Schweiz bis 2030 zu halbieren. Das Ziel soll unter anderem erreicht werden dank der Partnerschaft mit «Too Good To Go», Sensibilisierungsmassnahmen der Mitarbeitenden und der Konsumenten. Im Rahmen dieser Vereinbarung verpflichten wir uns, jährlich Daten zu Food Waste und den erzielten Fortschritten offenzulegen.

[↳ Mehr erfahren über Food-Waste-Charta](#)

### Ausbau der Partnerschaft mit «Too Good To Go»

Seit 2020 arbeiten wir mit der Organisation «Too Good To Go» zusammen. Die Organisation hat sich zum Ziel gesetzt, jede und jeden dazu zu inspirieren und zu befähigen, gemeinsam gegen Lebensmittelverschwendung zu kämpfen. Dabei setzen sie auf eine App, um Lebensmittelüberschüsse zu reduzieren, und haben die Initiative «Oft länger gut» ins Leben gerufen. Ausserdem hat «Too Good To Go» die Waste Warrior Brands initiiert – eine Vereinigung von Unternehmen, die gemeinsam gegen Food Waste kämpfen. Wir nutzen diese Partnerschaft, um unsere Mitarbeitenden sowie die Konsumenten für die Thematik der Lebensmittelverschwendung zu sensibilisieren. Dabei unterstützt uns «Too Good To Go» mit Kommunikations- und Schulungsmaterial für unterschiedliche Zielgruppen.

Begonnen hat die Zusammenarbeit mit der Kennzeichnung einiger unserer Schweizer Produkte mit dem «Oft länger gut»-Emblem und es kommen stetig weitere Produkte hinzu. Mittlerweile haben wir die Aktion auch auf die Märkte Deutschland, Grossbritannien und Spanien ausgeweitet. Des Weiteren sind einige unserer Emmi Outlet Shops sowie Chäsueb-Läden der Baumann Käse AG auf der App von «Too Good To Go» zu finden und kämpfen so gegen den Verlust von Lebensmitteln. Auch Emmi Österreich setzt überschüssige Produkte via «Too Good To Go» ab.

[↳ Mehr erfahren über die Partnerschaft mit «Too Good To Go»](#)

### Lebensmittelverschwendung<sup>1, 2</sup>

		2019	2020	2021	2022	Δ
Lebensmittelabfälle (Trockenmasse)	t	11'138	12'149	11'753	10'737	-9 %
Lebensmittelverschwendung pro Produkt <sup>3</sup>	%	3.7	4.0	3.9	3.7	-5 %

<sup>1</sup> Die Berechnungsgrundlage ist auf Seite 85 bei GRI 2-2 zu finden.

<sup>2</sup> Derzeit nur Division Schweiz verfügbar.

<sup>3</sup> Produkt = verkaufsfähige Ware.

## Verpackungen

### **3-3 Managementansatz**

Verpackungen stehen für uns – nach der Milch – an zweiter Stelle, wenn es um die Wichtigkeit eines Produktbestandteils geht. Sie prägen unter anderem Charakter, Qualität, Konsum und Transport eines Produkts. Zudem stellen Verpackungen verschiedenster Art für uns einen sehr bedeutenden Beschaffungsposten dar.

Unser Ansatz im Umgang mit Verpackungen hat sich im vergangenen Jahrzehnt gewandelt. Während der ersten Phase unseres Nachhaltigkeitsengagements fokussierten wir auf die Reduktion von Verpackungsmaterial und optimierten diverse Verpackungen. Mittlerweile erachten wir jegliche Verpackung, die nach einmaligem Gebrauch entsorgt werden muss, als Verschwendung. Diese gilt es zu vermeiden. Der Kreislaufgedanke ist für uns ins Zentrum unserer Bemühungen gerückt. Dies widerspiegelt sich auch in unseren Zielsetzungen: Bis 2027 streben wir 100 % Recyclingfähigkeit an, setzen mindestens 30 % rezykliertes Material ein und verzichten auf Einwegplastik.

Da das Thema sehr dynamisch ist und es die ideale Lösung noch nicht gibt, haben wir ein Informationsblatt erstellt, das unsere Vision und unsere Verpackungsstrategie beschreibt und die bereits gewonnenen Erkenntnisse darlegt. Dieses dient als Leitfaden für die Tochtergesellschaften bei der Umsetzung von lokalen Projekten.

Bei der Auswahl und Prüfung neuer Verpackungsmaterialien oder -konzepte steht der Produktschutz an erster Stelle. Wir analysieren aber auch die Rezyklierfähigkeit des Materials oder der Materialmischung, zum Beispiel nach cyclos-HTP oder RecyClass. Auch die Herkunft der Rohstoffe, der Rezyklatanteil und die Materialgesundheit spielen eine Rolle. Ausserdem berechnen wir die damit verbundenen Emissionen in CO<sub>2</sub>e.

Während wir Materialreduktionsmassnahmen primär von internen Faktoren – insbesondere der Verfügbarkeit geeigneter Anlagen – abhängt, sind wir bei unserer Vision einer kreislauffähigen Verpackungslandschaft auf grosse Allianzen angewiesen. In der Schweiz haben solche Zusammenschlüsse in den letzten Jahren bereits Gestalt angenommen. So können wir durch unsere Mitgliedschaften im Verein [PRISMA](#) und im Lenkungsausschuss des nationalen Projekts [Sammlung 2025](#) aktiv zur Entwicklung der Recyclingsysteme in der Schweiz beitragen. Zudem engagieren wir uns in unserem Heimmarkt auch in den Organisationen [Drehscheibe Kreislaufwirtschaft](#) und [Realcycle](#) für eine bessere Kreislaufwirtschaft.

Während in der Schweiz aktuell erst wenige Vorgaben zum Verpackungsdesign existieren und die Fortschritte im Verpackungsbereich primär durch Initiativen und Selbstverpflichtungen in der Branche getrieben werden, sind die Entwicklungen an unseren europäischen Standorten von den zunehmend strenger werdenden EU-Gesetzgebungen zum Umgang mit Kunststoffabfall geprägt.

## **Fortschritte, Massnahmen und Entwicklungen 2021/2022**

### **«Pact» zur Kreislaufschliessung**

Damit bis 2027 100 % unserer Verpackungen rezyklierbar sind und die Wertstoffkreisläufe geschlossen werden, müssen alle Akteure entlang unserer Wertschöpfungskette zusammenwirken. Um die Entwicklung einer Kreislaufwirtschaft für Kunststoffverpackungen und Getränkekartons in der Schweiz zu beschleunigen, haben wir mit rund 50 weiteren Akteuren einen «Pact» geschlossen. Im Zentrum steht das gemeinsame Ziel eines schweizweit harmonisierten, kosten- und ökoeffizienten, konsumentenfreundlichen und koordinierten Systems für Kunststoffverpackungen und Getränkekartons.

[↳ Mehr erfahren über «Pact»](#)

### **Rezykliertes Polypropylen im Emmi Caffè Latte-Becher**

Der vor knapp 20 Jahren lancierte Emmi Caffè Latte ist unser erfolgreichstes Produkt. Seit geraumer Zeit beschäftigen wir uns mit dessen Verpackung. Dabei stellen uns die Anforderungen des Unterwegskonsums und die dort eingeschränkten Entsorgungsmöglichkeiten vor grosse Herausforderungen. Über Jahre haben wir schrittweise an Material eingespart. Auch im aktuellen Schritt konnten wir abermals 15 % Material (jährlich rund 350 Tonnen Propylen) einsparen. Zudem setzen wir seit 2021 einen Anteil rezykliertes Polypropylen ein.

[↳ Mehr erfahren über recyceltes Plastik für Emmi Caffè Latte-Becher](#)

Auch bei anderen Verpackungen können wir seit der letzten Berichtsperiode erstmals Rezyklat einsetzen. Beispielsweise eine kreislaufgeeignete Mono-PET-Schale für Raclette mit rund 30 % Rezyklatanteil sowie eine Butterschale aus 90 % Rezyklat.

### **Potenzial für Verpackungsreduktionen noch nicht ausgeschöpft**

Obwohl wir seit Jahrzehnten unsere Verpackungen optimieren, entdecken wir noch immer weiteres Verbesserungspotenzial. Teilweise ergibt sich dieses an Standorten, für welche die Thematik neu ist, teilweise ergeben sich durch neue Technologien oder neue Anlagen auch neue Möglichkeiten für ökologischere Verpackungen.

Unsere italienischen Dessertgesellschaften haben in der Berichtsperiode ihre gesamte Becher-Range analysiert. Mit der anschliessenden Harmonisierung der Becherformate und der Reduktion von neun auf fünf Typen können jährlich rund 61 Tonnen Kunststoff und 72 Tonnen Kartonage eingespart werden.

Bei unseren Kinder-Glacen in der Schweiz haben wir uns bewusst gegen die teilweise nach wie vor beliebten Kunststofffiguren-Becher entschieden und auf einfache, dafür ökologische Kartonbecher umgestellt. Zusammen mit weiteren Verpackungsoptimierungen wurden im Rahmen dieses Projekts rund 43 Tonnen Kunststoff und 43 Tonnen Kartonage eingespart.

Durch den Ersatz von Kunststoffwickel («sleeves») durch Etiketten auf den in der Schweiz vertriebenen Aktifit-Minidrinks und einen reduzierten Umkarton lassen sich jährlich 50 Tonnen Kunststoff und 20 Tonnen Karton einsparen.

## Den optimalen Kunststoff wählen

Die Wahl des optimalen Materials ist nicht trivial. Vor einigen Jahren hatten wir in der Schweiz primär in Anlagen investiert, die sich für die Befüllung von HDPE-Flaschen eignen. Mittlerweile sehen wir PET als bessere Lösung, da PET gegenüber HDPE denselben oder einen leicht besseren Umweltfussabdruck aufweist und im Schweizer Rezykliersystem einen geschlossenen Materialkreislauf ermöglicht.

Im Rahmen des ordentlichen Erneuerungsprozesses konnten wir an unserem grössten Schweizer Standort in Ostermündigen eine alte Anlage durch eine neue PET-Anlage ersetzen. Dadurch sparen wir Kunststoff ein und können eine neue, kreislauffähige Verpackung anbieten. Mit dem neuen Verpackungskonzept werden gemäss unseren Berechnungen jährlich rund 110 Tonnen Kunststoff eingespart. Zudem ermöglicht der neue, dichtere Drehverschluss den Verzicht auf eine zusätzliche Aluminiumplatte. Die Flaschen können neu auch direkt am Abfüllstandort selbst aufgeblasen werden, wodurch sich Transportvolumen und damit verbundene LKW-Transporte deutlich reduzieren.

## Verpackungen<sup>1</sup>

### Verpackungsmaterialien Schweiz

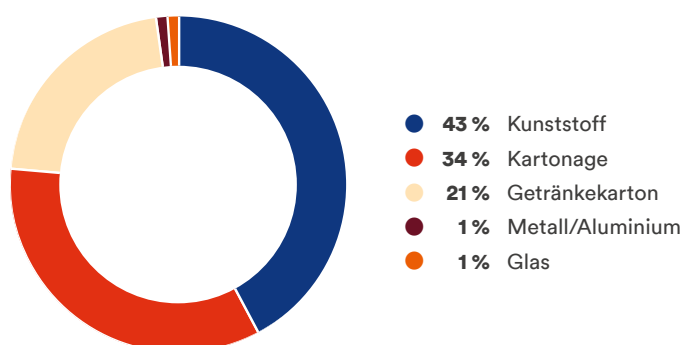
		2021	2022	Δ
Kunststoff	t	10'892	11'163	2 %
Kartonage	t	8'354	8'968	7 %
Metall/Aluminium	t	271	303	12 %
Glas	t	260	238	-8 %
Getränkekarton	t	5'787	5'626	-3 %
<b>Total</b>	<b>t</b>	<b>25'564</b>	<b>26'298</b>	<b>3 %</b>

<sup>1</sup> Derzeit nur Division Schweiz verfügbar.

### Anteil recycelbarer Wertstoffanteil<sup>1</sup>

		2021	2022	Δ
Kunststoff	t	4'901	5'023	2 %
Kartonage	t	7'936	8'519	7 %
Glas	t	260	238	-8 %

<sup>1</sup> Nach [RecyClass](#) und [Deutschem Mindeststandard](#).



**Verwendung von recyceltem Kunststoff: 4 % im Jahr 2022 (2021: 0.73 %)**



## Wasserverbrauch reduzieren

**Das Thema «Wasser» umfasst für uns sowohl die Wassernutzung als auch die Wasserverschmutzung, direkt durch uns sowie in der vor- und nachgelagerten Wertschöpfungskette. Im Kontext der Landwirtschaft sind der Wasserverbrauch und die Wasserverschmutzung bei der Herstellung pflanzlicher und tierischer Rohstoffe relevant. In unseren eigenen Betrieben sind primär der Frischwasserverbrauch und anfallendes Abwasser von Bedeutung.**

Wir sehen uns in der Verantwortung, Wasser in unseren eigenen Betrieben und entlang unserer Wertschöpfungskette umsichtig einzusetzen und die negativen Auswirkungen auf die Wasserverfügbarkeit und -qualität zu minimieren. Prioritäres Ziel ist es, unsere Wasserrisiken zu verstehen und Strategien zu entwickeln, um unseren Wasserverbrauch und die Auswirkungen auf die lokalen Wassersysteme in allen unseren Betrieben zu reduzieren.

[3-3](#) | [303-1](#) | [303-2](#)

### Managementansatz

Wasserknappheit und extreme Wetterereignisse wie Dürren und Überschwemmungen betreffen zunehmend mehr Regionen auf der Erde und zählen gemäss dem Weltwirtschaftsforum zu den grössten Risiken in Zukunft. Die Lebensmittelproduktion gilt dabei als die wasserintensivste Aktivität auf der Erde und ist gemäss dem WWF verantwortlich für die Entnahme von rund 70 % allen genutzten Süsswassers. Zugleich verändert der Klimawandel die regionale und saisonale Wasserverfügbarkeit. Dies bringt bedeutende Risiken für unser Geschäftsmodell mit sich. Denn Wasser ist für uns eine essenzielle Ressource. Wasser kommt als Zutat, für Prozesse und zur Sicherstellung von Qualität und Hygiene in den Betrieben von Emmi zum Einsatz. Im Kontext der Produktion landwirtschaftlicher Rohstoffe beeinflusst die Wasserverfügbarkeit sowohl die Milchproduktion als auch den Anbau, die Verfügbarkeit und den Preis pflanzlicher Rohstoffe.

Aufgrund der bedeutenden Risiken für unser Geschäftsmodell und der grossen Auswirkungen der Milchwirtschaft zählt Wasser seit 2021 zu den Fokusthemen unseres Nachhaltigkeitsengagements. Wir haben uns zu diesem Thema ambitionierte Ziele gesetzt. Zudem aktualisieren wir die regionalen Prioritäten regelmässig auf Basis des «Water Risk Filter» des WWF. Der Steuerungsausschuss Nachhaltigkeit überprüft die Fortschritte und den Stand der Zielerreichung. Für die operative Umsetzung sind die Divisionen und ihre lokalen Gesellschaften verantwortlich. Das Fokusthema-Team Wasser mit Mitgliedern aus Standorten der ganzen Welt unterstützt sie dabei.

### Fokus auf die eigenen Betriebe

Der grösste Teil unseres Wasser-Fussabdrucks entsteht beim Anbau der landwirtschaftlichen Rohstoffe. Für unsere Risikorohstoffe haben wir, unter anderen mit Unterstützung unseres Partners WWF, ein Umsetzungskonzept erarbeitet. Derzeit arbeiten wir an der Festlegung von Basiswerten für den Wasserverbrauch speziell in der Milchproduktion. Anschliessend möchten wir gemeinsam mit unseren Lieferanten eine Vorgehensweise definieren, um bis 2027 erste Reduktionen des Wasserverbrauchs erreichen zu können und längerfristige Ziele zu definieren. Die Aspekte der Wasserauswirkungen der Milchproduktion sind Element unseres umfassenden Nachhaltigkeitsansatzes rund um unseren wichtigsten Rohstoff Milch.

[↳ «Nachhaltige Milchwirtschaft» auf Seite 22](#)

Wir fokussieren in dieser ersten Phase der strategischen Bewirtschaftung dieses neuen Fokus-themas jedoch klar auf unseren eigenen Umgang mit Wasser in den Betrieben. Hier haben wir den grössten Einfluss und können rasch zählbare Fortschritte erzielen. Für die Definition unserer Ziele zur Senkung des Wasserverbrauchs in den eigenen Betrieben orientierten wir uns an den Zielen anderer Unternehmen der Branche. Entsprechend haben wir auch unsere Zielsetzung bis 2027 formuliert:

- Reduktion unseres gesamten Wasserverbrauchs um 15 %

Weil uns bewusst ist, dass die Auswirkungen unserer Produktionstätigkeiten auf das Wasser je nach Land sehr unterschiedlich sind, haben wir uns für einen Impact-basierten Ansatz entschieden. Um unsere Wasserrisikogebiete zu identifizieren, haben wir 2019 auf alle unsere Produktionsstandorte den «WWF Water Risk Filter» angewendet. Dieser analysiert anhand von zwölf Kriterien die Wasserrisiken an einem spezifischen Standort. Gemäss dieser Analyse befinden sich unsere Produktionsbetriebe in Tunesien, Kalifornien, Mexiko und ein Werk in Chile in Wasserrisikogebieten. Dort sehen wir uns in der Pflicht, noch rascher unsere negativen Auswirkungen auf das Wasser zu reduzieren und haben die Zielsetzung für die Betriebe in diesen Regionen deshalb höher angesetzt:

- Reduktion unseres direkten Wasserverbrauchs in Wasserrisikogebieten um 50 %

Welche Gebiete als Gebiete mit Wasserrisiken gelten, überprüfen wir alle zwei Jahre.

### **Frischwasserbezug und Abwasserbelastung minimieren**

Für das Wassermanagement in unseren Produktionsstätten sehen wir zwei Hauptziele: Erstens soll der Frischwasserverbrauch – insbesondere in wasserarmen Gebieten – minimiert werden. Zweitens legen wir ein Augenmerk auf das Abwasser, auf dessen Belastung mit Abfallstoffen und auf die Menge. Beide Stossrichtungen tragen zur Reduktion unserer Auswirkungen auf die wichtige Ressource Wasser bei.

Für beide Massnahmenswerpunkte haben wir über die letzten 15 Jahre professionellen Abwassermanagements in unseren Schweizer Betrieben bewährte, global multiplizierbare Ansätze entwickelt. Um den Frischwasserverbrauch zu reduzieren, setzen wir auf Mehrfachnutzung. Auch eine Optimierung der Reinigungsprozesse kann den Frischwasserverbrauch spürbar verringern. An Risikostandorten wird zudem intensiver an der Wasseraufbereitung gearbeitet, um Wasser möglichst lange im Kreislauf zu halten und so den Frischwasserbezug abermals zu minimieren.

### **Standortübergreifender Wissensaustausch**

Unabhängig von der Thematik sind Optimierungsmassnahmen, die sich an verschiedenen Standorten umsetzen lassen, besonders wertvoll. Um dieses Multiplikationspotenzial auszunützen, tauschen sich unsere internen Wasserexperten regelmässig aus. Einerseits wurde dafür auf globaler Stufe eine Arbeitsgruppe zum Fokusthema Wasser etabliert. Hinzu kommen länderspezifische Austauschformate, wie beispielsweise die CIP-Expertengruppe («cleaning in place») in der Schweiz, die vier Mal jährlich Wissen über die Anlagenreinigung mit Wasser austauscht.

## Systematische Datenerfassung

Zentrale Daten unseres Wassermanagements sind der Frischwasserverbrauch, die Abwassermenge und der chemische Sauerstoffbedarf (CSB) zur Bestimmung und Kontrolle der Abwasserqualität. In der Schweiz rapportieren wir diese Daten seit 2008, in unseren Betrieben ausserhalb der Schweiz seit 2019. Daraus und basierend auf den nationalen und lokalen Gesetzen und Richtlinien werden standortspezifische Massnahmen abgeleitet. Deren Wirksamkeit überprüfen wir über unsere Kennzahlenplattform. Vierteljährlich erfolgen eine Beurteilung und eine Steuerung.

## Fortschritte, Massnahmen und Entwicklungen 2021/2022

In der Berichtsperiode sind der absolute wie auch der relative Wasserverbrauch durch Hinzufügen unserer neuen Produktionsstandorte in Brasilien zum Scope angestiegen. Die Werke in Brasilien haben mit Milchpulver und Käse Produkte im Portfolio, die pro Tonne verkaufsfähige Ware einen deutlich höheren Wasserverbrauch ausweisen. Zudem sind im Jahr 2022 fast weltweit unsere Produktionsmengen rückläufig, was ebenfalls zu einem Anstieg der relativen Werte führt. In den Risikogebieten ist das noch eine Reduktion um 1% im Vergleich zum Basisjahr 2019 und in den Nichtrisikogebieten ein Anstieg um 7% gegenüber dem Basisjahr.

### Optimierung Reinigungsprozess in Ostermündigen

Ostermündigen ist unser grösster Produktionsstandort in der Schweiz. Nachdem am Standort Ostermündigen bereits 2020 durch die Optimierung des Reinigungsprozesses rund 6'700 m<sup>3</sup> Wasser jährlich eingespart werden konnten, wurde 2021 durch weitere Optimierungen der Wasserverbrauch um zusätzliche 16'500 m<sup>3</sup> pro Jahr reduziert. Diese Verbesserung wurde dank einer Optimierung bei den Zwischenspülungen realisiert. Diese Massnahme bedurfte keinerlei Investition und kann auf andere Standorte übertragen werden.

### Lácteos de Navarra kombiniert bewährte Wassersparinstrumente

Dank umfassender Spar- und Optimierungsmassnahmen gelang es unserer spanischen Tochtergesellschaft, ihren Wasserverbrauch im Werk in Pamplona im Vergleich zum Basisjahr 2019 um rund 31% zu senken. Hierfür wurden Massnahmen auf verschiedenen Ebenen umgesetzt. Von einfacheren Reparaturarbeiten über optimierte Prozesse bis hin zu Kommunikations- und Sensibilisierungsmassnahmen. Dabei bedienten sich die Verantwortlichen verschiedener im Gesamtunternehmen bewährter Instrumente, wie beispielsweise der Wasserwerkzeugkiste (z.B. Wasserlandkarte, Expertenpool, Best-Practice-Beispiele) und «Gemba Sprints<sup>5</sup>».

<sup>5</sup> Zeitlich kompakte Optimierungsanalyse direkt in der Produktion (Gemba = japanisch Ort des Geschehens).

### Emmi Roth USA: Als Team Wasser sparen und Erfolgserlebnisse generieren

Der US-amerikanische Spezialitätenkäsehersteller Emmi Roth, der in Wisconsin drei Produktionsstandorte – in Platteville, Monroe und Seymour – betreibt, konnte seinen Wasserverbrauch zwischen 2020 und 2022 um insgesamt 43% (gegenüber 2019) reduzieren. Dies gelang dank eines durchdachten, auf den Einbezug aller Mitarbeitenden fokussierten Vorgehens. So wurden in einem ersten Schritt zusätzliche Messgeräte installiert, um zuverlässige Informationen über den

Umfang und den Ort des Wasserverbrauchs erhalten zu können. Anschliessend wurden an allen drei Standorten Teams zusammengestellt, die für die Wassersparmassnahmen verantwortlich sind. Die in den letzten drei Jahren umgesetzten Massnahmen reichen von einfachen Leitungsreparaturen bis zur Einführung eines neuen Prozesses, der die Rückgewinnung von Millionen Litern Wasser ermöglicht.

[↪ Mehr erfahren über das Wassersparprojekt](#)

## Weitere GRI-Angaben

### **303** Wasser und Abwasser<sup>1</sup>

#### **303-3** Wasserentnahme<sup>2</sup>

		2019	2020	2021	2022	Δ
Total Wasserentnahme	m <sup>3</sup>	5'883'918 <sup>5</sup>	5'919'105 <sup>5</sup>	7'308'195	7'229'862	-1.1 %
Intensitätsrate pro t Produkt <sup>4</sup>	m <sup>3</sup> /t	5.10	4.93	5.14	5.38	4.7 %

#### **Wasserentnahme in Risikogebieten<sup>3</sup>**

		2019	2020	2021	2022	Δ
Total Wasserentnahme in Risikogebieten <sup>3</sup>	m <sup>3</sup>	944'400	1'012'060	1'162'783	1'094'183	-5.9 %
Intensitätsrate pro t Produkt <sup>4</sup>	m <sup>3</sup> /t	4.17	3.96	4.03	4.12	2.2 %

#### **Wasserentnahme in Nicht-Risikogebieten**

		2019	2020	2021	2022	Δ
Total Wasserentnahme in Nicht-Risikogebieten	m <sup>3</sup>	4'939'518	4'907'045	6'145'412	6'135'679	-0.2 %
Intensitätsrate pro t Produkt <sup>4</sup>	m <sup>3</sup> /t	5.32	5.19	5.42	5.70	5.1 %

<sup>1</sup> Die Berechnungsgrundlage ist auf Seite 85 bei GRI 2-2 zu finden.

<sup>2</sup> Wasser bezogen von der jeweiligen staatlichen Wasserversorgung oder aus eigenen Brunnen.

<sup>3</sup> Wassergefährdete Gebiete mit hohem Wasserstress: Mahdia, Turlock, Petaluma, Sebastopol, Mexiko-Stadt und Calera de Tango.

<sup>4</sup> Produkt = verkaufsfähige Ware.

<sup>5</sup> Anpassungen aufgrund neuer Datengrundlage.

# Wesentliche Themen

## Wirtschaftliche Leistung

**Unter «wirtschaftlicher Leistung» verstehen wir die Schaffung von Wert im gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Kontext. Als relevant erachten wir aus der Nachhaltigkeitsperspektive nicht nur unsere Ziele zu Wachstum, Profitabilität und Rentabilität, sondern auch die Art und Weise, wie wir diese unternehmerischen Ziele verfolgen und welche Auswirkungen für unsere Anspruchsgruppen resultieren. Die wirtschaftliche Leistung umfasst auch die indirekten wirtschaftlichen Auswirkungen, beispielsweise über unser Beschaffungswesen, die von uns geleisteten Steuerzahlungen oder die Einkommen unserer Mitarbeitenden.**

Wir wollen wirtschaftlich langfristig erfolgreich sein und unsere Geschäftstätigkeiten umwelt- und sozialverträglich gestalten. Dafür streben wir eine finanziell solide Basis an. Diese ermöglicht es uns, unser Geschäft nachhaltig weiterzuentwickeln und eine verlässliche Partnerin für alle unsere Anspruchsgruppen zu sein.

### **3-3 Managementansatz**

Unser wirtschaftlicher Erfolg basiert auf einer fokussierten und bewährten Unternehmensstrategie. Während wir unsere Führungsposition auf dem Schweizer Heimmarkt weiter stärken, forcieren wir gleichzeitig unser internationales Wachstum. Beides tun wir durch eine stetige Optimierung unseres Marken-, Produkt- und Unternehmensportfolios. Wir setzen dabei insbesondere auf Innovationen und starke Markenkonzeppte. Um in nachhaltiges Wachstum und Innovationen investieren zu können, setzen wir zudem gruppenweit auf ein konsequentes Kostenmanagement.

[↳ Mehr erfahren über Emmi](#)

## Ausgewogene Diversifikationsstrategie

Unsere bewährte Unternehmensstrategie setzt im Kern auf ein sehr bewusstes Mass an Diversifikation hinsichtlich unserer Präsenzen und Portfolios:

- Führend in der Schweiz
- Stark aufgestellt in wachsenden internationalen Märkten
- Innovative Vorreiterin in ausgewählten Nischen

Während wir unsere Führungsposition auf dem Schweizer Heimmarkt stärken wollen, forcieren wir gleichzeitig unser internationales Wachstum. Wir setzen den Schwerpunkt auf die Stärkung unserer Position in jenen Märkten, in die wir in den letzten Jahren eingetreten oder in denen wir stark gewachsen sind. Besonderen Fokus legen wir ausserdem auf Nischen, in denen wir bereits über führende Marktpositionen verfügen oder diese anstreben. Wir streben langfristig profitables Wachstum sowie Mehrwert für alle unsere Anspruchsgruppen an.

Für den wirtschaftlichen Erfolg setzen wir uns kurz- und mittelfristige Ziele. Diese beinhalten Bandbreiten für die organische Umsatzentwicklung in unseren Divisionen und für die Gruppe als Ganzes und eine Bandbreite für das operative Ergebnis (EBIT) sowie die Reingewinnmarge aus Gruppensicht. Weitere wichtige Zielsetzungen im Zusammenhang mit dem wirtschaftlichen Erfolg bestehen bezüglich der Rentabilität auf dem investierten Kapital.

### Mittelfristige Prognosen

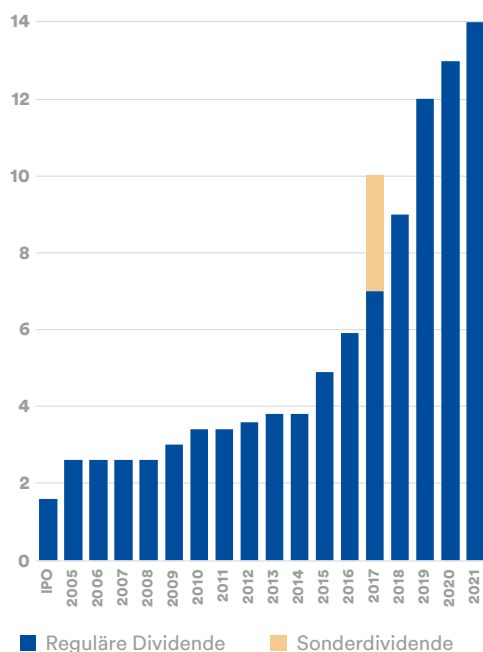
- Organisches Umsatzwachstum Gruppe: 2 % bis 3 %
- Organisches Umsatzwachstum Division Schweiz: 0 % bis 1 %
- Organisches Umsatzwachstum Division Americas: 4 % bis 6 %
- Organisches Umsatzwachstum Division Europa: 1 % bis 3 %
- Reingewinnmarge: 5.5 % bis 6.0 %
- Kapitalrendite (ROIC): Trend zur Verbesserung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

Für unsere Investoren schaffen wir Wert auf zweierlei Stufen: Einerseits widerspiegelt sich unser langjähriger wirtschaftlicher Erfolg in einer kontinuierlichen Steigerung des Aktienkurses. Andererseits streben wir eine stetige Dividendenpolitik an mit einer Ausschüttungsquote zwischen 35 % und 45 %.

Eine wichtige Kennzahl bildet der ROIC (Return on Invested Capital). Er zeigt, welche Rendite auf dem investierten Kapital erwirtschaftet wird. Seit 2022 kommunizieren wir das Ziel einer kontinuierlichen Verbesserung des ROIC gegenüber unseren Anspruchsgruppen.

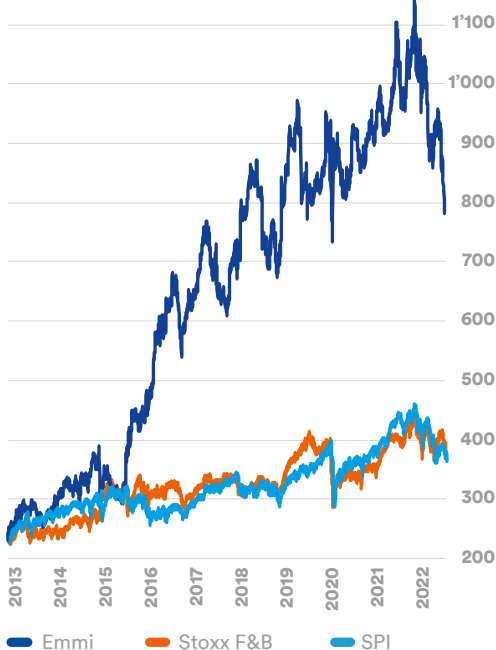
### Dividende reflektiert starkes Gewinnwachstum

Dividende pro Aktie in CHF



### Aktienkurs schlägt Markt deutlich

Indizes umgerechnet auf Emmi Aktienkurs



Unsere Kapitalallokationsstrategie zur Sicherstellung einer starken Bilanz basiert nicht nur auf Investitionen ins Anlagevermögen (CAPEX), sondern stützt sich auch auf Mergers-and-Acquisitions-Tätigkeiten (M&A). Bei CAPEX-Investitionen sind die Renditen auf dem investierten Kapital und das strategische Wachstum zentral. Mit M&A streben wir eine Stärkung oder den Ausbau unserer Marktposition in strategisch relevanten Nischen an.

In der Berichterstattungsperiode wurde ein neues, die strategische und finanzielle Steuerung integrierendes Modell eingeführt. Dank internationaler Expansion und Wachstum in attraktiven Nischen – beispielsweise gekühlte Premium-Desserts – erzielten wir Fortschritte in der Portfolio-transformation und -diversifikation. Mit der Einführung eines neuen CAPEX-Management-Prozesses beabsichtigen wir, unsere Investitionsprozesse zukünftig weiter zu optimieren. Beispielsweise stellen wir einen Rahmen – bestehend aus Schlüsselprinzipien, Richtlinien, Prozessen, Werkzeugen und Vorlagen – zur Verfügung, um ein besseres Management aller CAPEX-Aspekte auf lokaler und auf Konzernstufe zu ermöglichen.



#### **Starke Bilanz**

Tiefer Nettoverschuldungsgrad  
Hohe Cash Conversion Ratio



#### **Disziplinierte Investitionstätigkeit**

«Marktplatz»-Konzept mit Schwerpunkt auf  
strategischem Wachstum und Rendite auf dem  
investierten Kapital



#### **Strategische M&A-Tätigkeit**

Ausbau und Stärkung unserer bestehenden  
Positionen vor allem entlang unserer  
Fokusplattformen

## **203-2**

### **Beitrag an die Gesamtwirtschaft**

Die gesamtwirtschaftliche Bedeutung der globalen Milchwirtschaft ist immens. Weltweit werden jährlich gut 930 Millionen Tonnen Milch produziert. Damit verbunden sind zahlreiche Arbeitsplätze in der Landwirtschaft und in der verarbeitenden Industrie. Allein die grössten 20 Milchverarbeiter der Welt erwirtschaften zusammen einen Umsatz von rund CHF 200 Milliarden.

Mit über CHF 4 Milliarden Umsatz sind unsere Auswirkungen auf die Gesamtwirtschaft zwar wenig bedeutend. In unserem direkten Umfeld – für unsere Mitarbeitenden, für unsere Milchlieferanten, für unsere Aktionäre und für die Standortgemeinden – ist unser finanzieller Beitrag hingegen durchaus relevant.

Wir wenden pro Jahr über eine halbe Milliarde Schweizer Franken für Personal auf, beschaffen Waren und Dienstleistungen im Wert von über CHF 3 Milliarden, bezahlen knapp CHF 40 Millionen an Ertragssteuern und schütten über CHF 75 Millionen als Dividenden an unsere Aktionäre aus. Wobei ein wesentlicher Teil der Dividende an unseren Hauptaktionär (ZMP) geht, welcher diese wiederum an über 2'800 Milchlieferanten ausschüttet, wodurch sie an Bauernfamilien im ländlichen Raum geht.

In diesen Werten, die wir für unser direktes Umfeld generieren, sehen wir die eigentliche Existenzberechtigung unseres Unternehmens.

## **Fortschritte, Massnahmen und Entwicklungen 2021/2022**

Detaillierte Informationen zum Geschäftsgang 2021 und 2022 sind folgenden Publikationen zu entnehmen:

### **Weiterführende Informationen zum Geschäftsjahr 2022**

[↳ Geschäftsbericht 2022](#)

[↳ Jahresergebnis-Medienmitteilung vom 01.03.2023](#)

[↳ Umsatz-Medienmitteilung vom 25.01.2023](#)

[↳ IR-Präsentation zum Geschäftsjahr 2022](#)

### **Weiterführende Informationen zum Geschäftsjahr 2021**

[↳ Geschäftsbericht 2021](#)

[↳ Jahresergebnis-Medienmitteilung vom 04.03.2022](#)

[↳ Umsatz-Medienmitteilung vom 26.01.2022](#)

[↳ IR-Präsentation zum Geschäftsjahr 2021](#)



## Verantwortungsvolle Beschaffung

**Unter «nachhaltiger Beschaffung» verstehen wir die Berücksichtigung ökologischer und sozialer Aspekte entlang der Produktions- und Lieferkette der von uns beschafften Rohstoffe<sup>1</sup>, Halbfabrikate und Verpackungen.**

Durch unsere Beschaffungspolitik möchten wir die unseren eigenen Aktivitäten vorgelagerten Auswirkungen auf Umwelt und Menschen positiv beeinflussen. Hierfür berücksichtigen wir soziale und ökologische Kriterien bei der Auswahl von Rohstoffen, Verpackungen oder Halbfabrikaten. Die Achtung der Menschenrechte sowie der Ausschluss von Kinderarbeit sind dabei unverhandelbar – wesentliches Thema [↪ «Governance» auf Seite 78](#). Wir sehen aber auch unser eigenes Verhalten als Bestandteil verantwortungsvoller Beschaffung. So ist uns viel an einem integren Umgang mit unseren Lieferanten gelegen.

<sup>1</sup> Die Milchbeschaffung wird im Fokusthema [↪ «Nachhaltige Milchwirtschaft» auf Seite 22](#) thematisiert.

### **3-3 Managementansatz**

Die Beschaffung ist aus unserer Sicht ein zentrales Element unseres Nachhaltigkeitsengagements. Einerseits, weil in den unseren eigenen Aktivitäten vorgelagerten Stufen unserer Wertschöpfungskette die bedeutendsten Auswirkungen auf Umwelt und Menschen entstehen. Andererseits, weil die Beschaffung bedeutenden Einfluss auf unseren wirtschaftlichen Erfolg hat.

Wir beschaffen jährlich Waren im Umfang von über 2.6 Milliarden Franken. Wichtigster Posten sind Milch und Milchprodukte – Fokusthema [↪ «Nachhaltige Milchwirtschaft» auf Seite 22](#). Weitere wichtige landwirtschaftliche Waren sind Rohstoffe wie Zucker und Früchte sowie verschiedene Halbfabrikate. Hinzu kommen Verpackungen, Logistikdienstleistungen und Energie.

#### **Duale Organisation**

Die strategischen Aspekte des Supply-Chain-Managements werden auf Konzernstufe geregelt. Dies erlaubt die zentrale Steuerung besonders wichtiger Elemente der Lieferkette und optimiert dadurch die gesamte Wertschöpfungskette in Bezug auf Service, Qualität, Compliance und Kosten. Um eine optimale Abstimmung mit den Divisionen zu erreichen, werden die Ziele in enger Abstimmung mit der Divisionsleitung gesetzt. Dabei werden lokale Voraussetzungen und Prioritäten der Gesellschaften berücksichtigt.

Die Lieferketten der Gruppengesellschaften sind generell auf Länderebene organisiert, die Verantwortung obliegt den jeweiligen Geschäftsführern.

## **Gruppenweit gültiger Verhaltenskodex für Lieferanten («Supplier Code of Conduct»)**

### **Verantwortungsvolles Beschaffungsmanagement umfasst bei Emmi fünf Aspekte:**

- Lieferantenbewertung und -überwachung
- Entwicklung von Lieferanten
- Kriterien bei der strategischen Beschaffung
- Interne Strukturen und Prozesse
- Transparenz und Rückverfolgbarkeit

Zentraler Punkt für eine verantwortungsvolle Beschaffung ist das gemeinsame Verständnis unserer Verantwortung, die wir über unsere Beschaffung wahrzunehmen haben. Zu diesem Zweck haben wir 2022 eine konzernweite Richtlinie für nachhaltige Beschaffung erarbeitet. Sie ergänzt die 2020 in Kraft gesetzte konzernweite Beschaffungsrichtlinie, welche bereits ethische, soziale und ökologische Vorgaben enthält, wie beispielsweise den Grundsatz, dass Gesetze eingehalten und Rechte respektiert werden. Zudem werden Themen wie Moral, Fairness, Verlässlichkeit, Diskretion und Vermeidung von Interessenkonflikten in der Zusammenarbeit mit Lieferanten adressiert. Die Richtlinie für nachhaltige Beschaffung beschreibt Standards und Vorgehensweisen für den operativen und strategischen Einkauf. Dies umfasst beispielsweise Verhaltensvorgaben für Lieferanten.

### **Verhaltensvorgaben für Lieferanten**

Gute, vertrauensvolle Beziehungen zu unseren Lieferanten sind sehr wichtig für uns. Gerade beim Aspekt einer nachhaltigen, umweltschonenden Produktion der Rohstoffe ist eine gute Kommunikation und Zusammenarbeit mit den Lieferanten unerlässlich. Ein Instrument, um unsere Erwartungen in Sachen Nachhaltigkeit gegenüber unseren Lieferanten zu kommunizieren, ist der 2022 eingeführte Verhaltenskodex für Lieferanten. Er deckt Nachhaltigkeit ganzheitlich ab und umfasst Richtlinien für ethisches Verhalten, faire Arbeitsbedingungen, Gesundheit, Sicherheit und Umwelt, Produktqualität, Governance sowie Managementsysteme.

Unser Ziel ist es, dass nebst allen neuen Lieferanten auch unsere bestehenden Lieferanten den Verhaltenskodex für Lieferanten anerkennen und Massnahmen zur Optimierung der eigenen Nachhaltigkeit vorantreiben. Hierzu setzt sich jede Gesellschaft ein jährliches Ziel. Zudem führen wir jährlich ein sogenanntes «Supply Chain Mapping» durch, bei welchem Lieferanten – in Übereinstimmung mit den neuen rechtlichen Bestimmungen in der Schweiz – auf Grundlage ihres Herkunftslandes bezüglich ihres Risikos von Kinderarbeit beurteilt werden.

Neue Lieferanten müssen den Verhaltenskodex für Lieferanten in jedem Fall anerkennen sowie spezifische Angaben zu verschiedenen Standards in den Kategorien Qualität, Umwelt und Soziales machen. Zusätzlich müssen sie eine Rahmenvereinbarung und allgemeine Anforderungen für Rohmaterial beziehungsweise Verpackungen schriftlich akzeptieren.

Den Entscheid und die Freigabe für die Aufnahme neuer Lieferanten trifft ein funktionsübergreifendes Team, das aus Mitgliedern des Einkaufs- und Supplier-Quality-Managements (SQM) besteht. Ob und welche ökologischen und sozialen Kriterien bei der Entscheidung eine Rolle spielen, wird von der Nachhaltigkeitsabteilung definiert. Künftig möchten wir dafür materialgruppenübergreifende Grundlagen schaffen, um die gesetzten Nachhaltigkeitsziele systematischer in den Entscheidungsprozessen zu berücksichtigen.

Im Falle eines identifizierten Verstosses gegen den Emmi Verhaltenskodex für Lieferanten entscheidet ein internes Gremium – bestehend aus Vertretern von Einkauf, Nachhaltigkeit, Qualität und Recht – über das weitere Vorgehen. Dabei liegt die Priorität in der Regel auf einer gezielten Lieferantenentwicklung, um die aktuelle Situation beim Lieferanten zu verbessern. Bei anhaltenden Schwierigkeiten respektive fehlender Kooperationsbereitschaft des Lieferanten wird ein Abbruch der Geschäftsbeziehung in Erwägung gezogen.

## **Landwirtschaftliche Rohstoffe im Fokus**

In unserer Wertschöpfungskette entstehen die bedeutendsten Auswirkungen auf Umwelt und Menschen durch die in unseren Produkten verarbeiteten Rohstoffe. Neben dem Fokusthema [«Nachhaltige Milchwirtschaft» auf Seite 22](#) legen wir bei den milchfremden Rohstoffen ein besonderes Augenmerk auf Kaffee, Schokolade (beziehungsweise Kakao), Nüsse, Früchte und Zucker. Um diese Rohstoffe hinsichtlich ihres Einflusses auf die Nachhaltigkeit unserer Produkte zu bewerten, werden spezifische Beurteilungskriterien entwickelt. Auf Basis dieser Kriterien wird eine Guideline für die Beschaffung entwickelt, womit ein Lieferant einheitlich auch hinsichtlich der Nachhaltigkeit beurteilt werden kann. Eine Herausforderung stellt dabei die Abwägung einzelner Nachhaltigkeitskriterien gegeneinander dar. Priorität besitzt die einwandfreie Produktequalität. Nachrangig ist beispielsweise abzuwägen, ob ein kurzer Transportweg oder ein tiefer Wasserverbrauch stärker zu gewichten ist. Hier verfolgen wir einen fallspezifischen Ansatz, bei dem wir stark die lokalen Gegebenheiten beachten.

Bei milchfremden Rohstoffen, welche aufgrund von fehlendem lokalem Angebot aus Übersee oder Fernost importiert werden müssen, besteht ein gewisses Risiko für nicht unseren Anforderungen entsprechende Arbeitsbedingungen, Wasserverschwendung oder Beeinträchtigung der Biodiversität. Aus diesem Grund werden in Ergänzung zum Verhaltenskodex für Lieferanten nach Bedarf relevante Qualitätslabels als zwingende Voraussetzung definiert.

## **Fortschritte, Massnahmen und Entwicklungen 2021/2022**

### **Mehrwert durch Swissness**

Hafer ist eine beliebte Milchalternative. Ein Grossteil der entsprechenden Produkte wird im Ausland oder in der Schweiz aus importiertem Hafer hergestellt. Um uns gegenüber unseren Wettbewerbern zu differenzieren und uns für lokale Wertschöpfung und kurze Transportwege zu engagieren, setzen wir für die haferbasierten veganen Drinks und Jogurtalternativen der Marke Beleaf auf Schweizer Hafer.

## Weitere GRI-Angaben

### **308-1**

#### **Neue Lieferanten anhand von Umweltkriterien überprüft**

Potenzielle Neulieferanten müssen eine Selbstdeklaration betreffend Umweltmanagement und Umweltrisiken ausfüllen. Unser Nachhaltigkeitsteam wertet die Antworten aus und erstellt eine Risikobeurteilung. Bei kritischen Rohstoffen oder Regionen wird geprüft, ob die Angaben mit den Erkenntnissen von Nichtregierungsorganisationen übereinstimmen. Unklarheiten oder Unstimmigkeiten werden im Gespräch mit den potenziellen Lieferanten geklärt. Bei Bedarf wird am Produktionsstandort der Lieferanten ein Audit mit Experten durchgeführt.

In der Division Schweiz wurde die dokumentbasierte Selbstdeklaration Anfang 2022 in ein sogenanntes Lieferantenportal integriert, bei welchem die Lieferanten diverse Angaben machen und Nachweise wie z. B. Zertifizierungen erbringen müssen. Im Rahmen des Lieferanten-Qualifizierungsprozesses sind unsere Lieferanten angehalten, Angaben zu ihrem Nachhaltigkeitsengagement offenzulegen.

Für das Jahr 2022 ergibt sich für die migrierten und neu aufgenommenen Lieferanten von Emmi in der Schweiz das folgende Bild:

- 26 erfolgreiche Qualifikationen
- 59 laufende Registrationen (noch nicht qualifiziert)
- 19 offene Einladungen (noch nicht registriert)

Für die Divisionen Americas und Europa liegen aktuell noch keine umfassenden Daten zur Selbstdeklaration der Lieferanten vor.

### **414-1**

#### **Neue Lieferanten anhand von sozialen Kriterien überprüft**

Der Prozess gestaltet sich identisch wie jener zur Umweltbewertung. Potenzielle Neulieferanten müssen im Rahmen einer Selbstdeklaration beschreiben, wie sie sicherstellen, dass das Arbeitsrecht eingehalten wird, und welche Massnahmen bei einer allfälligen Verletzung eingeleitet werden.

## Produktqualität

**«Produktqualität» ist für uns das Resultat zahlreicher Massnahmen entlang unserer gesamten Wertschöpfungskette. Sie beginnt bei der Auswahl geeigneter, hochwertiger, sicherer und nachhaltig produzierter Rohstoffe. Hinzu kommen die Auswahl und Beschaffung der geeigneten Verpackungen. Bei der Verarbeitung dieser Rohstoffe befolgen wir die Grundsätze guter Herstellpraxis, erfüllen die strengen Anforderungen verschiedener Qualitätsstandards und gewährleisten so jederzeit die Sicherheit unserer Lebensmittel. Darüber hinaus werden sämtliche gesetzlichen und regulatorischen Anforderungen eingehalten und die Anforderungen unserer Kunden sind ebenso integriert.**

Emmi hat sich über Jahrzehnte den Ruf einer Herstellerin von genussvollen, sicheren sowie hochwertigen Qualitätsprodukten erarbeitet. Um die damit einhergehenden Erwartungen der Konsumentinnen und Konsumenten zu erfüllen und die entsprechende Marktposition verteidigen und ausbauen zu können, setzen wir auf höchste Produktqualität.

### 3-3 Managementansatz

Das Vertrauen der Konsumentinnen und Konsumenten in die Sicherheit unserer Marken und Produkte ist für uns die Grundlage für eine erfolgreiche Geschäftstätigkeit. Unzulängliche Produktqualität und damit verbundene Beanstandungen oder Rückrufe schaden unserem Ruf als Herstellerin von sicheren, hochwertigen und genussvollen Qualitätsprodukten. Entsprechend wichtig ist für uns das Lebensmittelsicherheits- und Qualitätsmanagement.

Es steht deshalb an erster Stelle unseres gruppenweiten [Verhaltenskodex](#) und ist in unseren Unternehmenspolitiken verankert.

### Steuerung auf Gruppenstufe

Es ist uns wichtig, dass unsere Mitarbeitenden auf der ganzen Welt ein einheitliches Verständnis von Qualität und deren Bedeutung für unseren langfristigen Unternehmenserfolg besitzen. Zentrales Instrument dabei ist unsere Qualitätsstrategie. Diese wird nach lokalen Prioritäten umgesetzt. Hierfür wurden in den wichtigsten Gesellschaften sogenannte «GAP-Analysen» (Reifegradanalysen der Qualitätsmanagementsysteme) durchgeführt, um weiteres Verbesserungspotenzial bei Schwerpunktthemen zu erkennen und daraus gewünschte Zielzustände zu formulieren. Daraus wurden Einzelmassnahmen zur Verbesserung entwickelt, deren Umsetzung dann lokal vorangetrieben wird.

Die Verantwortung für das globale Qualitätsmanagement ist in einer zentralen Gruppenfunktion verankert. Diese dient der Koordination, Unterstützung und Ergänzung der Länderorganisationen.

### 416-1 Fehlerkosten und Beanstandungsquote als zentrale Indikatoren

Wir messen unsere Ziele und Ansprüche im Bereich Produktqualität mit zahlreichen Indikatoren. Die wichtigsten Kennzahlen sind Fehlerkosten (COPQ = cost of poor quality) sowie die Beanstandungsquote (CPMU = complaints per million units).

An den meisten Standorten werden die COPQ nach standardisierten Kriterien erfasst, anschliessend Ursachen ergründet und abschliessend Verbesserungsmassnahmen erarbeitet. Mit der Etablierung dieser Kennzahl und des Prozesses im Umgang mit Fehlerkosten konnten ein hohes Fehlerkostenbewusstsein und entsprechende Fortschritte erreicht werden.

Beanstandungen seitens Konsumenten und Kunden werden in den jeweiligen lokalen Gesellschaften erfasst und in der Gesamtanzahl sowie als CPMU dargestellt. Ebenso wie bei den Fehlerkosten hat sich global der Umgang mit Beanstandungen professionalisiert.

### **Durchgängige Qualitätsmanagementzertifizierungen**

Die Lebensmittelsicherheit bei Emmi basiert global auf dem HACCP-Konzept (Hazard Analysis Critical Control Points) – einer Methodik bestehend aus Gefahrenanalyse, Risikobewertung und Risikosteuerung bei der Lebensmittelherstellung sowie bei Distribution und Logistik. Diese Methodik wird auch für die Freigabe neuer Prozessanlagen und Verfahren angewendet.

Die Zertifizierungen der Qualitätsmanagementsysteme unserer Standorte richten sich unter anderem nach individuellen Marktanforderungen. So können unterschiedliche, von der GFSI (Global Food Safety Initiative) anerkannte Standards zur Anwendung kommen. In den allermeisten Fällen ist dies der FSSC 22000 (Food Safety System Certification) sowie der IFS-Standard (International Featured Standards). Darüber hinaus sind die Qualitätsmanagementsysteme (QMS) an manchen Standorten auch nach allgemeinen ISO-Standards (International Organization for Standardisation) zertifiziert. So betreiben wir in der Schweiz zusätzlich zu dem im FSSC 22000 integrierten ISO 22000 noch ein nach den Grundsätzen der ISO 9001:2018 zertifiziertes QMS.

Unser Ziel ist die durchgängige Zertifizierung aller Produktionsbetriebe nach einem GFSI-Standard. Entsprechende Lücken werden wir mittelfristig schliessen.

## **Fortschritte, Massnahmen und Entwicklungen 2021/2022**

### **416-1**

#### **Lebensmittelsicherheitskultur extern evaluiert**

Global wird die Lebensmittelsicherheitskultur als «die gemeinsamen Werte, Überzeugungen und Normen, die die Einstellung und das Verhalten zur Lebensmittelsicherheit in und innerhalb einer Organisation beeinflussen» bezeichnet. Dieser Definition schliessen wir uns bei Emmi an.

Um die Lebensmittelsicherheitskultur bei unseren Mitarbeitenden zu verbessern, haben wir gemeinsam mit unserem Zertifizierungspartner SGS eine externe Evaluierung durchgeführt. Dabei wurden an unseren vier grössten Standorten insgesamt 370 Mitarbeitende (16 % der Mitarbeitenden in den Produktionsbetrieben in der Schweiz) mittels eines standardisierten Online-Fragebogens zu den Fokusbereichen Vision, Ermächtigung, Systeme und Vertrauen befragt. Die Ergebnisse helfen uns, gezielt weitere Massnahmen zur Verbesserung abzuleiten.

Die Zielvorgabe des Fragebogens der SGS liegt bei 80 % und wurde von den teilnehmenden Standorten mit Werten zwischen 81.6 % und 84.0 % übertroffen. Das Ergebnis zeigt, dass wir eine gut ausgeprägte Qualitätskultur etabliert haben. Dennoch konnten vor allem im Bereich Systeme einige Verbesserungen erkannt werden. Dazu werden nun entsprechende Massnahmen erarbeitet.

## «Food Safety Sprints» in allen Divisionen

Die Idee der «Food Safety Sprints» basiert auf den «Gemba Sprints», bei denen die Prozessabläufe und Materialien über einen längeren Zeitraum am Ort des Geschehens beobachtet werden. Dies ermöglicht eine detailliertere Beurteilung als bei einem internen Audit des gesamten Qualitätsmanagementsystems. «Sprint» bezieht sich hierbei auf eine fokussierte Aktion mit einem klaren Ziel in begrenztem Zeitrahmen.

Gemeinsam mit den lokalen Qualitätsmanagementteams führen funktionsübergreifende Fachexperten (Qualität, Technologie, Produktion/Technik) eine solche gemeinsame «Factory Inspection» während drei bis vier Tagen in den zentralen Produktionsprozessen durch. Der Fokus liegt dabei darauf, mögliche Gefahren für die Lebensmittelsicherheit zu identifizieren. Schwerpunktthemen bilden dabei die «klassischen» Gefahren für Lebensmittel, wie z. B. Fremdkörpereintrag, mikrobiologische, chemische oder auch allergene Kontaminationsquellen – durch den funktionsübergreifenden Blickwinkel des Teams werden so bestehende Prozesse breiter hinterfragt. Unmittelbar im Anschluss werden Aktionspläne für Verbesserungen entwickelt. Dieses Vorgehen führt nicht nur zu einer Verbesserung der Qualitätskultur, sondern motiviert auch zu allgemeinen, kontinuierlichen Verbesserungen. Solche Sprints wurden in der Berichtsperiode an allen europäischen Produktionsstandorten sowie bei Quillayes Surlat in Chile durchgeführt.

## Lebensmittelbetrug präventiv verhindern

Das Thema Lebensmittelbetrug («Food Fraud») ist eine Vorgabe der verschiedenen GFSI-Lebensmittelstandards, wie sie auch wir in fast allen Betrieben implementiert haben. Es wird erwartet, dass Inverkehrbringer von Lebensmitteln über ein System zum Schutz der Konsumentinnen und Konsumenten vor Betrug oder Verfälschung verfügen.

Unsere Risikoanalyse hat gezeigt, dass gerade durch die Folgen der Pandemie und der Disruption globaler Lieferketten wirtschaftliches Überleben vieler Betriebe gefährdet sein kann bzw. ist. Deshalb haben wir das bestehende Verfahren zur Risikobewertung von Rohstoffen hinsichtlich Lebensmittelbetrug angepasst. Primär zielt die Anpassung auf eine Vereinfachung des Verfahrens und globale Gleichschaltung.

## Harmonisierung des Pathogenmonitorings

Emmi überarbeitet das an den Standorten vorhandene Pathogenmonitoring und harmonisiert die für das Monitoring zugrunde gelegten Risikobewertungen und Auswertungen. Dies ist eine Massnahme zur weiteren Implementierung der 2019 entwickelten globalen Qualitätsstrategie, die bei den «GAP-Analysen» in den grössten Gesellschaften der Gruppe identifiziert wurde.

## Umgang mit gravierenden Qualitätsvorfällen trainieren

Milch ist ein natürlicher Rohstoff tierischen Ursprungs. Damit sind gewisse Risiken verbunden. Kleinere, für die Gesundheit der Konsumentinnen und Konsumenten unproblematische sowie geschmacklich nicht bemerkbare Qualitätsabweichungen kann es deswegen geben. Der Umgang mit solchen Vorfällen ist Routine. Im Gegensatz dazu kommt es bei unseren Produkten oder Verpackungen äusserst selten zu Qualitätsvorfällen, die Krisenpotenzial besitzen. Um für den Fall der Fälle gerüstet zu sein, haben wir im Rahmen unseres globalen Krisenmanagements die allgemeinen Prozesse und insbesondere das Verhalten bei möglichen Qualitätsvorfällen virtuell und an einigen Standorten auch vor Ort geschult. Insgesamt wurden im Berichtszeitraum insgesamt 27 Trainings bei 18 unserer Gesellschaften durchgeführt.

## Innovation

**Unter «Innovation» verstehen wir Neuerungen und Weiterentwicklungen in allen Bereichen des Unternehmens. Einerseits Neu- und Weiterentwicklungen von Produkten und Produktkonzepten sowie technologische Innovationen, insbesondere in der Produktion. Andererseits beinhaltet der Innovationsbegriff aber auch innovative Marketing- und Vertriebskonzepte, Prozessoptimierungen und IT-Verbesserungen jeglicher Art.**

Der technologische Fortschritt, der zunehmende Wettbewerb mit globalen und lokalen Mitbewerbern sowie die vielfältigen Bedürfnisse der Konsumentinnen und Konsumenten verlangen Innovation in verschiedenen Bereichen. Das macht die Innovationskraft zu einem zentralen Faktor für unseren langfristigen Erfolg. Wir streben deshalb eine hohe Innovationstätigkeit entlang unserer gesamten Wertschöpfungskette an. Unsere Unternehmensstruktur mit selbständig organisierten Tochtergesellschaften bietet die Möglichkeit, schnell auf relevante lokale Gegebenheiten und Trends zu reagieren. Gleichzeitig stellt dies auch eine gewisse Herausforderung dar, welcher wir pragmatisch begegnen, um Prozesse wo möglich einheitlich zu implementieren und Innovationen effizient und in mehreren Gesellschaften zu lancieren.

### 3-3 Managementansatz

«Wir entwickeln uns weiter» ist einer unserer langjährigen Unternehmenswerte. Das Streben nach Neuerungen und Weiterentwicklungen in allen Bereichen und in unterschiedlichsten Aspekten ist so bei allen Mitarbeitenden verankert und wird aktiv gefördert.

#### Innovative Konzepte und Produkte

Im Bereich der Produktinnovationen ist es für uns als Lebensmittelherstellerin entscheidend, kontinuierlich Neuheiten auf den Markt zu bringen, um unsere Kategorien weiter voranzutreiben. Bedürfnisse und Wünsche der Konsumentinnen und Konsumenten müssen wir früh erkennen, um neue Produkte mit einem Mehrwert für sie und einem daraus resultierenden Wettbewerbsvorteil in den Handel zu bringen. Dabei fokussieren wir auf identifizierte, ausgewählte, strategische Wachstumsfelder.

Innovationen treiben wir sowohl auf Konzernebene als auch in unseren Tochtergesellschaften voran. Ein zentrales Element des Innovationsmanagements ist der überarbeitete strategische Innovationsprozess, wobei bereits früh Nachhaltigkeit als Kriterium miteinbezogen wird. Der Prozess beinhaltet des Weiteren einen klaren Stufenplan bei der Innovationsentwicklung, unterstützt den internationalen Austausch hinsichtlich Neuerungen und deckt Synergien oder eine allfällige Doppelspurigkeit auf.

Wachstumsbereiche (sogenannte «growth fields»), die jährlich aktualisiert und kaskadiert werden, dienen als strategische Grundlage für neue Produktideen. Diese fliessen in unseren Innovations-trichter («innovation funnel») ein, welchen wir quartalsweise global sichten und bewerten. Im Rahmen des Innovationstrichters werden zuerst Innovationsideen priorisiert und anschliessend daraus konkrete Konzepte erarbeitet, Prototypen erstellt und «business cases» gerechnet. Die lokalen Managementteams prüfen ihre Innovationsprojekte laufend und die Konzernleitung hat eine Übersicht über den gesamten Funnel und die wichtigsten Projekte.



## **Innovationen bei Prozessen und Technologien**

In unserem umfassenden Verständnis ist Innovation in allen Bereichen und Prozessen anzustreben. Entsprechend sind weitere Innovationsaspekte in verschiedenen wesentlichen Themen zu finden:

[↳ Fokusthema «Treibhausgase reduzieren» auf Seite 27](#)

[↳ Fokusthema «Verschwendung vermeiden» auf Seite 40](#)

[↳ Wesentliches Thema «Digitalisierung» auf Seite 67](#)

## **Fortschritte, Massnahmen und Entwicklungen 2021/2022**

### **«Saubere» Rezeptur weitergedacht**

Seit 2013 ist in der Schweiz unser Emmi Jogurtpur – ein Jogurt aus lediglich drei Zutaten, ohne Zusatzstoffe – auf dem Markt. Der Erfolg auf dem kurzlebigen Markt für Frischprodukte belegt, dass die Konsumentinnen und Konsumenten natürliche Lebensmittel schätzen. Aus diesem Grund haben wir uns entschieden, bei den Sorten Mocca und Schokolade auf Rainforest-Alliance-zertifizierten Kaffee und Kakao zu setzen.

[↳ Mehr erfahren über Emmi Jogurtpur](#)

### **Innovativer Fermentierungsprozess für Hafer**

Vegane Milchalternativen auf der Basis von Hafer legten in den letzten Jahren deutlich an Beliebtheit zu. Die Entwicklung von Haferprodukten für unsere vegane Marke Beleaf ist deshalb einer unserer Innovationsschwerpunkte im Produktbereich. Nach ausgiebiger Entwicklung konnten wir im November 2022 unsere erste pflanzliche Halbhartkäsealternative auf den Markt bringen. Diese unterscheidet sich geschmacklich deutlich von anderen pflanzlichen Käsealternativen. So erzeugen wir durch den Einsatz veganer Bakterien eine Milchsäure und weitere Aromakomponenten, die an Käse erinnern. Zudem kommt das Produkt durch die Zugabe von Kichererbsen und Erbsen auf einen Proteingehalt von 5.5 %. Was die vegane Käsealternative von den Nährwerten her zu einem mit Käse vergleichbaren Nahrungsmittel macht.

[↳ Mehr erfahren über die vegane Käsealternative](#)

### **Kefir von Quillayes Surlat**

Unsere Tochtergesellschaft Quillayes Surlat in Chile spezialisiert sich auf die Herstellung von Produkten auf der Basis von Kefir und bietet Drinks in unterschiedlichen Geschmacksrichtungen an. Bei Kefir handelt es sich um ein vor mehreren Tausend Jahren im Kaukasusgebirge entwickeltes Nahrungsmittel aus fermentierter Milch. Kefir trägt zu einem gesunden Immunsystem bei und wirkt sich dank über 10 Milliarden aktiven Bakterien *L. casei* positiv auf das Verdauungssystem aus. Passend zu diesen gesundheitlichen Mehrwerten impliziert auch das Wort Kefir «fühle dich gesund».

[↳ Mehr erfahren über Kefir-Produkte](#)

### **Protein Drinks von Kaiku**

Weil dem Konsum von Protein gesundheitliche Vorteile zugeschrieben wird, steigt die Beliebtheit von Produkten, die sich durch einen besonders hohen Proteingehalt auszeichnen. Als Reaktion auf diesen Trend bietet Emmi eine grosse Variation an proteinreichen Produkten an. So stellt die spanische Tochtergesellschaft Kaiku Proteindrinks auf der Basis von hochwertigem Molkeprotein her. Die Drinks zeichnen sich durch 30 g Protein, neun essenzielle Aminosäuren und den Verzicht auf zugefügten Zucker aus. Aktuell sind die Geschmacksrichtungen Erdbeer-Vanille und Schokolade-Haselnuss erhältlich.

[↳ Mehr erfahren über Protein Drinks](#)

### **Weitere Beispiele aus der Berichtsperiode**

[↳ Fokusthema «Treibhausgase reduzieren» auf Seite 27](#)

[↳ Fokusthema «Verschwendung vermeiden» auf Seite 40](#)

[↳ Wesentliches Thema «Digitalisierung» auf Seite 67](#)

## Digitalisierung

**Unter Digitalisierung wird die Umstellung von analogen Prozessen und Dokumenten auf digitale Systeme verstanden. Entsprechende Abläufe kommen entlang unserer gesamten Wertschöpfungskette zum Einsatz, entsprechend umfassend ist unser Blick auf dieses Thema. Dabei haben wir stets Chancen (z. B. Effizienzsteigerung) und Risiken im Blick. Wichtige Aspekte in diesem Kontext sind für uns die Gewährleistung des Datenschutzes (z. B. Kundendaten) und die Betriebskontinuität (z. B. Cyberkriminalität).**

---

Die Digitalisierung verändert zwar nicht den Kern der Milchverarbeitung, jedoch werden relevante Prozesse innerhalb und ausserhalb unseres Unternehmens transformiert. Sie verändert sowohl innerbetriebliche Abläufe als auch den Umgang und den Kontakt mit unseren Anspruchsgruppen – insbesondere mit Geschäftspartnern sowie Konsumentinnen und Konsumenten. Auch für die Arbeit bei Emmi und unsere Unternehmenskultur bedeutet Digitalisierung Veränderung. Wir möchten die zahlreichen Chancen, welche die Digitalisierung uns bietet, bestmöglich nutzen. Jedoch sind wir uns der bedeutenden Investitionen, der Risiken und insbesondere des Anspruches an ein umsichtiges Veränderungsmanagement – insbesondere, wenn die Digitalisierung unsere Mitarbeitenden betrifft – bewusst. All diese Aspekte sind Grundlage unserer Digitalisierungsstrategie.

### **3-3 Managementansatz**

#### **Produktion und Logistik**

Wo es technisch möglich ist und Sinn macht, automatisieren wir in unseren Werken Produktionsschritte. Der zentrale Digitalisierungsschritt für unsere globale Produktion und Logistik ist die Einführung einer digitalen Unternehmensressourcenplanungs-Software (Enterprise-Resource-Planning, ERP). LeanERP wurde von einem internationalen Team von internen und externen Spezialisten erarbeitet, um Geschäftsprozesse zu verbessern und umfassend digital abzubilden. Die grösste Herausforderung bei der Entwicklung dieser schlanken Lösung stellte dabei die Heterogenität der Standorte hinsichtlich ihrer Anforderungen an ein ERP-System dar, weil sie ihre Geschäftsabläufe unterschiedlich ausgeprägt in Prozessen pflegen.

Durch eine intelligente Software kann Emmi die Warenströme optimieren. Wir synchronisieren die Warenbestände über verschiedene geografische Lagerorte mit der Produktion und definieren so den Produktionszeitpunkt und die Produktionsmenge optimal.

Die Integration von Abnehmern und Lieferanten in die Planung wird durch eine verbesserte Kommunikation zwischen Maschinen ermöglicht, was zu einem neuen Grad an Automatisierung und Effizienz führt. Über «Collaborative Planning, Forecasting and Replenishment» (CPFR) tauschen wir direkt mit den Handelspartnern Absatz- und Bestandsinformationen aus. So können wir starke Schwankungen – wie beispielsweise durch den pandemiebedingten Lockdown – schneller abgleichen und die Versorgung sicherstellen.

## **Marketing und Verkauf**

Mit modernster Marketing-Technologie sind wir in der Lage, unsere Prozesse zu vereinfachen und zu professionalisieren, beispielsweise «Consumer Journeys» – Prototypen des Konsumentenverhaltens. Diese können wir neu digital wesentlich umfassender und komplexer gestalten und mit automatisierten Prozessen managen. Erkenntnisse aus dieser Art digitalen Marketings fliessen auch in die Produktentwicklung ein. Zunehmend erarbeiten wir uns digitale Datenkompetenz in den Bereichen Produktentwicklung und Marktforschung. Weiterentwicklung streben wir in der sinnvollen Verknüpfung unserer digitalen Plattformen, in der bereichsübergreifenden Zusammenarbeit mit den neuen Marketingtechnologien sowie in der Stabilität dieser Technologien an.

## **Unternehmensentwicklung**

Dank stetem Investment in moderne, digitale Arbeitsinfrastruktur und die Ausbildung der Mitarbeitenden arbeiten wir effektiv und effizient zusammen. Wir setzen gruppenweit digitale Instrumente für die Kommunikation, den Informations- und Wissensaustausch und die Zusammenarbeit ein. Mittels E-Learning unterstützen wir unsere Mitarbeitenden, sich laufend in der digitalen Kommunikation und Zusammenarbeit weiterzuentwickeln. Zudem stehen ihnen ein zentrales «Help Center», persönliche Beratung und Hilfe zur Selbsthilfe zur Verfügung.

# **Fortschritte, Massnahmen und Entwicklungen 2021/2022**

## **Produktion und Logistik**

### **Echtzeitdaten der Produktion immer im Blick**

In den letzten zwei Jahren hat die Nutzung von Dashboards in der Produktion deutlich zugenommen. An unseren mittelgrossen bis grossen Standorten in der Schweiz haben wir in den letzten Jahren begonnen, digitale Dashboards mit Echtzeitdaten zur Produktion zu installieren. Diese lösen die bisherigen analogen Whiteboards ab, auf denen manuell die Zahlen zusammengetragen und Ausdrücke zu produktionsrelevanten Themen gesammelt wurden. Durch die Digitalisierung können beispielsweise Störzeiten schneller und dynamischer analysiert werden, was eine rasche Reaktion ermöglicht und die Produktion so kontinuierlich verbessert.

## **Marketing und Verkauf**

### **Website-Harmonisierung in der Schweiz und Europa**

Obwohl die Bedeutung von sozialen Medien für die Vermarktung von Konsumprodukten in den letzten Jahren stark gestiegen ist, besitzen andere Online-Kommunikationskanäle weiterhin eine Existenzberechtigung. Zwar unterscheiden sich Mediennutzung und Informationsverhalten der Konsumentinnen und Konsumenten je nach Land, dennoch: Websites sind für viele Märkte nach wie vor wichtig, um umfassende Informationen zu Unternehmen, Marken und Produkten bereitzustellen.

Wir wollen unseren Anspruchsgruppen zielgruppengerechte Informationen zur Verfügung stellen. Dieser Ansatz hat zu einer umfangreichen Landschaft an Websites geführt. Die Bewirtschaftung dieser Websites ist mit grossem Aufwand verbunden. Wir haben uns deshalb entschieden, Websites zu harmonisieren. Dabei liegt der Fokus auf den Websites unserer Marken. Durch die Migration dieser «Brand»-Websites auf ein zentrales Inhaltsverwaltungssystem (Content Management System, CMS) konnten wichtige Verbesserungen erreicht werden. Einerseits können wir nun die Einhaltung der Vorgaben der Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) zentral sicherstellen. Andererseits haben wir unsere eigenen Mitarbeitenden auf diesem einen CMS geschult, sodass die Betreuung der Websites nicht mehr durch verschiedene externe Agenturen erfolgen muss. Dadurch können bedeutende Einsparungen erzielt werden.

### **Social-Media-Insourcing**

Emmi Caffè Latte ist eine der wichtigsten Marken in unserer Unternehmensgruppe. Seit 2004 bieten wir darunter in der Schweiz und in weiteren sechs Ländern gekühlte Milchmodertränke und vegane Kaffee-Drinks an. Neben den direkten Produkteigenschaften ist bei dieser Marke auch das Marketing ein bedeutender Erfolgsfaktor. Wir setzen dabei auf eine Kombination aus internen und externen, globalen und lokalen Marketingfachkräften.

Nachdem wir in den letzten Jahren – aus Ressourcen- und Know-how-Gründen – externe Agenturen mit dem Social-Media- und Community-Management dieser Marke betraut hatten, haben wir entschieden, für die entsprechende Bewirtschaftung intern eine Stelle zu schaffen. Dies vermindert einerseits die Abhängigkeit gegenüber Agenturen und reduziert die Kosten. Andererseits können die produzierten Inhalte dank unserer globalen Marketingorganisation über die Länder hinweg verwendet werden.

### **Unternehmensentwicklung**

#### **Mitarbeitende ohne PC-Arbeitsplatz**

Unsere Belegschaft besteht in der Schweiz zu ca. zwei Dritteln aus Mitarbeitenden in der Produktion respektive in produktionsnahen Bereichen. Von diesen Mitarbeitenden verfügt rund ein Drittel über keinen persönlichen IT-Arbeitsplatz. Ohne einen Zugang zur digitalen Emmi Welt ist das insbesondere für administrative und kommunikative Arbeiten eine Herausforderung, da die Dienstleistungen für die Mitarbeitenden sowohl digital als auch analog angeboten werden. Aus diesem Grund können die Mitarbeitenden ohne PC-Arbeitsplatz in der Schweiz seit Herbst 2021 auf zentrale, digital zur Verfügung gestellte Informationen – beispielsweise im Intranet oder auf der internen HR-Plattform – zugreifen. Der Zugang wird über das private Mobiltelefon der Mitarbeitenden ermöglicht und ist mit einer Zwei-Faktor-Authentifizierung gesichert.

## **Umfassendes Cyber-Sicherheits-Programm in der Schweiz**

Die Digitalisierung bietet im Geschäftsmodell von Emmi zahlreiche Chancen, ist aber bei verschiedenen Themen mit bedeutenden Risiken verbunden. In der IT ist die Cyber-Sicherheit ein Fundament für die weitere Digitalisierung. Nur so können die digitalisierten Prozesse in einem gesicherten Umfeld ablaufen. Das «Emmi Cyber-Security-Programm» wurde 2020 nach einem externen Assessment lanciert und hat in den vergangenen Jahren den Reifegrad der Cyber-Sicherheit von Emmi in der Schweiz deutlich erhöht. In insgesamt 30 Projekten wurden vielschichtige Sicherheitsaspekte betrachtet und optimiert. Unter anderem wurde beispielsweise ein «Security Operation Center» angebunden, welches die IT von Emmi in Echtzeit überwacht und mögliche Angriffe frühzeitig erkennt.

## **Leistungsfähigeres und verbrauchsärmeres Rechenzentrum in der Schweiz**

2021 wurde im Rahmen eines «Hardware-Lifecycle-Projekts» eines der zwei Rechenzentren an einen neuen Standort verlegt. Im Rahmen dieses Umzugs verdoppelte sich die Leistung des Rechenzentrums. Gleichzeitig konnte der Stromverbrauch sogar leicht reduziert werden. Zudem werden seit dem Umzug durch grössere Eigenleistungen der Emmi IT Kosteneinsparungen erzielt.

## **Zentrales Produktinformations- und digitales Asset Management (PIM/DAM) in der Schweiz**

Emmi erarbeitete in der Berichtsperiode eine gemeinsame und für alle Mitarbeitenden in den entsprechenden Fachbereichen (z. B. Produktentwicklung, Marketing, Verkauf) zugängliche Datenplattform. Das Produktinformationsmanagement (PIM) und das Digital Asset Management (DAM) unterstützen dabei, alle Produktinformationen zentral zu verwalten und digitale Assets wie Bilder, Videos und Dokumente zu organisieren. Dies ermöglicht eine effiziente Nutzung und Verteilung der Daten und verbessert somit die Produktpräsentation und -vermarktung.

Nach dem Projektstart 2021 konnte die erste Phase des PIM/DAM-Projekts Ende 2022 abgeschlossen werden.

Durch die Digitalisierung wurden Prozesse durchgängig verbunden, was insbesondere zu einer deutlich reduzierten Fehlerquote in der Produktion führt.

## **Globale Cyber-Initiative**

Von Januar 2021 bis Oktober 2022 wurde die erste Phase der «Global Cyber Initiative» durchgeführt, an der 24 Tochtergesellschaften der Emmi Gruppe teilgenommen haben. Ziel waren eine signifikante Verbesserung der Cyber-Sicherheit und die Etablierung von Cyber-Sicherheitsstandards zum Ausbau der globalen Zusammenarbeit in der Emmi Gruppe. Auf Basis eines Assessments wurde der Ist-Zustand ermittelt und daraus wurden insgesamt 173 Projekte abgeleitet. Als flankierende Massnahme wurde ausserdem eine Cyber-Resilienz-Kampagne durchgeführt, um das Bewusstsein und die Fähigkeiten der Emmi Mitarbeitenden in diesem Bereich zu schulen. Es wurde auf die Gefahren von Cyber-Angriffen aufmerksam gemacht und es wurden Verhaltensregeln erläutert, wie man mit diesen Risiken umzugehen hat.

## Ernährung

**Im Kontext unseres Nachhaltigkeitsengagements verstehen wir unter dem Thema «Ernährung» unsere Verantwortung für die von uns beeinflussbaren Gesundheitsaspekte der Ernährung. Konkret umfasst dies die Sicherstellung einer einwandfreien Produktequalität und -sicherheit, unseren Beitrag an eine ausgewogene Ernährung durch die Nährwertzusammensetzung unserer Produkte, die gezielte Vermeidung von Zusatzstoffen sowie den Umgang mit Allergenen.**

Aktuelle Ernährungsvorlieben und -trends zu erkennen und aufzugreifen, ist zentral für unseren Geschäftserfolg. Bei der Entwicklung neuer Produkte und der Optimierung bestehender Rezepturen stehen die Bedürfnisse der Konsumentinnen und Konsumenten deshalb im Mittelpunkt. Dabei ist uns bewusst, dass wir mit unseren Produkten einen Einfluss auf eine gesunde Ernährung haben, wobei wir der Überzeugung sind, dass die Ernährung immer in den Kontext des individuellen Lebensstils eingeordnet werden muss. Wir sehen uns als Lebensmittelunternehmen deshalb in der Verantwortung, mit unseren Produkten, aber auch unserer Kommunikation gesunde Ernährung zu ermöglichen und zu fördern.

### **3-3 Managementansatz**

Immer mehr Menschen achten darauf, was sie essen und informieren sich über die Möglichkeiten einer ausgewogenen Ernährung. Die Nachfrage der Konsumentinnen und Konsumenten nach natürlichen, gesunden, regionalen und nachhaltigen Produkten steigt. An Beliebtheit gewinnen auch Produkte mit ernährungsphysiologischem Zusatznutzen – wie beispielsweise laktosefreie Milchprodukte, probiotische Joghurts oder High-Protein-Produkte. Auch pflanzenbasierte Milchalternativen werden immer häufiger nachgefragt.

#### **Länderspezifische Entwicklungsschwerpunkte**

Als Lebensmittelunternehmen sehen wir uns in der Verantwortung, diese Entwicklungen – soweit sie einen Beitrag zu einer gesunden Ernährung leisten – zu unterstützen. Unsere Produktentwicklung berücksichtigt deshalb sowohl bei der Entwicklung neuer Produkte als auch bei der Optimierung unserer bestehenden Sortimente die neusten ernährungswissenschaftlichen Erkenntnisse.

Je nach Land setzen wir im Bereich Ernährung andere Schwerpunkte, was insbesondere von den politischen Rahmenbedingungen der jeweiligen Länder abhängt. Während in einigen Ländern Fett- und Zuckersteuern (z. B. Grossbritannien) eingeführt werden, setzen andere auf freiwillige Selbstverpflichtungen von Branchen und Unternehmen (z. B. Schweiz).

In unserem wichtigsten Markt Schweiz wird die Produktentwicklung durch die Ernährungsstrategie des Bundes beeinflusst. Diese zielt darauf ab, allen Konsumenten eine gesunde, ausgewogene Ernährung zu ermöglichen, und fordert die Reduktion des Zucker-, Fett- und Salzgehalts in Lebensmitteln. Wir haben dieses Bestreben 2015 mit dem Unterschreiben der «Erklärung von Mailand» bekräftigt. Bis 2024 werden wir den zugesetzten Kristallzucker in unseren Produkten um 10 % senken. Bei bestehenden Produkten nehmen wir eine schrittweise Reduktion des Zuckergehalts vor, um die geschmackliche Veränderung für die Konsumentinnen und Konsumenten akzeptabel zu halten. Neuprodukte entwickeln wir bereits mit geringerem Zuckergehalt.

## **Transparente Kommunikation und Produktdeklaration**

Damit Konsumenten leichter gesunde Ernährungsentscheidungen treffen können, informieren wir transparent über die Zusammensetzung unserer Produkte. Wir bieten über verschiedene Kanäle aktuelle Informationen zu Ernährungsthemen. In der Schweiz verfügen wir gar über eine eigene Ernährungsberatungsstelle für Konsumentinnen und Konsumenten, Kunden und die breite Öffentlichkeit. Diese unterstützt auch interne Schulungen, Projekte und Produktentwicklungen.

Im Bewusstsein, dass ein Kaufentscheid am Regal rasch gefällt werden könnte, haben wir uns auch mit den Vor- und Nachteilen verschiedener Lebensmittelampeln und vergleichbarer Orientierungshilfen für die Konsumentinnen und Konsumenten befasst. Wir sind zum Schluss gekommen, dass alle bestehenden Modelle die Komplexität gesunder Ernährung nicht zielführend vereinfachen können. Wir haben uns deshalb gegen eine flächendeckende Einführung einer Lebensmittelampel oder eines ähnlichen Modells entschieden. Weitere Entwicklungen beobachten und analysieren wir laufend.

## **Auf dem neusten Stand dank Forschungsarbeiten und Mitgliedschaften in Verbänden**

Wir unterstützen diverse eigene und fremde Forschungsarbeiten zu den Themen Ernährung, Ernährungsweisen, alternative Proteine und Milchalternativen. Einen Teil dieser Arbeiten führen wir gemeinsam mit Hochschulen durch. In Europa – wo wir aufgrund unserer Grösse eine gewisse Bedeutung in der Ernährungsthematik besitzen – sind wir Mitglied in verschiedenen Kommissionen und Verbänden (z. B. Milchindustrieverband MIV, Forschungskreis der Ernährungsindustrie FEI, Föderation der Schweizerischen Nahrungsmittel-Industrien fial). Diese Institutionen organisieren und fördern sowohl länderspezifische als auch länderübergreifende Forschungsprojekte, insbesondere in Zusammenarbeit mit Hochschulen (z. B. ETH Zürich, Weihenstephan, Hohenheim) und akademischen Instituten (z. B. Robert Koch Institut RKI, Agroscope). In den meisten Fällen sind diese Projekte präkompetitiv und werden der gesamten Ernährungsbranche zugänglich gemacht.

## **Fortschritte, Massnahmen und Entwicklungen 2021/2022**

### **Pilotversuche mit Nährwertkennzeichnung Nutri-Score**

Wir haben uns bei Emmi dazu entschieden, mit unserem «Ready to Drink»-Kaffee Emmi Caffè Latte die Akzeptanz der Nährwertkennzeichnung Nutri-Score zu testen. Aktueller Stand unserer Erkenntnis ist, dass der auf der Verpackung gut sichtbare Nutri-Score bei diesen Produkten keinen signifikanten Einfluss auf das Konsumverhalten hat.

Eine Ausweitung von Nutri-Score auf weitere Produkte, insbesondere auf Käse, sehen wir aktuell kritisch. Die bestehende Berechnung lässt teilweise nur eine sehr geringe Differenzierung innerhalb einer Produktkategorie zu. Für die Konsumenten generiert er somit keinen klaren Nutzen. Diese Einschätzung haben wir den zuständigen Stellen gemeldet und Vorschläge zur Verbesserung eingebracht. Wir begrüssen, dass der Algorithmus des Nutri-Scores 2023 angepasst werden soll. Sobald bekannt, werden wir die Situation neu bewerten.


















## Schrittweise Zuckerreduktion fortgeführt

Wir haben uns in der «Erklärung von Mailand» zusammen mit anderen Lebensmittelherstellern unter der Regie des schweizerischen Bundesamts für Lebensmittelsicherheit und Veterinärwesen BLV dazu verpflichtet, bis 2024 den Zuckergehalt in unseren Jogurts (ggü. 2019), Quarks und Milchlischgetränken (ggü. 2021) um 10 % zu reduzieren. In der Zwischenbilanz bis Ende 2021 liegen wir gut im Plan und konnten bei Jogurts bereits eine Reduktion von rund 5 % realisieren. Für Quark und Milchlischgetränke (Erweiterung der Erklärung von Mailand Mitte Februar 2023) wurden für die ersten Produkte bereits Versuche durchgeführt und Potenziale identifiziert.

Bei Emmi Caffè Latte – unserem wichtigsten Markenprodukt – haben wir den zugesetzten Zucker über Jahre hinweg immer wieder angepasst und so bereits heute den Zielwert für 2024 erreicht. Zusätzlich haben wir unser Sortiment dieser Marke sowohl mit künstlich gesüßten als auch mit komplett ungezuckerten Varianten ergänzt.

## Emmi Produkte mit Zusatznutzen

										
	Emmi Caffè Latte	Emmi Energy Milk	Porto Alegre Zero Lac	Quillayes Surlat	Kaiku Begetal	Emmi Aktivfit	Onken	Beleaf	Green Valley	Emmi Benecol
	Schweiz Österreich UK Frankreich Belgien Spanien	Schweiz	Brasilien	Chile	Spanien	Schweiz	UK	Schweiz	USA	Schweiz
 Ungesüsst <sup>1</sup>	✓		✓			✓				
 Kein zugesetzter Zucker <sup>2</sup>	✓	✓	✓	✓		✓			✓	✓
 Laktosefrei	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	
 Glutenfrei	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
 High Protein		✓		✓						
 Fettarm		✓	✓			✓	✓			✓
 Zusätzlicher Benefit über Vitamine		✓				✓	✓			✓
 Cholesterinsenkend										✓
 Vegan					✓			✓		

<sup>1</sup> Keine zugesetzten Süßungsmittel.

<sup>2</sup> Kein zugesetzter Zucker zu bereits natürlichem Zucker aus Rohstoffen, wie beispielsweise Milch und Früchten.

Die Produkte sind stellvertretend für weitere Produkte mit Zusatznutzen aus allen Emmi Divisionen (Schweiz, Europa, Americas).

## Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

**Unter «Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz» verstehen wir im Kern alle Massnahmen, die dazu beitragen, dass unsere Mitarbeitenden Arbeitsbedingungen ohne Gefahren für die Gesundheit, Unfälle oder Verletzungen vorfinden. Gesundheitsschutz umfasst für uns Rahmenbedingungen, die eine Ausgewogenheit zwischen Beruf und Privatleben sicherstellen.**

---

Es ist unsere Verpflichtung, unseren Mitarbeitenden und den in unserem Auftrag arbeitenden Personen von Drittfirmen ein sicheres Arbeitsumfeld zu bieten. Eine gute und umfassende Gesundheits- und Sicherheitsorganisation hat zum Ziel, Menschen vor Schäden zu bewahren und die Funktionsfähigkeit des Unternehmens jederzeit zu gewährleisten.

[3-3](#) | [403-1](#) | [403-2](#)

### Managementansatz

Die Grundlagen für das Gesundheits- und Sicherheitsmanagement bei Emmi sind Gesetze, Verordnungen und privatrechtliche Vereinbarungen. Die Arbeitssicherheitsorganisation einzelner Standorte sowie die der gesamten Division Schweiz sind nach ISO 45001 ausgerichtet. Unser Gesundheits- und Sicherheitsmanagement und die damit verbundenen Präventionsmassnahmen basieren auf folgenden Prinzipien:

- Wir stellen die passive Sicherheit durch geeignete Konzeption, Design und Ausführung insbesondere von Infrastrukturen sicher.
- Wir legen Wert auf die aktive Sicherheit durch Handhabung und Kontrolle unserer Prozesse und Systeme.
- Wir fördern Verhaltensweise und Fähigkeit unserer Mitarbeitenden, gesund und sicher zu leben und zu arbeiten.
- Allen Mitarbeitenden steht ein Informations- und Mitspracherecht in allen Belangen der Arbeitssicherheit und des Gesundheitsschutzes zu.
- Alle Mitarbeitenden müssen die Weisungen und betrieblichen Regeln in Bezug auf ihre Gesundheit und Sicherheit befolgen.
- Die Mitarbeitenden haben Umstände oder Mängel, welche die Sicherheit oder Gesundheit beeinträchtigen, unmittelbar zu beheben oder zu melden.
- Wir sorgen vor, durch Information über bekannte Gefahren und aktives Üben.
- Für die Ereignisbewältigung haben wir Notfallorganisationen etabliert.
- Wir führen periodisch Risikoanalysen in allen relevanten Bereichen und zu allen relevanten Themen durch, um die möglichen Gefahrenpotenziale zu ermitteln und um zielgerichtete und ökonomisch vertretbare Vorsorge zu treffen.
- Durch geeignete präventive, aktive, passive und ereignisbewältigende Massnahmen schützen wir Leib und Leben von Mitarbeitenden und Drittpersonen an ihren Arbeitsplätzen und auf unseren Arealen.

## **Duale Organisation**

Das Gesundheits- und Sicherheitsmanagement ist für Emmi von strategischer Bedeutung. Entsprechend legt die Konzernleitung die Zielsetzung fest.

Das zentral auf Gruppenstufe angesiedelte Gesundheits- und Sicherheitsmanagement ist für die strategische Steuerung und die gruppenweite Koordination verantwortlich. Die Umsetzung der auf die definierten Schwerpunktthemen ausgerichteten Massnahmen erfolgt dezentral an den einzelnen Standorten.

Unser Gesundheits- und Sicherheitsmanagement bewirtschaftet ein umfangreiches Kennzahlensystem, um Verbesserungspotenziale zu identifizieren und die Wirksamkeit der getroffenen Massnahmen zu überprüfen. Das Sicherheitsmanagement wird kontinuierlich angepasst und verbessert. Vorfälle und Beinahe-Ereignisse werden analysiert. Der gruppenweite Wissenstransfer zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz wird mittels Sharepoint sichergestellt.

In der Division Schweiz werden die folgenden Tools im Gesundheits- und Sicherheitsmanagement als Unterstützung eingesetzt:

- SharePoint (EmmiNet/Intranet) vereinfacht das Sicherheits- und Umweltmanagement und beinhaltet Funktionalitäten für einen effizienten, sicheren und gezielten Umgang mit Notfällen und Krisen.
- In IQ Soft können Audits geplant und verfolgt werden. Zudem erlaubt das System, dass die Umsetzung von Massnahmen überprüft und Verbesserungsideen gesammelt werden.
- Im UKA, einer Software für Unfall, Krankheit und Absenzen, werden alle relevanten Daten über Unfälle und Krankheiten der Mitarbeitenden gesammelt und ausgewertet.

## **Fortschritte, Massnahmen und Entwicklungen 2021/2022**

### **BeSafe**

Das Projekt BeSafe sensibilisierte und stärkte das Bewusstsein für sicherheitsorientiertes Verhalten der Führungskräfte in ihrer Vorbildrolle, um ein nachhaltiges Reduzieren der Berufsunfälle zu ermöglichen. In diesem Rahmen wurde 2022 eine neue Schulung zu gesundheitsorientierter Führung für Führungskräfte konzipiert und durchgeführt. Diese Schulung soll in den kommenden Jahren auch an den Standorten ausserhalb der Schweiz angeboten werden.

### **Weniger Arbeitsunfälle bei Schoepfer dank Sicherheitstrainings**

Die im französischen Avignon ansässige Schoepfer ist auf die Konfektionierung von Käse spezialisiert und beschäftigt 95 Mitarbeitende. Die Mitarbeitenden portionieren und verpacken – oftmals in manueller Arbeit – Käse. 2022 wurden Sicherheitstrainings zur Förderung der Sicherheitskultur durchgeführt. Nebst Sensibilisierungsmassnahmen und spezifischen Schulungen optimierten Teams die Arbeitsplätze hinsichtlich Arbeitssicherheit. Täglich wurden Sicherheitsregeln kommuniziert und so bei den Mitarbeitenden in Erinnerung gerufen. Dank dieser Massnahmen konnte eine erfreuliche Senkung der Anzahl arbeitsbezogener Unfälle von acht im Jahr 2021 auf zwei im Jahr 2022 erreicht werden.

## **Arbeitsschutzmanagementsystem von tunesischer Centrale Laitière de Mahdia nach ISO 45001 zertifiziert**

Mit 865 Mitarbeitenden ist die tunesische Centrale Laitière de Mahdia einer der grössten Produktionsbetriebe von Emmi. Der Standort ist nach ISO 45001 und ISO 14001 zertifiziert. 2022 wurde ein kombiniertes System zur Identifikation und Analyse von Arbeitssicherheitsrisiken eingeführt. Damit lassen sich Ursachen für Arbeitsunfälle identifizieren. Begleitend wurden Schulungen für Mitarbeitende durchgeführt. Dadurch soll zukünftig die Absenzenrate reduziert und das Arbeitsumfeld sicherer gemacht werden.

## **Hürden zur Meldung von Beinaheunfällen abbauen**

Um Arbeitsunfälle zu vermeiden, ist eine der wichtigsten Massnahmen, Beinaheunfälle zu analysieren und daraus die richtigen Konsequenzen zu ziehen. Im eng getakteten Produktionsalltag erhält die Meldung solcher Vorfälle jedoch oft nicht die notwendige Aufmerksamkeit. An verschiedenen Standorten bieten wir den Mitarbeitenden die Möglichkeit, Beinaheunfälle ohne grossen Aufwand zu melden.

## **Weitere GRI-Angaben**

### **403-4 Mitarbeitendenbeteiligung, Konsultation und Kommunikation zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz**

Emmi evaluiert ihr Sicherheitsmanagement regelmässig mit Audits. In diesen werden Systeme, Verfahren, Prozesse und Produkte überprüft sowie die Erfüllung von Vorgaben und Nachweisen beurteilt. Die Audits sind Bestandteil unseres kontinuierlichen Verbesserungsprozesses und werden durch interne und externe Stellen durchgeführt.

### **403-5 Mitarbeitendenschulung zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz**

Mit dem Ziel der Gesundheitsförderung der Mitarbeitenden werden entsprechende Einführungsprogramme sowie gesetzlich vorgeschriebene Schulungen realisiert. Für besonders herausfordernde Tätigkeiten werden Auffrischkurse angeboten. Weitere Kurse und Trainings betreffen die Betriebssanität, Erste Hilfe, Evakuationstrainings oder Höhenarbeit. Ergänzend realisieren die einzelnen Standorte Trainings im Bereich der Gesundheitsförderung wie beispielsweise Schulungen zur gesundheitsorientierten Führung.

### **403-6 Förderung der Gesundheit der Mitarbeitenden**

Die Führungskräfte von Emmi werden durch verschiedene Excellent-Leadership-Programme zu einer gesundheitsorientierten Mitarbeitendenführung befähigt. Den Mitarbeitenden selbst werden diverse Lernmodule z. B. zur Stärkung der Resilienz oder zum Umgang mit Stress angeboten. Über regelmässige Publikationen werden die Mitarbeitenden zudem für gesundheitsrelevante Themen sensibilisiert. Ausserdem unterstützen wir regelmässig die Teilnahme an Sportaktivitäten wie z. B. Bike to Work, Laufveranstaltungen und Ähnliches.

**403-7****Vermeidung und Abmilderung von direkt mit Geschäftsbeziehungen verbundenen Auswirkungen auf die Arbeitssicherheit und den Gesundheitsschutz**

Im Rahmen der Lieferantenbewertung wird abgefragt, ob der Lieferant die Kriterien zur Arbeitssicherheit und Gesundheit erfüllt und seine Verantwortung diesbezüglich wahrnimmt. So kann das Risiko von Arbeitsbedingungen, welche die Arbeitssicherheit und den Gesundheitsschutz verletzen, möglichst reduziert werden. Zusätzlich werden unsere Lieferanten angehalten, den Verhaltenskodex für Lieferanten zu unterschreiben.

**403-8****Mitarbeitende, die von einem Managementsystem für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz abgedeckt sind<sup>1</sup>**

2022 waren 99 % der Mitarbeitenden von einem Managementsystem für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz abgedeckt (2021: 99 %).

<sup>1</sup> Ohne Gläserne Molkerei GmbH.

**403-9****Arbeitsbedingte Verletzungen<sup>1</sup>**

	2019	2020	2021	2022	Δ
Anzahl Todesfälle aufgrund arbeitsbedingter Verletzungen	0	0	1	0	-100 %
Rate der Todesfälle aufgrund arbeitsbedingter Verletzungen	0	0	0	0	0 %
Anzahl arbeitsbedingter Verletzungen mit schweren Folgen	2	2	0	0	0 %
Rate arbeitsbedingter Verletzungen mit schweren Folgen	0	0	0	0	0 %
Anzahl arbeitsbedingter Verletzungen gesamt (inkl. Verletzungen mit schweren Folgen)	311	233	327	340	4 %

**403-10****Arbeitsbedingte Erkrankungen<sup>1</sup>**

	2019	2020	2021	2022	Δ
Anzahl Todesfälle aufgrund arbeitsbedingter Erkrankungen	0	0	0	0	0 %
Rate der Todesfälle aufgrund arbeitsbedingter Erkrankungen	1	1	0	0	0 %

<sup>1</sup> Die Berechnungsgrundlage ist auf Seite 85 bei GRI 2-2 zu finden.

## Governance

**Unter «Governance» verstehen wir den Ordnungs- und Handlungsrahmen für die Oberleitung und Oberaufsicht der Emmi Gruppe. «Governance» impliziert Führungsstrukturen, Prozesse und Praktiken, die zu Fairness, Transparenz und Rechenschaft beitragen und eine Unternehmensführung im besten langfristigen Interesse von Emmi sicherstellen.**

Wir sind uns der Verantwortung bewusst, die mit der wachsenden Grösse unserer Unternehmensgruppe gegenüber all unseren Interessengruppen einhergeht – Mitarbeitenden, Landwirten, Lieferanten, Aktionären, Kunden, Konsumenten sowie dem lokalen Umfeld unserer Standorte.

Die Emmi Gruppe verpflichtet sich zu Offenheit und Transparenz in der Unternehmensführung. Unsere Corporate Governance orientiert sich an den Vorgaben der SIX Swiss Exchange sowie an der nationalen und internationalen «Best Practice». Ethisches und verantwortungsvolles Wirtschaften wird bei uns auf allen Stufen des Unternehmens gegen innen und gegen aussen gelebt.

### 3-3

## Managementansatz

### Unternehmensführung

Die Emmi Gruppe ist mit der Holdinggesellschaft Emmi AG an der Schweizer Börse SIX Swiss Exchange kotiert. Die Holdinggesellschaft der Emmi Gruppe ist eine Aktiengesellschaft nach schweizerischem Gesellschaftsrechts. Entsprechend ist die Generalversammlung der Aktionäre das höchste Organ der Emmi AG. Sie verantwortet im Kern die Statuten, die Wahl von Verwaltungsrat und Revisionsstelle, die Abnahme von Jahresbericht und Konzernrechnung sowie die Verwendung des Jahresgewinns und die Festsetzung der Dividende.

Dem Verwaltungsrat obliegen die Oberleitung der Gesellschaft und des Konzerns sowie die Überwachung der Geschäftsführung gemäss schweizerischem Obligationenrecht. Gestützt darauf berät und beschliesst er ausgewählte Sachgeschäfte. Sämtliche übrigen Bereiche der Geschäftsführung delegiert der Verwaltungsrat vollumfänglich an den Präsidenten des Verwaltungsrats sowie an CEO und Konzernleitung.

[↳ Corporate-Governance-Bericht](#)

### Interne Leit- und Richtlinien

Vertrauen ist das wichtigste Gut eines Unternehmens. Nachhaltig und breit schafft und erhält man Vertrauen, indem man mit verschiedenen Prinzipien und Regelungen eine ordnungsgemässe und verantwortungsvolle Unternehmensführung sicherstellt.

Verantwortungsvolle Unternehmensführung umfasst für Emmi den gewissenhaften Umgang mit Kunden, Mitarbeitenden, der Gesellschaft und weiteren Anspruchsgruppen, aber auch mit der Umwelt. Sie sind für die wirtschaftliche und nachhaltige Entwicklung des Unternehmens von hoher Bedeutung. Die internen Grundlagen dafür bilden die Statuten der Emmi AG und das Organisationsreglement.

[↳ Statuten der Emmi AG](#)

[↳ Organisationsreglement der Emmi AG](#)

Unsere Unternehmenswerte und damit verbundenen Handlungsrichtlinien sind in unserem Verhaltenskodex festgehalten. Dazu gehören neben der Einhaltung der Gesetze unser Qualitätsverständnis, unser Sicherheits- und Gesundheitsanspruch, unser Ansatz zur Schonung der Umwelt, faire Arbeitsbedingungen, Gleichstellung und Integrität. Der Verhaltenskodex gilt für alle Mitarbeitenden der Emmi Gruppe weltweit und ergänzt die jeweils gültigen allgemeinen Anstellungsbedingungen.

[↳ Verhaltenskodex Emmi Gruppe](#)

Als global agierendes Unternehmen anerkennen wir auch die uns mittels der UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte übertragene Verantwortung für die Menschenrechte. So setzen wir uns dafür ein, dass weder wir noch ein Teil unserer Lieferkette in Sklaverei oder Menschenhandel verwickelt sind und haben diese Bekenntnis in einer entsprechenden Erklärung festgehalten.

[↳ UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte](#)

[↳ Emmi Modern Slavery Act Statement](#)

## **Länderspezifische Governance**

Die Emmi Gruppe ist mit ihren Tochtergesellschaften in 14 Ländern aktiv. Die Anforderungen an die Governance von Emmi respektive der jeweiligen Gesellschaft variieren je nach Land. Unter Einhaltung unserer zentralen, gruppenweit gültigen Prinzipien und Regelungen (Statuten, Verhaltenskodex, «Modern Slavery Act») richten wir die Governance unserer Tochtergesellschaften auf die lokalen Gegebenheiten und Herausforderungen aus. Viele Richtlinien und Reglemente bestehen sowohl auf Gruppenebene als auch auf Länderebene. Auf operativer Stufe werden diese durch gruppenweit gültige Richtlinien – beispielsweise zu Qualitätsmanagement und Lebensmittelsicherheit, Sicherheit von Personen und Infrastruktur, Umwelt- und Nachhaltigkeit und zum Umgang mit Rohstoffen aus kritischen Herkunftsländern – umgesetzt.

## **Kontroll- und Beschwerdemechanismen**

Die Einhaltung von Gesetzen und Richtlinien wird über unser internes Kontrollsystem sowie mittels Durchführung von internen und externen Audits sichergestellt.

Aktionäre, die allein oder zusammen mindestens 0.5 % des Aktienkapitals vertreten, können die Traktandierung eines Verhandlungsgegenstands an der Generalversammlung verlangen. Alle anderen Aktionäre haben an der jährlichen Generalversammlung die Möglichkeit, sich ohne Voranmeldung zu einem Thema ihrer Wahl zu äussern und etwaige Beschwerden vorzubringen. Entsprechende Voten werden ordnungsgemäss protokolliert. Diese Protokolle sind öffentlich einsehbar.

[↳ Protokolle der Emmi Generalversammlungen](#)

Mitarbeitende und Lieferanten können Beschwerden über das Geschäftsgebaren anonym über die externe Whistleblowing-Plattform SpeakUp melden.

In der Schweiz bieten wir unseren Mitarbeitenden an Standorten mit über 50 Mitarbeitenden mit den Personalkommissionen respektive Betriebsräten eine vorgelagerte, erste Anlaufstelle. Diese Kommissionen setzen sich aus Arbeitnehmenden zusammen und werden durch die Belegschaft

für vier Jahre gewählt. Wir gewährleisten, dass den Mitgliedern wegen ihrer ordnungsgemässen Tätigkeiten, welche sie im Rahmen der betrieblichen Mitwirkung wahrnehmen, weder gekündigt wird noch andere Nachteile daraus erwachsen.

### **Einhaltung der Gesetze und Standards**

Emmi verlangt von allen Mitarbeitenden, dass sie sich bei ihrer Tätigkeit stets an die geltenden Gesetze und die Werte und Standards des Unternehmens halten.

Gegenüber unseren Auftragnehmenden haben wir eine Null-Toleranz gegenüber Sklaverei und Menschenhandel. Wir erwarten von ihnen, dass sie unsere Werte und Standards einhalten. Die Vertragsbedingungen behalten sich das Recht vor, die Beziehung zu beenden, wenn die Werte und Standards verletzt werden.

### **Rechtsstreitigkeiten**

Die Tochtergesellschaften von Emmi melden wesentliche Rechtsstreitigkeiten gegen Emmi dem zentralen Rechtsdienst, der dem Verwaltungsrat darüber Bericht erstattet. Sofern erforderlich, werden Rückstellungen gebildet.

## **Fortschritte, Massnahmen und Entwicklungen 2021/2022**

### **Entwicklung eines neuen Organisationsreglements**

Das Organisationsreglement wurde gestützt auf das schweizerische Obligationenrecht (OR) und unsere Statuten erlassen und ergänzt diese. Es regelt die Organisation, die Aufgaben und Kompetenzen der Organe und Funktionen der Emmi AG. Es ist wichtiger Leitfaden für den Verwaltungsrat und die Konzernleitung.

Regularien werden einmal jährlich im Verwaltungsrat geprüft und bestätigt, so auch das Organisationsreglement.

Die Neuerungen per 2023 sind massgeblich aufgrund des per Anfang 2023 in Kraft getretenen neuen Aktienrechts notwendig gewesen.

### **Steering 2.0**

Im Weiteren wurde mit Steering 2.0 ein neues, die strategische und finanzielle Steuerung integrierendes Modell eingeführt. Als Konsequenz dieses neuen Steuerungsmodells berät und beschliesst der Verwaltungsrat a) die finanziellen Ambitionen der Strategieperiode der Konzerngesellschaften und der Gruppe, b) das Zielregelsystem, auf dessen Basis die jährlichen Finanzziele bestimmt werden, c) die jährlichen Finanzziele der Konzerngesellschaften und der Gruppe sowie d) die Gesamtinvestitionssumme des Folgejahres.



## Community Engagement

**Unter «Community Engagement» verstehen wir einerseits Aktivitäten und Programme zugunsten lokaler Gemeinschaften im Umfeld unserer Standorte und andererseits die Unterstützung ausgewählter, mit unserem Kerngeschäft verbundener Organisationen.**

---

Als erfolgreiches Unternehmen, dessen Geschäftsmodell von grosser Nähe zu den Menschen und zur Gesellschaft geprägt wird, fühlen wir uns dem gesellschaftlichen Gemeinwohl verpflichtet und möchten auch sozialen Mehrwert schaffen. Mit unserem «Community Engagement» möchten wir primär die Lebens- und Wirtschaftsbereiche lokaler Gemeinschaften verbessern. Hinzu kommt die Unterstützung ausgewählter, mit unserem Kerngeschäft verbundener Organisationen.

### 3-3 Managementansatz

«Dairy business is a local business.» Diese Eigenheit unseres Geschäftsmodells widerspiegelt sich auch in unserem «Community Engagement». Dieses liegt gänzlich in der Verantwortung unserer Tochtergesellschaften und der einzelnen Standorte. Bewusst sollen sie ihr soziales Engagement auf ihr Umfeld ausrichten, dort sozialen Mehrwert schaffen und ihre zentralen Partnerschaften stärken. Ein weiterer positiver Nebeneffekt dieses Engagements soll auch die Positionierung von Emmi als verantwortungsvolle und breit engagierte Arbeitgeberin sein.

Unser «Community Engagement» beinhaltet in der Regel Unterstützung in der Form von Natural-spenden oder finanziellen Beiträge an kulturelle, sportliche oder gesellschaftliche Veranstaltungen sowie die Unterstützung lokaler Initiativen oder die gezielte Förderung von Projekten aus der und für die Belegschaft.

## Fortschritte, Massnahmen und Entwicklungen 2021/2022

### Verlängerung der Zusammenarbeit mit dem WWF

2021 verlängerten wir und der WWF die 2016 initiierte Partnerschaft um weitere drei Jahre. Basis dieser Zusammenarbeit bildet die gemeinsame Vision eines Ernährungssystems, das die ökologischen Grenzen der Erde respektiert. Der WWF unterstützt uns auch in Zukunft strategisch auf dem Weg zur Erreichung unserer Ziele in den Bereichen Klima und Energie, Food Waste und in der Verankerung einer nachhaltigeren Milchwirtschaft.

[↳ Mehr erfahren über die Verlängerung der Zusammenarbeit mit dem WWF](#)

## Aktiv Gutes tun

Die eingeschränkte Bewegungsfreiheit während der COVID-Pandemie machte vielen bewusst, wie wertvoll und wichtig regelmässige Bewegung ist. Ohne die gewohnte Gesellschaft die Motivation zur sportlichen Betätigung zu finden, fiel jedoch vielen schwer. Daraus erwuchs die «Let's move»-Kampagne. Emmi versprach, für jeden innert einem Monat zu Fuss oder mit dem Fahrrad zurückgelegten Kilometer 10 Rappen für einen guten Zweck zu spenden. Dieser Anreiz, mit Sport in erster Linie etwas für einen guten Zweck zu tun, traf den Nerv der Zeit. Ungefähr 1'200 Mitarbeitende in 13 Ländern legten während vier Wochen über 170'000 Kilometer zurück.

Die Spende über 21'121 Franken ging an die globale Kinderhilfsorganisation «Right To Play». Diese verfolgt den Ansatz, Spielen in all seinen Formen zu nutzen, um nachhaltige und aktive Lernerfahrungen sowohl innerhalb als auch ausserhalb des Klassenzimmers zu ermöglichen.

[↳ Mehr erfahren über «Right To Play»](#)

## Tag der guten Tat

Das Emmi Marketing Team Schweiz hat sich im Rahmen der Coop-Aktion «Tag der guten Tat» für Wildbienen und den Schutz grösserer, zusammenhängender Lebensräume sowie typischer Pflanzen und Tiergemeinschaften in der Schweiz engagiert. Dafür erstellten sie rund 70 Bienen-hotels, welche mittlerweile gut bewohnt sind.

[↳ Mehr erfahren über «Tag der guten Tat»](#)

## Spende an das SOS Kinderdorf

Emmi folgte der Initiative von Swisscom und SOS Kinderdorf Schweiz und sammelte Handys für Kinder in Not. Dabei kamen 218 Geräte zusammen. Mit einer zusätzlichen Spende von 1'000 Franken ermöglichen wir Kindern in Nicaragua rund 1'000 warme Mahlzeiten.

[↳ Mehr erfahren über «Swisscom Mobile Aid»](#)

## Hilfeleistungen für die Ukraine

2022 setzten wir uns direkt für Hilfeleistungen an die vom Krieg in der Ukraine betroffenen Menschen ein. So wurde beispielsweise im März 2022 aus der Schweiz heraus eine Hilfslieferung von rund 20'000 Litern Milch ins polnisch-ukrainische Grenzgebiet organisiert.

## Soziales Engagement in der Unternehmens-DNA

Die brasilianische Laticínios Porto Alegre ist eine der grössten Milchverarbeiterinnen in Minas Gerais, dem Bundesstaat mit der grössten Milchproduktion. Das Unternehmen ist nicht nur ein bedeutender Partner für die Milchbauern der Region, sondern mit rund 1'250 Beschäftigten und einem Umsatz von mehreren Hundert Millionen brasilianischen Real auch ein bedeutender Arbeitgeber und Wirtschaftsfaktor.

Laticínios Porto Alegre ist es wichtig, sozialen und ökologischen Mehrwert zu schaffen. Das Unternehmen sieht es als seine Pflicht an, sich nicht nur direkt für Nachhaltigkeit zu engagieren, sondern in seinem Umfeld auch Wissen darüber zu vermitteln. Das Unternehmen organisiert zu diesem Zweck unter anderem regelmässig Umweltwochen und unterstützt ein Umweltbildungszentrum in einem Naturschutzpark in der Stadt Ponte Nova finanziell.

[↳ Mehr erfahren über Laticínios Porto Alegre](#)

### **Engagement für Ernährungssicherheit armutsbetroffener Familien**

Bei Emmi Roth in den USA ist das «Giving & Caring Committee» für Aktivitäten mit gesellschaftlichem Mehrwert verantwortlich. Ein wichtiges Thema war dabei schon immer die Ernährungssicherheit, zu deren Sicherstellung sich das «Giving & Caring Committee» engagiert. Als Folge der Pandemie gibt es in den USA viele von Armut betroffene Familien, denen nicht ausreichend Grundnahrungsmittel zur Verfügung stehen. Zur Unterstützung dieser Familien spendete Emmi Roth 2021 rund 170 Tonnen Käse und 25'000 US-Dollar.

# Allgemeine Angaben

## Die Organisation und ihre Berichterstattungspraktiken

### 2-1 Organisationsprofil

- a) rechtlicher Name
- b) Rechtsform
- c) Ort der Unternehmenszentrale

[↳ Emmi Geschäftsbericht 2022: Corporate-Governance-Bericht > 1.1 Konzernstruktur](#)

- b) Art der Eigentumsverhältnisse

[↳ Emmi Geschäftsbericht 2022: Corporate-Governance-Bericht > 1.2 Bedeutende Aktionäre](#)

- d) Länder, in denen Emmi tätig ist

Emmi ist, gemessen an Umsatz und verarbeiteter Milchmenge, die grösste Milchverarbeiterin der Schweiz. Das Unternehmen geht auf den Milchverband Luzern (MVL) zurück, der 1907 von Milchbauern aus den Kantonen rund um Luzern gegründet worden war. Die Internationalisierung des Geschäftsmodells erfuhr verschiedene Entwicklungsschritte: der traditionelle Export von Schweizer Käse, ab den 1990er-Jahren ergänzt durch ein globales Netz an Lizenzpartnern, das aber ab den 2000er-Jahren durch die Beteiligung an respektive die Übernahme von Produktionsbetrieben abgelöst wurde.

Emmi vertreibt heute seine Produkte in rund 60 Ländern und stellt diese an rund 50 eigenen Produktionsstandorten in elf Ländern her. Mit mehr als 9'000 Mitarbeitenden, von denen rund 70 % ausserhalb der Schweiz tätig sind, erwirtschaftete die Emmi Gruppe 2022 einen Umsatz von CHF 4.2 Milliarden.

Eine Übersicht aller konsolidierten Gesellschaften sowie deren Sitze können dem Geschäftsbericht entnommen werden.

[↳ Emmi Geschäftsbericht 2022: Konzernrechnung Emmi Gruppe > 30. Übersicht über Konzerngesellschaften, assoziierte Gesellschaften und Gemeinschaftsorganisationen](#)

## **2-2 Entitäten, die in der Nachhaltigkeitsberichterstattung der Organisation berücksichtigt werden**

### **a) im Nachhaltigkeitsbericht enthaltene Entitäten**

### **b) Unterschiede zwischen den in der Finanzberichterstattung und im Nachhaltigkeitsbericht enthaltenen Entitäten**

Der Nachhaltigkeitsbericht umfasst grundsätzlich alle konsolidierten Gesellschaften. Ausnahmen sind in der nachstehenden Tabelle aufgeführt.

[↳ Emmi Geschäftsbericht 2022: Finanzbericht > Erläuterungen zur Konzernrechnung > 30. Übersicht über Konzerngesellschaften, assoziierte Gesellschaften und Gemeinschaftsorganisationen](#)

### **Konsolidierte Tochtergesellschaften, die nicht oder nur teilweise im Nachhaltigkeitsbericht enthalten sind**

Unternehmen	Bericht allgemein	Daten zu Abfall, Energie und Wasser	Daten zu Milchmengen	Daten zu Mit- arbeitenden
Chäshütte Zollikon	<b>x</b>	<b>x</b>	<b>nr</b>	<b>x</b>
Emmi Dessert USA	<b>x</b>	<b>x</b>	<b>nr</b>	<b>x</b>
Kaiku San Sebastián		<b>x</b>	<b>nr</b>	
Handelsgesellschaften		<b>nr</b>	<b>nr</b>	

Abkürzungen: **x** = nicht enthalten, **nr** = nicht relevant

## **2-3 Berichtszeitraum, Berichtshäufigkeit und Kontaktstelle**

### **a) Berichtszeitraum und Häufigkeit der Nachhaltigkeitsberichterstattung**

1. Januar 2021 bis 31. Dezember 2022

Emmi publiziert seit 2011 alle zwei Jahre einen Nachhaltigkeitsbericht.

### **b) Berichtszeitraum der Finanzberichterstattung und Begründung für Abweichung ggü. Nachhaltigkeitsberichterstattung**

Emmi publiziert jährlich einen umfassenden Geschäftsbericht.

Die im Nachhaltigkeitsbericht enthaltenen Informationen, insbesondere zu Strategie, Organisation und Managementansätzen, besitzen in der Regel mehrere Jahre Gültigkeit, weshalb Emmi alle zwei Jahre einen Nachhaltigkeitsbericht publiziert. Ergänzend informiert das Unternehmen laufend auf verschiedenen Kommunikationskanälen über aktuelle Massnahmen und Projekte rund um sein Nachhaltigkeitsengagement.

### **c) Veröffentlichungsdatum des vorliegenden Nachhaltigkeitsberichts**

5. Juni 2023

### **d) Kontaktstelle für Fragen zum Nachhaltigkeitsbericht**

[nachhaltigkeit@emmi.com](mailto:nachhaltigkeit@emmi.com)

## **2-4 Richtigstellung oder Neudarstellung von Informationen**

Abweichungen sowie Anpassungen aufgrund neuer Datenbasis sind an den jeweiligen Stellen gekennzeichnet.

## **2-5 Externe Prüfung**

Der Vergütungsbericht und die Konzernrechnung der Emmi AG werden durch die externe Revisionsstelle KPMG AG geprüft.

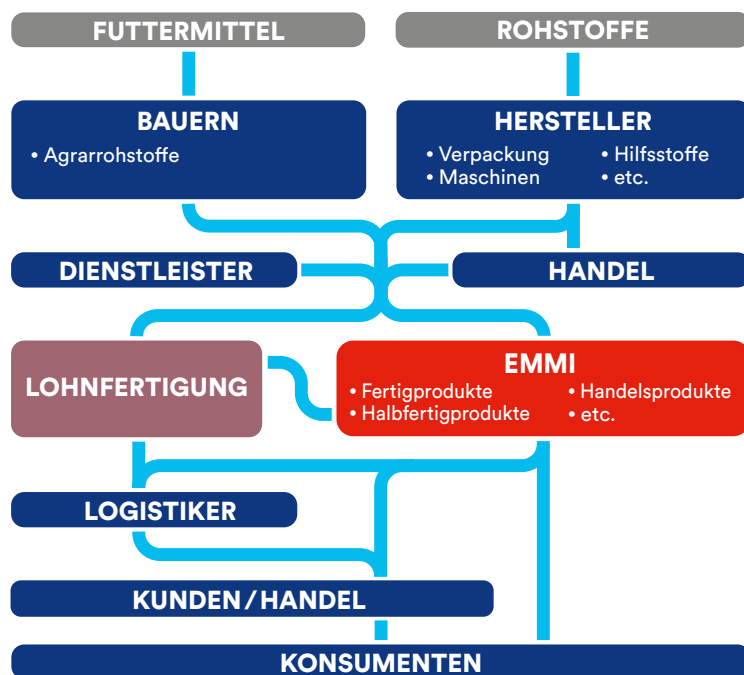
Die im Nachhaltigkeitsbericht publizierten Umweltzahlen zu [L» «Energie» auf Seite 35](#), [L» «Wasser und Abwasser» auf Seite 52](#), [L» «Abfall» auf Seite 42](#) und [L» «Lebensmittelverschwendung» auf Seite 44](#) wurden durch den Warenprüfkonzern SGS geprüft.

# Tätigkeiten und Mitarbeiter:innen

## 2-6 Aktivitäten, Wertschöpfungskette und andere Geschäftsbeziehungen

- Branche
- Wertschöpfungskette
- Relevante Geschäftsbeziehungen

Die Emmi Gruppe ist auf die Herstellung und den Vertrieb von Milchprodukten, Milchalternativen und milchnahen Lebensmitteln spezialisiert. Jede zur Emmi Gruppe zählende Gesellschaft zeichnet sich durch eine individuelle Wertschöpfungskette aus (siehe nachstehende Grafik).



## d) Wesentliche Änderungen ggü. vorheriger Berichtsperiode

Keine

## 2-7 Angestellte

Kennzahlen zu unseren Mitarbeitenden sind im Fokusthema [L » «Mitarbeitende entwickeln» auf Seite 17 bis 18](#) abgebildet.

## 2-8 Mitarbeiter:innen, die keine Angestellten sind

Es liegen derzeit keine umfassenden Informationen zu Mitarbeitenden, die keine Angestellten sind, vor. Die entsprechende Informations- und Datensammlung befindet sich im Aufbau.

# Unternehmensführung

## 2-9

### Führungsstruktur und Zusammensetzung

#### a) Führungsstruktur inkl. Ausschüsse des höchsten Kontrollorgans

#### b) Ausschüsse mit ESG-Aufgaben

Das höchste Kontrollorgan des Unternehmens ist der Verwaltungsrat. Dieser beauftragt die oder den CEO als Vorsitzende respektive Vorsitzenden der Konzernleitung mit der Führung des Unternehmens.

Der Verwaltungsrat trägt auch die Verantwortung für die Nachhaltigkeitsstrategie, delegiert vorbereitende und operative Aufgaben jedoch an die Konzernleitung.

[↳ Emmi Geschäftsbericht 2022: Corporate-Governance-Bericht > Verwaltungsrat > 3.6 Kompetenzregelungen zwischen Verwaltungsrat und Konzernleitung](#)

Die Aufgabenteilung im Emmi Verwaltungsrat erfolgt durch die Mitgliedschaft in den drei Ausschüssen (Prüfungs-, Markt- sowie Personal- und Vergütungsausschuss) sowie im Agrarbeirat. In all diesen Gremien sind Nachhaltigkeitsthemen integraler Bestandteil der Aufgaben.

#### d) Zusammensetzung des höchsten Kontrollorgans und seiner Ausschüsse

Der Verwaltungsrat von Emmi setzt sich aus neun nicht exekutiven Mitgliedern zusammen. Sie gehörten während der Berichtsperiode (2021/2022) nicht der Konzernleitung oder dem Management von Emmi oder einer ihrer Tochtergesellschaften an.

Thomas Grüter ist Präsident und Hubert Muff Vorstandsmitglied der Genossenschaft Zentralschweizer Milchproduzenten ZMP, die einen grossen Teil ihrer Milch an Emmi liefert. Werner Weiss ist Verwaltungsrat der ZMP Invest AG, Luzern. ZMP hält via ihre Tochtergesellschaft ZMP Invest AG, Luzern, die Aktienmehrheit an Emmi.

[↳ Emmi Geschäftsbericht 2022: Corporate-Governance-Bericht > 3. Verwaltungsrat](#)

## 2-10

### Nominierung und Auswahl des höchsten Kontrollorgans

Grundlage für die Nominierung eines Mitglieds des Verwaltungsrats ist die Erfüllung eines spezifischen Anforderungsprofils, das nebst der für die langfristige strategische Weiterentwicklung von Emmi relevanten Expertise auch der Ausgewogenheit des Gremiums Rechnung trägt.

Der Nominationsprozess wird in der Regel von einer externen Rekrutierungsgesellschaft geleitet. Dieser erstellt basierend auf den geforderten Kompetenzen eine Kandidatenliste. Relevante Kompetenzfelder für den Emmi Verwaltungsrat sind die Agrarpolitik und die Agrarwirtschaft, Finanzen und Governance sowie Marktkennntnisse. Zudem ist die Unabhängigkeit zwingend. Darüber hinaus wird eine möglichst breite Diversifizierung hinsichtlich verschiedener Kriterien – Kenntnisse, Alter, Geschlecht – angestrebt.



## **2-11 Vorsitzende:r des höchsten Kontrollorgans**

[↳ Emmi Geschäftsbericht 2022: Corporate-Governance-Bericht > Verwaltungsrat](#)

## **2-12 Rolle des höchsten Kontrollorgans bei der Beaufsichtigung der Bewältigung der Auswirkungen**

Der Emmi Gesamtverwaltungsrat wird einmal pro Jahr vom Head Group Sustainability umfassend über alle strategisch relevanten Nachhaltigkeitsthemen informiert. Der Marktausschuss führt einmal pro Jahr eine Sitzung mit dem Fokus Nachhaltigkeit durch. Im Personalausschuss werden standardmässig verschiedene Themen mit Nachhaltigkeitsaspekten behandelt. Nachhaltigkeitsthemen von strategischer Relevanz werden situativ durch den Verwaltungsrat behandelt.

Der Verwaltungsrat trägt auch die Verantwortung für die Nachhaltigkeitsstrategie, delegiert vorbereitende und operative Aufgaben jedoch an die Konzernleitung. Sieben Mitglieder der Konzernleitung bilden zusammen mit dem Head Group Sustainability und dem Head Corporate Communications den Steuerungsausschuss Nachhaltigkeit. Dieser ist für die Umwelt-, Sozial- und Governance-Themen (ESG) zuständig. Der Chief Supply Chain Officer – in dessen Verantwortungsbereich das Group Sustainability Management fällt – legt die Vorschläge des Steuerungsausschusses Nachhaltigkeit der Konzernleitung vor oder delegiert sie direkt an den Head Group Sustainability.

## **2-13 Delegation der Verantwortung für das Management der Auswirkungen**

Der Verwaltungsrat trägt die Verantwortung für die Nachhaltigkeitsstrategie. Der Steuerungsausschuss Nachhaltigkeit ist für die Umsetzung der Strategie verantwortlich und agiert als Entscheidungs- und Genehmigungsgremium.

[↳ Emmi Nachhaltigkeits-Governance-Model](#)

## **2-14 Rolle des höchsten Kontrollorgans bei der Nachhaltigkeitsberichterstattung**

Der Verwaltungsratspräsident prüft den Nachhaltigkeitsbericht im Detail. Die Freigabe des Berichts erfolgt durch den Gesamtverwaltungsrat im Rahmen eines ordentlichen Sitzungstraktandums.

## **2-15 Interessenkonflikte**

### **a) Verfahren zur Vermeidung oder Minderung von Interessenkonflikten**

Allfällige Interessenkonflikte werden im Verwaltungsrat traktandiert und aufgelöst.

### **b) Verfahren zur Offenlegung von Interessenkonflikten**

Emmi informiert im Rahmen der Geschäftsberichterstattung transparent über die Zusammensetzung des Verwaltungsrats und die Verbindungen der einzelnen Mitglieder zu nahestehenden Organisationen.

[↳ Emmi Geschäftsbericht 2022: Corporate-Governance-Bericht > Verwaltungsrat > 3.2 Beruflicher Hintergrund sowie weitere Tätigkeiten und Interessenbindungen](#)

[↳ Emmi Geschäftsbericht 2022: Corporate-Governance-Bericht > Verwaltungsrat > Konzernleitung > 4.2 Beruflicher Hintergrund sowie weitere Tätigkeiten und Interessenbindungen](#)

## **2-16 Übermittlung kritischer Anliegen**

Allfällige kritische Anliegen von strategischer Relevanz werden dem Verwaltungsrat gemeldet und ordentlich traktandiert (in Sitzungen des Gesamtverwaltungsrats oder im thematisch passenden Verwaltungsratsausschuss).

## **2-17 Gesammeltes Wissen des höchsten Kontrollorgans**

Der Emmi Gesamtverwaltungsrat wird einmal pro Jahr vom Head Group Sustainability umfassend über alle strategisch relevanten Nachhaltigkeitsthemen informiert.

## **2-18 Bewertung der Leistung des höchsten Kontrollorgans**

Nachhaltigkeitsaspekte sind nicht Bestandteil der Leistungsbeurteilung des Emmi Verwaltungsrats.

## **2-19 Vergütungspolitik**

### **a) Vergütungspolitik für die Mitglieder des höchsten Kontrollorgans und die Führungskräfte**

Die Vergütung des Emmi Verwaltungsrats und des Agrarbeirats ist eine fixe Vergütung. Die Vergütung der Emmi Konzernleitung setzt sich aus einer fixen und einer variablen Komponente zusammen.

Gemäss Artikel 29b der Statuten der Emmi AG kann die Gesellschaft den Mitgliedern des Verwaltungsrats, des Agrarbeirats und der Konzernleitung im Rahmen ihrer Vergütung Beteiligungspapiere, Wandel- oder Optionsrechte oder andere Rechte auf Beteiligungspapiere zuteilen. Emmi verzichtet zurzeit bewusst auf Aktien-, Optionspläne oder andere Beteiligungsprogramme. Damit soll das Vergütungssystem einfach und transparent gehalten werden.

Details zur Vergütung des Verwaltungsrats:

[↳ Emmi Geschäftsbericht 2022: Vergütungsbericht > 2. Vergütungssystem > 2.2 Vergütung des Verwaltungsrats und des Agrarbeirats](#)

Details zur Vergütung der Konzernleitung:

[↳ Emmi Geschäftsbericht 2022: Vergütungsbericht > 2. Vergütungssystem > 2.3 Vergütung der Konzernleitung](#)

### **b) Nachhaltigkeitsaspekte in der Vergütungspolitik**

Nachhaltigkeitsaspekte sind nicht Bestandteil der Vergütungspolitik von Verwaltungsrat oder Konzernleitung. Ausnahmen stellt die Vergütungen des Chief Supply Chain Officer und des Chief Human Resource Officer dar, da ihr Verantwortungsbereich relevante Nachhaltigkeitsthemen umfasst.

## Verfahren zur Festlegung der Vergütung

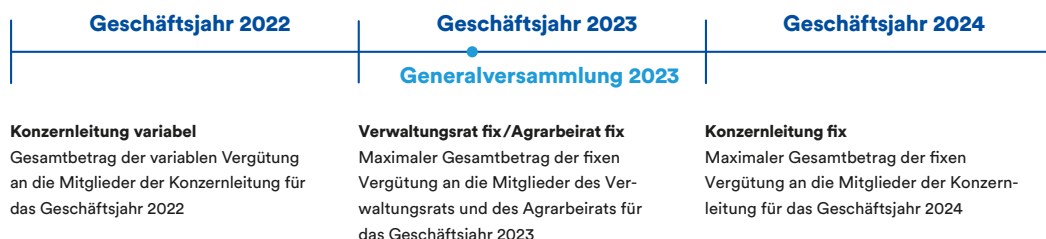
### a) Verfahren für die Gestaltung der Vergütungspolitik und Festlegung der Vergütung

Artikel 29e der Statuten der Emmi AG legt das Genehmigungsmodell fest. Die Generalversammlung genehmigt jährlich gesondert und bindend die Anträge des Verwaltungsrats in Bezug auf:

- den maximalen Gesamtbetrag der Vergütung des Verwaltungsrats und des Agrarbeirats für das laufende Geschäftsjahr
- den maximalen Gesamtbetrag der fixen Vergütung der Konzernleitung für das folgende Geschäftsjahr
- den Gesamtbetrag der variablen Vergütung der Konzernleitung für das vergangene Geschäftsjahr.

Das nachfolgende Genehmigungsmodell verdeutlicht, über welche Vergütungskomponenten und für welchen Zeitraum die Aktionärinnen und Aktionäre an der ordentlichen Generalversammlung 2023 befinden werden.

#### Genehmigungsmodell für die Generalversammlung 2023



[↳ Emmi Geschäftsbericht 2022: Vergütungsbericht > 3. Zuständigkeiten und Festsetzungsverfahren](#)

### b) Ergebnis der Abstimmungen der Stakeholder über die Vergütungspolitik

Oben genannte Aspekte der Vergütungen sind jährlich durch die Generalversammlung zu genehmigen. Die Ergebnisse dieser Abstimmungen sind den Protokollen der Generalversammlungen zu entnehmen:

[↳ Protokoll der Emmi Generalversammlung 2023: emmi.com > Medien & Investoren > Berichte & Downloads > Generalversammlung](#)

## Verhältnis der Jahresgesamtvergütung

Das Verhältnis zwischen der Jahresgesamtvergütung der höchstbezahlten Person in der Emmi Gruppe (CEO) und dem mittleren Niveau (Median) der Jahresgesamtvergütung aller Angestellten kann derzeit aufgrund unvollständiger Daten nicht ausgewiesen werden. Die entsprechende Datensammlung befindet sich im Aufbau.

Eine detaillierte Übersicht über die Vergütung von Verwaltungsrat und Konzernleitung findet sich im Vergütungsbericht.

[↳ Emmi Geschäftsbericht 2022: Vergütungsbericht > 6. Vergütungen für das Berichtsjahr](#)

# Strategie, Richtlinien und Praktiken

## **2-22** Anwendungserklärung zur Strategie für nachhaltige Entwicklung

[↳ «Vorwort» auf Seite 3 bis 4](#)

## **2-23** Verpflichtungserklärung zu Grundsätzen und Handlungsweisen

Siehe GRI 2-24.

## **2-24** Einbeziehung politischer Verpflichtungen

Wir sind uns der Verantwortung gegenüber all unseren Anspruchsgruppen bewusst, die mit der zunehmenden Grösse unseres Unternehmens einhergeht. Wir legen daher grossen Wert auf die Einhaltung von Gesetzen.

### **Verhaltenskodex**

In unserem gruppenweit gültigen Verhaltenskodex betonen wir die Wichtigkeit der Punkte, die unter anderem die Korruptionsbekämpfung, Insidergeschäfte, Kartellrechtsverletzungen und sonstige geltende Gesetze betreffen. Darüber hinaus sind die faire Behandlung all unserer Anspruchsgruppen, die Achtung der Menschenrechte im Sinne der UN-Leitprinzipien und die festgelegte Qualität unserer Produkte von zentraler Bedeutung für die Art und Weise, wie wir unser Unternehmen führen. Die definierten Richtlinien gelten für alle Mitarbeitenden der Emmi Gruppe weltweit.

Der Verhaltenskodex wird allen neuen Mitarbeitenden physisch abgegeben. Zudem steht er intern und extern online zur Verfügung.

Verletzungen des Verhaltenskodexes der Emmi Gruppe werden sanktioniert.

[↳ Verhaltenskodex der Emmi Gruppe](#)

[↳ Wesentliches Thema «Governance» auf Seite 78](#)

### **Stellungnahme zum Modern Slavery Act**

Mit unserer Stellungnahme zum Modern Slavery Act bekräftigen wir unsere Bemühungen, entlang unserer gesamten Wertschöpfungskette moderne Sklaverei (z. B. Zwangsarbeit) oder Menschenhandel zu verhindern.

[↳ Emmi Modern Slavery Act Statement](#)

## Supplier Code of Conduct

Unser Lieferantenkodex ist Ausdruck unseres Engagements für eine integre Geschäftsführung und stärkt unsere Bemühungen um eine nachhaltige Beschaffung in Zusammenarbeit mit unseren Partnern und Lieferanten.

[↳ Emmi Verhaltenskodex für Lieferanten](#)

[↳ Wesentliches Thema «Verantwortungsvolle Beschaffung» auf Seite 57](#)

## Reglement zu «Whistleblowing»

Im Januar 2022 haben wir in der gesamten Emmi Gruppe ein Reglement zu «Whistleblowing» eingeführt. Dieses musste von allen zur Emmi Gruppe gehörenden Rechtseinheiten bis im Juli 2022 in vollem Umfang umgesetzt werden.

In diesem Reglement wird eine interne Minimalrichtlinie zu Whistleblowing festgehalten, die für alle zur Emmi Gruppe gehörenden Rechtseinheiten und alle deren Mitarbeitende weltweit (temporär oder Vollzeit, intern oder extern) gilt.

Das Reglement zu «Whistleblowing» umfasst Meldeverfahren für Mitarbeitende und sonstige Stakeholder sowie Angaben zur «Whistleblower Line» für Mitarbeitende und Lieferanten. Zudem ist darin das Verbot von Vergeltungsmassnahmen festgehalten.

Das Reglement zu «Whistleblowing» von Emmi ist nicht öffentlich einsehbar.

### **2-25**

## Verfahren zur Beseitigung negativer Auswirkungen

Durch unser Geschäftsmodell systematisch verursachte negative Auswirkungen zu vermeiden oder zu mindern, ist ein zentrales Ziel unseres Nachhaltigkeitsengagements. Übergreifend verfügen wir über eine global aufgestellte Krisenmanagementorganisation. Dank dieser können potenzielle Krisen und deren negative Folgen beseitigt oder abgemildert werden.

Rückwirkende Verpflichtungen oder Selbstverpflichtungen zur Beseitigung negativer Auswirkungen gibt es keine.

Aus unserem Tagesgeschäft können im Kontext unserer Produkte negative Auswirkungen auf die Gesundheit oder das Wohlbefinden unserer Konsumentinnen und Konsumenten entstehen. Solche zu vermeiden, ist Hauptaufgabe unseres Qualitätsmanagements, das entsprechende Prozesse etabliert hat – beispielsweise für Produkterückrufe.

### **2-26**

## Verfahren für die Einholung von Ratschlägen und die Meldung von Anliegen

Interne und externe Anspruchsgruppen können mit entsprechenden Anliegen oder Fragestellungen direkt an Emmi gelangen. Entweder über zentrale Stellen oder direkt an die Konzernleitung oder den Verwaltungsrat. Alternativ steht Mitarbeitenden und Lieferanten für anonyme Meldungen eine Whistleblowing-Hotline zur Verfügung.

Für Mitarbeitende stehen Anlaufstellen auf verschiedenen Stufen zur Verfügung. Erste Ansprechperson sind die direkten Führungskräfte. Auch gibt es an verschiedenen grösseren Standorten

Arbeitnehmervertretungen.

[↳ Wesentliches Thema «Governance» auf Seite 78](#)

## **2-27**

### **Einhaltung von Gesetzen und Verordnungen**

[↳ Wesentliches Thema «Governance» auf Seite 78](#)

## **2-28**

### **Mitgliedschaft in Verbänden und Interessengruppen**

Emmi oder Tochtergesellschaften von Emmi sind Teil der folgenden Verbände und Interessenvertretungsorganisationen:

<b>Schweiz</b>	AgroCleanTech, KOMETIAN, Branchenorganisationen Milch (BOM), Föderation der Schweizerischen Nahrungsmittel-Industrien (fial), PET-Reycling Schweiz, PRISMA, Promarca, soja netzwerk Schweiz, Vereinigung Schweizerische Milchindustrie (VMI), Drehscheibe Kreislaufwirtschaft
<b>Chile</b>	Cámara Chileno Suiza de Comercio A.G. (CCHSC), Asociación de Exportadores de Productos Lácteos (ExporLac)
<b>Brasilien</b>	Sindicato da Indústria de Laticínios do Estado Minas Gerais (Silemg), Associação Brasileira das Indústrias de Queijo (ABIQ), Viva Lácteos – Associação Brasileira de Laticínios
<b>Deutschland</b>	Milchindustrie-Verband e.V., Mittelständische Lebensmittel-Filialbetriebe e.V. (MLF), MMM Club e.V., Bioland e.V., Demeter e.V., Gäa e.V., Naturland e.V.
<b>Frankreich</b>	ECOCERT
<b>Grossbritannien</b>	Recycle Pal, Paper Round, On-Pack Recycling Label (OPRL)
<b>Holland</b>	GemZu, Vereniging van Nederlandse Fabrikanten van Kinder- en Dieetvoedingsmiddelen (VNFKD) inkl. Federatie Nederlandse Levensmiddelen Industrie (FNLI), Nederlandse GeitenZuivel Organisatie (NGZO), Via NGZO Mitglied der Plattform Geitenhouderij
<b>Italien</b>	Assolatte, Centromarca
<b>Kanada</b>	International Cheese Council of Canada
<b>Mexiko</b>	Cámara Suizo-Mexicana de Comercio e Industria A.C.
<b>Österreich</b>	ARGE Gentechnik-frei, ARGE Heumilch
<b>Spanien</b>	Federación Nacional de Industrias Lácteas (FeNIL)
<b>Tunesien</b>	Chambre syndicale des industries du lait, Confédération des Entreprises Citoyennes de Tunisie (CONNECT), Groupement Interprofessionnel des Viandes Rouges et du Lait (GIVLAIT), Fondation Vitalait (association pour assister les petits éleveurs de la région dans l'alimentation bovine, le bien-être animal et la formation technique)
<b>USA</b>	American Cheese Society (ACS), American Dairy Products Institute (ADPI), American Dairy Goat Association (ADGA), California Artisan Cheese Guild (CACG), Cheese Importers Association of America (CIAA), International Dairy Deli Bakery Association (IDDBA), International Dairy Foods Association (IDFA), Naturally North Bay (FIG), Wisconsin Cheese Makers Association (WCMA)

# Einbindung von Stakeholdern

2-29

## Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern

Verantwortungsvolle Unternehmensführung umfasst für uns – neben dem Schutz der Umwelt – den gewissenhaften Umgang mit Kunden, Mitarbeitenden, der Gesellschaft und weiteren Anspruchsgruppen. Sie sind für die wirtschaftliche und nachhaltige Entwicklung des Unternehmens von hoher Bedeutung. Die wichtigen Anspruchsgruppen definieren wir durch unser Geschäftsmodell. Dabei ist der regelmässige Austausch mit ihnen für die wirtschaftliche Leistung von Emmi unerlässlich. Durch ihre Bedeutung im Geschäftsmodell haben die Anspruchsgruppen auch einen wesentlichen Einfluss auf die Entwicklung der Nachhaltigkeitsstrategie, angefangen bei der Bestimmung der wesentlichen Themen bis hin zur zukünftigen Ausrichtung.

### Externe Rahmenbedingungen



### Interne Rahmenbedingungen

Mitarbeitende	Fremdkapitalgeber	Management	Versicherungspartner	Finanzpartner	Verwaltungsrat
---------------	-------------------	------------	----------------------	---------------	----------------

2-30

## Tarifverträge

	2020	2021 <sup>1</sup>	2022 <sup>1</sup>
Anteil durch Tarifverträge abgedeckte Angestellte	31 %	53 %	53 %

<sup>1</sup> Ohne Tochtergesellschaften der Mexideli 2000 Holding S.A. de C.V. und Quillayes.

Die Tochtergesellschaften halten sich beim Umgang mit Gewerkschaften an die gesetzlichen Vorgaben des jeweiligen Landes. In der Schweiz ist Emmi keinem Gesamtarbeitsvertrag (GAV) angeschlossen.

Die Emmi Gruppe hat für den Zeitraum vom 1. Januar 2021 bis zum 31. Dezember 2022 in Übereinstimmung mit den GRI-Standards berichtet. Für den Service Content-Index Essentials überprüfte GRI-Services, ob der GRI-Index klar und in Übereinstimmung mit den Standards dargestellt ist und ob die Verweise für die Angaben 2-1 bis 2-5, 3-1 und 3-2 mit den entsprechenden Abschnitten im Hauptteil des Berichts übereinstimmen. Diese Dienstleistung wurde für die deutsche Version des Berichts erbracht.

GRI 1	GRI 1: Grundlagen 2021
Angewendeter Sektorstandard	Keiner

## Allgemeine Angaben

GRI-Standard / andere Quelle	Angabe	Verweis*/ Information	Auslassung (Anforderung, Grund, Erklärung)
<b>Die Organisation und ihre Berichterstattungspraktiken</b>			
GRI 2: Allgemeine Angaben 2021	<b>2-1</b>	Organisationsprofil	<b>84</b>
	<b>2-2</b>	Entitäten, die in der Nachhaltigkeitsberichterstattung der Organisation berücksichtigt werden	<b>85</b>
	<b>2-3</b>	Berichtszeitraum, Berichtshäufigkeit und Kontaktstelle	<b>85</b>
	<b>2-4</b>	Richtigstellung oder Neudarstellung von Informationen	<b>86</b>
	<b>2-5</b>	Externe Prüfung	<b>86</b>
<b>Tätigkeiten und Mitarbeiter:innen</b>			
GRI 2: Allgemeine Angaben 2021	<b>2-6</b>	Aktivitäten, Wertschöpfungskette und andere Geschäftsbeziehungen	<b>87</b>
	<b>2-7</b>	Angestellte	<b>17, 18, 87</b>
	<b>2-8</b>	Mitarbeiter:innen, die keine Angestellten sind	<b>87</b> Es liegen derzeit keine umfassenden Informationen zu Mitarbeiter:innen, die keine Angestellten sind, vor. Die entsprechende Informations- und Datensammlung befindet sich im Aufbau.

\* Seitenzahlen beziehen sich auf den Nachhaltigkeitsbericht 2021/2022, wenn nicht anders vermerkt. GB 2022 = Geschäftsbericht.



## Unternehmensführung

GRI 2: Allgemeine Angaben 2021	<b>2-9</b>	Führungsstruktur und Zusammensetzung	<b>88</b>	
	<b>2-10</b>	Nominierung und Auswahl des höchsten Kontrollorgans	<b>88</b>	
	<b>2-11</b>	Vorsitzende:r des höchsten Kontrollorgans	<b>89</b>	
	<b>2-12</b>	Rolle des höchsten Kontrollorgans bei der Beaufsichtigung der Bewältigung der Auswirkungen	<b>89</b>	
	<b>2-13</b>	Delegation der Verantwortung für das Management der Auswirkungen	<b>89</b>	
	<b>2-14</b>	Rolle des höchsten Kontrollorgans bei der Nachhaltigkeitsberichterstattung	<b>89</b>	
	<b>2-15</b>	Interessenskonflikte	<b>89</b>	
	<b>2-16</b>	Übermittlung kritischer Anliegen	<b>90</b>	
	<b>2-17</b>	Gesammeltes Wissen des höchsten Kontrollorgans	<b>90</b>	
	<b>2-18</b>	Bewertung der Leistung des höchsten Kontrollorgans	<b>90</b>	
	<b>2-19</b>	Vergütungspolitik	<b>90</b>	
	<b>2-20</b>	Verfahren zur Festlegung der Vergütung	<b>91</b>	
	<b>2-21</b>	Verhältnis der Jahresgesamtvergütung	<b>91</b>	Das Verhältnis zwischen der Jahresgesamtvergütung der höchstbezahlten Person in der Emmi Gruppe (CEO) und dem mittleren Niveau (Median) der Jahresgesamtvergütung aller Angestellten kann derzeit aufgrund unvollständiger Daten nicht ausgewiesen werden. Die entsprechende Datensammlung befindet sich im Aufbau.

## Strategie, Richtlinien und Praktiken

GRI 2: Allgemeine Angaben 2021	<b>2-22</b>	Anwendungserklärung zur Strategie für nachhaltige Entwicklung	<b>92</b>	
	<b>2-23</b>	Verpflichtungserklärung zu Grundsätzen und Handlungsweisen	<b>92</b>	
	<b>2-24</b>	Einbeziehung politischer Verpflichtungen	<b>92, 93</b>	
	<b>2-25</b>	Verfahren zur Beseitigung negativer Auswirkungen	<b>93</b>	
	<b>2-26</b>	Verfahren für die Einholung von Ratschlägen und die Meldung von Anliegen	<b>93, 94</b>	
	<b>2-27</b>	Einhaltung von Gesetzen und Verordnungen	<b>94</b>	
	<b>2-28</b>	Mitgliedschaften in Verbänden und Interessengruppen	<b>94</b>	

## Einbindung von Stakeholdern

GRI 2: Allgemeine Angaben 2021	<b>2-29</b>	Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern	<b>95</b>	
	<b>2-30</b>	Tarifverträge	<b>95</b>	

# Wesentliche Themen

GRI-Standard / andere Quelle	Angabe	Verweis*/ Information	Auslassung (Anforderung, Grund, Erklärung)
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	<b>3-1</b>	Verfahren zur Bestimmung wesentlicher Themen	<b>9</b>
	<b>3-2</b>	Liste der wesentlichen Themen	<b>9, 10</b>
<b>Mitarbeitende entwickeln</b>			
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	<b>3-3</b>	Management von wesentlichen Themen	<b>12, 13</b>
GRI 401: Beschäftigung 2016	<b>401-1</b>	Neu eingestellte Angestellte und Angestelltenfluktuation	<b>17</b>
GRI 404: Aus- und Weiterbildung 2016	<b>404-1</b>	Durchschnittliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung pro Jahr und Angestellten	<b>18</b>
	<b>404-2</b>	Programme zur Verbesserung der Kompetenzen der Angestellten und zur Übergangshilfe	<b>13</b>
	<b>404-3</b>	Prozentsatz der Angestellten, die eine regelmässige Beurteilung ihrer Leistung und ihrer beruflichen Entwicklung erhalten	<b>19</b>
GRI 405: Diversität und Chancengleichheit 2016	<b>405-1</b>	Diversität in Kontrollorganen und unter Angestellten	<b>20, 21</b>
<b>Nachhaltige Milchwirtschaft</b>			
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	<b>3-3</b>	Management von wesentlichen Themen	<b>22–24</b>
Emmi spezifische Angaben		Gruppenweit verarbeitete Milchmengen	<b>26</b>
		Anteil verarbeitete «Nachhaltige Schweizer Milch»	<b>26</b>
<b>Treibhausgase reduzieren</b>			
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	<b>3-3</b>	Management von wesentlichen Themen	<b>27–30</b>
GRI 302: Energie 2016	<b>302-1</b>	Energieverbrauch innerhalb der Organisation	<b>35</b>
	<b>302-4</b>	Verringerung des Energieverbrauchs	<b>35</b>
GRI 305: Emissionen 2016	<b>305-1</b>	Direkte THG-Emissionen (Scope 1)	<b>37</b>
	<b>305-2</b>	Indirekte energiebedingte THG-Emissionen (Scope 2)	<b>37</b>
	<b>305-3</b>	Sonstige indirekte THG-Emissionen (Scope 3)	<b>38</b>
	<b>305-4</b>	Intensität der Treibhausgasemissionen	<b>38</b>
	<b>305-5</b>	Senkung der Treibhausgasemissionen	<b>39</b>

**Verschwendung vermeiden (Abfall)**

GRI 3: Wesentliche Themen 2021	<b>3-3</b>	Management von wesentlichen Themen	<b>40</b>
GRI 306: Abfall 2020	<b>306-1</b>	Anfallender Abfall und erhebliche abfallbezogene Auswirkungen	<b>40</b>
	<b>306-2</b>	Management erheblicher abfallbezogener Auswirkungen	<b>40</b>
	<b>306-3</b>	Angefallener Abfall	<b>42, 43</b>

**Verschwendung vermeiden (Food Waste)**

GRI 3: Wesentliche Themen 2021	<b>3-3</b>	Management von wesentlichen Themen	<b>44</b>
Emmi spezifische Angaben		Lebensmittelverschwendung	<b>45</b>

**Verschwendung vermeiden (Verpackung)**

GRI 3: Wesentliche Themen 2021	<b>3-3</b>	Management von wesentlichen Themen	<b>46</b>
Emmi spezifische Angaben		Verpackungen	<b>48</b>

**Wasserverbrauch reduzieren**

GRI 3: Wesentliche Themen 2021	<b>3-3</b>	Management von wesentlichen Themen	<b>49 – 51</b>
GRI 303: Wasser und Abwasser 2018	<b>303-1</b>	Wasser als gemeinsam genutzte Ressource	<b>49 – 51</b>
	<b>303-2</b>	Umgang mit den Auswirkungen der Wasserrückführung	<b>49 – 51</b>
	<b>303-3</b>	Wasserentnahme	<b>52</b>

**Wirtschaftliche Leistung**

GRI 3: Wesentliche Themen 2021	<b>3-3</b>	Management von wesentlichen Themen	<b>53 – 55</b>
GRI 201: Wirtschaftliche Leistung 2016	<b>201-1</b>	Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert	<b>GB 2022: S. 143</b>
GRI 203: Indirekte ökonomische Auswirkungen 2016	<b>203-2</b>	Erhebliche indirekte ökonomische Auswirkungen	<b>55</b>

**Verantwortungsvolle Beschaffung**

GRI 3: Wesentliche Themen 2021	<b>3-3</b>	Management von wesentlichen Themen	<b>57 – 59</b>
GRI 308: Umweltbewertung der Lieferanten 2016	<b>308-1</b>	Neue Lieferanten, die anhand von Umweltkriterien überprüft wurden	<b>60</b>
GRI 414: Soziale Bewertung der Lieferanten 2016	<b>414-1</b>	Neue Lieferanten, die anhand von sozialen Kriterien überprüft wurden	<b>60</b>

**Produktqualität**

GRI 3: Wesentliche Themen 2021	<b>3-3</b>	Management von wesentlichen Themen	<b>61</b>
GRI 416: Kundengesundheit und -sicherheit	<b>416-1</b>	Beurteilung der Auswirkungen verschiedener Produkt- und Dienstleistungskategorien auf die Gesundheit und Sicherheit	<b>61, 62</b>

**Innovation**

GRI 3: Wesentliche Themen 2021	<b>3-3</b>	Management von wesentlichen Themen	<b>64, 65</b>
--------------------------------------	------------	------------------------------------	---------------

**Digitalisierung**

GRI 3: Wesentliche Themen 2021	<b>3-3</b>	Management von wesentlichen Themen	<b>67, 68</b>
--------------------------------------	------------	------------------------------------	---------------

**Ernährung**

GRI 3: Wesentliche Themen 2021	<b>3-3</b>	Management von wesentlichen Themen	<b>71, 72</b>
--------------------------------------	------------	------------------------------------	---------------

**Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz**

GRI 3: Wesentliche Themen 2021	<b>3-3</b>	Management von wesentlichen Themen	<b>74, 75</b>
--------------------------------------	------------	------------------------------------	---------------

GRI 403: Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz 2018	<b>403-1</b>	Managementsystem für Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz	<b>74, 75</b>
	<b>403-2</b>	Gefahrenidentifizierung, Risikobewertung und Untersuchung von Vorfällen	<b>74, 75</b>
	<b>403-4</b>	Mitarbeiterbeteiligung, Konsultation und Kommunikation zu Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz	<b>76</b>
	<b>403-5</b>	Mitarbeiterschulungen zu Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz	<b>76</b>
	<b>403-6</b>	Förderung der Gesundheit der Mitarbeiter	<b>76</b>
	<b>403-7</b>	Vermeidung und Abmilderung von direkt mit Geschäftsbeziehungen verbundenen Auswirkungen auf die Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz	<b>77</b>
	<b>403-8</b>	Mitarbeitende, die von einem Managementsystem für Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz abgedeckt sind	<b>77</b>
	<b>403-9</b>	Arbeitsbedingte Verletzungen	<b>77</b>
	<b>403-10</b>	Arbeitsbedingte Erkrankungen	<b>77</b>

**Governance**

GRI 3: Wesentliche Themen 2021	<b>3-3</b>	Management von wesentlichen Themen	<b>78–80</b>
--------------------------------------	------------	------------------------------------	--------------

**Community Engagement**

GRI 3: Wesentliche Themen 2021	<b>3-3</b>	Management von wesentlichen Themen	<b>81</b>
--------------------------------------	------------	------------------------------------	-----------

**Herausgeberin**

Emmi AG  
Landenbergstrasse 1  
CH-6005 Luzern  
Telefon +41 58 227 27 27  
[info@emmi.com](mailto:info@emmi.com)  
[www.emmi.com](http://www.emmi.com)

**Konzept & Redaktion**

Sustainerv GmbH, Zürich, Boston und Frankfurt  
Emmi Nachhaltigkeit, Luzern  
Emmi Konzernkommunikation, Luzern

**Layout, Design, Usability und Realisation**

Mediapult GmbH  
Buzibachstrasse 12  
6023 Rothenburg

**Übersetzung**

Supertext AG, Zürich

Dieser Nachhaltigkeitsbericht erscheint nur digital auf Deutsch und Englisch. Massgebend ist die deutschsprachige Originalversion.

© Emmi, Luzern, Juni 2023