



Halbjahresbericht 2022

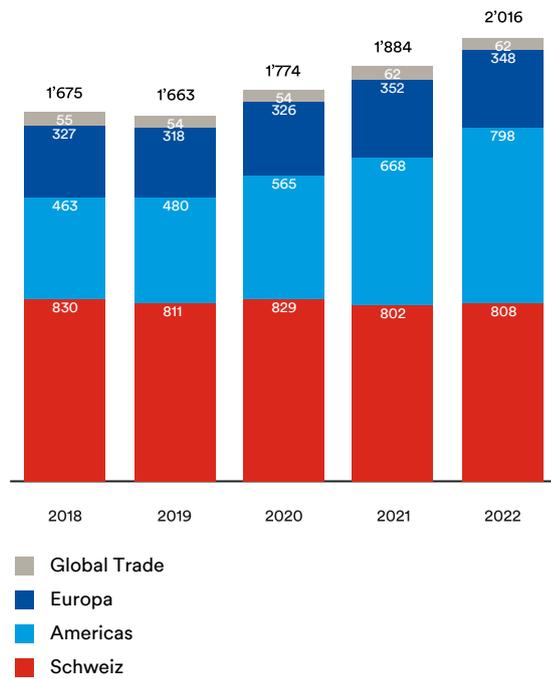
**Die besten
Milchmomente**

Kennzahlen Emmi Gruppe

in CHF Millionen	1. Halbjahr 2022	1. Halbjahr 2021
Nettoumsatz	2'016	1'884
Umsatzveränderung in %	7.1	6.2
Organisches Umsatzwachstum in %	5.4	3.7
Akquisitionseffekt in %	2.3	3.2
Währungseffekt in %	-0.6	-0.7
Betriebsergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)	163.7	186.4
in % vom Nettoumsatz	8.1	9.9
Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)	108.6	129.4
in % vom Nettoumsatz	5.4	6.9
Reingewinn	78.1	98.7
in % vom Nettoumsatz	3.9	5.2
Investitionen in Anlagevermögen (ohne Akquisitionen)	79.9	60.1
in % vom Nettoumsatz	4.0	3.2
Personalbestand (auf Vollzeitbasis) per 30.6.	9'281	8'862
Personalbestand (auf Vollzeitbasis) im Halbjahresdurchschnitt	9'274	8'690
Nettoumsatz je Mitarbeiter in TCHF (Durchschnittswert)	217	217
	30.6.2022	31.12.2021
Bilanzsumme	2'539	2'471
davon Eigenkapital inkl. Minderheitsaktionäre	1'180	1'182
in % der Bilanzsumme	46.5	47.8
Börsenkapitalisierung	4'975	5'756

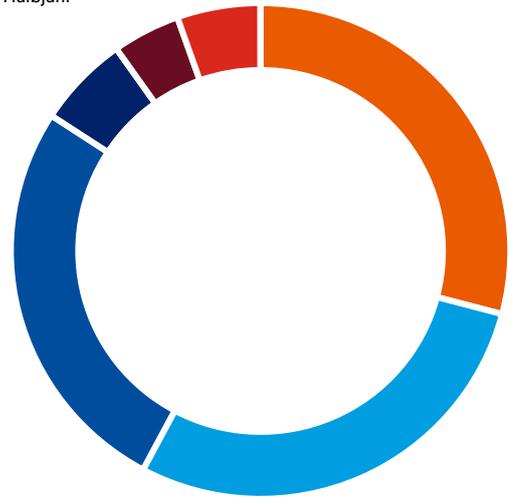
Nettoumsatz

in CHF Millionen, 1. Halbjahr



Nettoumsatz nach Produktgruppen

1. Halbjahr

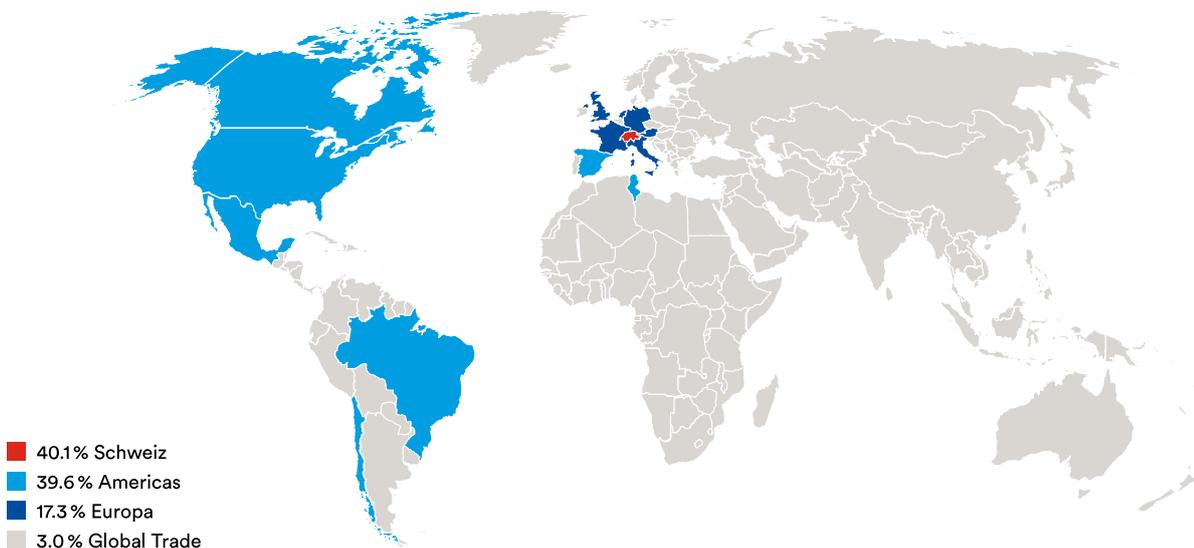


- 29.1 % Molkereiprodukte
- 28.7 % Käse
- 26.4 % Frischprodukte
- 6.0 % Frischkäse
- 4.4 % Pulver/Konzentrate
- 5.4 % Übrige Produkte/Dienstleistungen

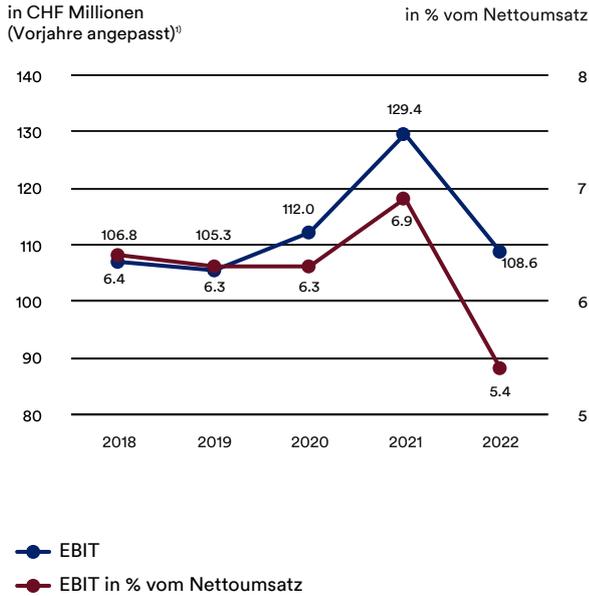
Die Gesellschaften in Frankreich gehören seit dem 1. Januar 2022 der Division Europa an (zuvor Division Americas). Die Vorjahreszahlen wurden entsprechend angepasst.

Nettoumsatz nach Divisionen

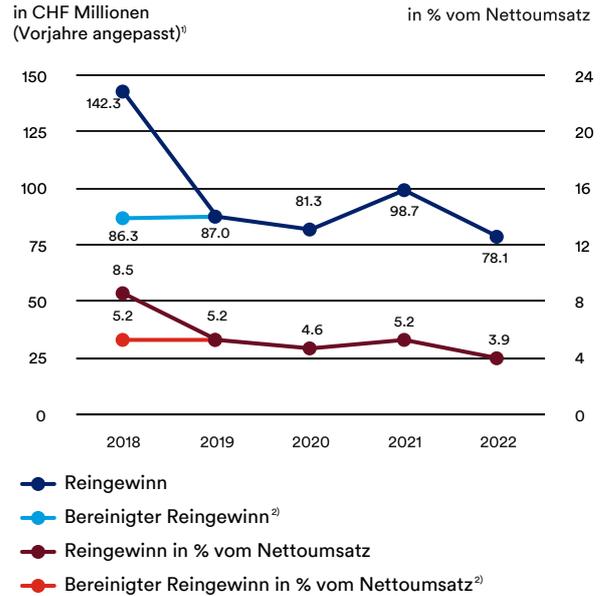
1. Halbjahr



EBIT



Reingewinn



¹ Vorjahreswerte der Jahre 2018 und 2019 angepasst aufgrund der Änderung der Konsolidierungs- und Bewertungsgrundsätze für Goodwill im Jahr 2020.

² Der Bereinigungeffekt im Jahr 2018 resultierte aus dem Gewinn vom Verkauf des Minderheitsanteils an der Icelandic Milk and Skyr Corporation («siggi's»).

Fortschritte bei unseren Zielen per Ende 2021



100 % der Mitarbeitenden verfügen über einen Entwicklungsplan¹



50 % aller offenen Stellen werden mit internen Kandidaten besetzt¹



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



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



Vision netZERO 2050

50 % Reduktion von Abfall (ggü. 2017)



50 % weniger Food Waste¹ (ggü. 2017)



Keine Abfallentsorgung auf Deponien



100 % recycelbare Verpackungen



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

International



Schweiz



Weiterentwicklung des Schweizer Branchenstandards



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



15 % Reduktion des eigenen Wasserverbrauchs in Nichtrisikogebieten (ggü. 2019)



Reduzierter Wasserverbrauch entlang der Wertschöpfungskette

Zielerreichungsgrade per 31.12.2021 unter Berücksichtigung von Akquisitionen (Laticínios Porto Alegre, Leeb, Mexideli, Pasticceria Quadrifoglio und Quillayes).

¹ Aktuell nur Schweiz berücksichtigt

Inhalt

Lagebericht

- 6 Editorial
- 9 Unser Purpose
- 10 Unsere Strategie
- 11 Unser Nachhaltigkeitsmodell
- 12 ESG bei Emmi

Halbjahresergebnis

- 13 Erläuterungen zum Halbjahresergebnis
- 22 Konsolidierte Erfolgsrechnung
- 23 Konsolidierte Bilanz
- 24 Konsolidierte Geldflussrechnung
- 25 Konsolidierter Eigenkapitalnachweis
- 26 Segmentberichterstattung
- 28 Anhang zum Halbjahresabschluss

Editorial



Konrad Graber
Präsident VR (rechts)

Urs Riedener
CEO (links)

Geschätzte Aktionärinnen und Aktionäre

Wirtschaftliche und geopolitische Verwerfungen sowie das Leid der Menschen in der Ukraine haben das Halbjahr geprägt. Hinzu kommen Sorgen um die Energieversorgung und das Klima sowie vor einer Pandemie, die sich so leicht nicht abschütteln lässt. Immer rascher müssen wir uns als Mensch, Gesellschaft und Unternehmen auf ein permanent wandelndes Umfeld einstellen.

«Im Zentrum unserer Strategie stehen die Bedürfnisse unserer Anspruchsgruppen.»

Konrad Graber

Auch Emmi passt sich laufend an, um agil, effizient und relevant zu bleiben sowie gewohnt innovativ und verantwortungsvoll zu handeln. Indem wir unseren strategischen Kurs konsequent verfolgen sowie regelmässig validieren und eine Unternehmenskultur pflegen, die Wertschätzung mit Sinnhaftigkeit einzelner Tätigkeiten verbindet, schaffen wir die bestmöglichen Voraussetzungen für den gemeinsamen langfristigen Erfolg.

Stärken ambitioniert weiterentwickeln

Im Frühjahr haben wir unsere bewährte Strategie aufbauend auf unseren Stärken geschärft. Relevante Zukunftsthemen und die Bedürfnisse unserer Anspruchsgruppen rücken damit noch klarer ins Zentrum unserer Aktivitäten. Ebenso der Anspruch, auf Basis des Emmi Nachhaltigkeitsmodells unser Geschäft weiterhin ressourceneffizient, ökologisch und sozial verträglich zu betreiben.

[› Unsere Strategie, Seite 10](#) | [› Unser Nachhaltigkeitsmodell, Seite 11](#)

Mit dem Emmi Purpose haben wir zudem formalisiert, warum es Emmi gibt und was uns Tag für Tag inspiriert: «Gemeinsam schaffen wir die besten Milchmomente – heute und für kommende Generationen».

[› Unser Purpose, Seite 9](#)

Auf dieser Grundlage haben unsere Teams in einem äusserst herausfordernden Umfeld die Widerstandskraft unseres Geschäftsmodells weitestgehend bestätigt. Mit unserer lokal verankerten Organisation, differenzierten Markenkonzepthen und einer Palette von Innovationen haben wir Menschen für unsere einzigartigen Produkte begeistert und rasch auf sich ändernde Bedürfnisse reagiert. Gleichzeitig konnten wir uns den explodierenden Einkaufs-, Energie- und Logistikkosten mit gezielten, wenn auch teilweise zeitlich verzögert Wirkung zeigenden Massnahmen entgegenstemmen.

Halbjahresumsatz erstmals über CHF 2 Milliarden

Mit CHF 2'016.5 Millionen und einem organischen Wachstum von 5.4% übersteigt der Umsatz erstmals die Zwei-Milliarden-Schwelle. Treiber waren primär das Auslandsgeschäft, die weitere Erholung im Food Service-Bereich sowie die anhaltende Dynamik bei unseren innovationsstarken Dessertspezialitäten und Markenkonzepten wie Emmi Caffè Latte.

Dies bestätigt uns darin, unsere strategische Ausrichtung mit einem diversifizierten Sortiments- und Länderportfolio wie auch dessen Transformation weiter voranzutreiben und unser Geschäft in Schlüsselmärkten sowie in profitablen Nischen weiter zu stärken. Dazu zählen auch Investitionen im Bereich Spezialitätenkäse, wo wir in den USA das Ende 2021 von der führenden US-Feta-Spezialistin übernommene Athenos-Geschäft erfolgreich integrieren konnten. Im Herbst nimmt zudem unsere ressourceneffiziente neue Käserei in Emmen ihren Betrieb auf, mit positiven Effekten auch auf die langfristige Wertschöpfung in der Zentralschweiz.

«Auch Emmi passt sich laufend an, um agil, effizient und relevant zu bleiben.»

Urs Riedener

Breit abgestützte Dynamik

Im Heimmarkt Schweiz konnten wir unseren Umsatz leicht ausweiten. Dies erreichten wir trotz der pandemiebedingt hohen Volumen der Vergleichsperiode sowie dem von der Euro-Schwäche zusätzlich verstärkten hohen Import- und Preisdruck. Positiv zu Buche schlugen differenzierte Markenkonzepte wie Emmi Caffè Latte und Emmi Energy Milk sowie die Erholung des Food Service- und Industriekundengeschäfts.

Mit einem eindrucklichen zweistelligen organischen, preisbeeinflussten Wachstum hielt die Dynamik in der Division Americas an. In Brasilien konnten wir unsere Präsenz weiter ausbauen und unsere Gesellschaften in Mexiko, Spanien, Tunesien und den USA verzeichneten ebenfalls eine positive Entwicklung.

Auch die Division Europa steuerte zum starken organischen Wachstum bei. Erneut zeichneten primär unsere italienischen Dessertspezialitäten und das anhaltende Momentum von Emmi Caffè Latte dafür verantwortlich. Einen negativen Effekt hatte hingegen die Normalisierung der Käseverkäufe im Vergleich zu den pandemiebeeinflussten hohen Vorjahreszahlen, vor allem im Thekenbereich, verstärkt durch Anzeichen einer preis- und wechselkursbeeinflussten Eintrübung der Nachfrage.

Inputkostenentwicklung dämpft Ergebnis

Insgesamt entwickelte sich der Umsatz aufgrund der inputkostenbedingten, zeitlich verzögert wirkenden Verkaufspreiserhöhungen stärker als das Betriebsergebnis. Dies erfolgte trotz umfangreichen Massnahmen zur Eindämmung der weiterhin massiv höheren Rohstoff-, Material- und Energie- sowie Logistikkosten und anhaltenden Engpässen in der Lieferkette wie auch auf dem Arbeitsmarkt. Zusätzlich hat der Krieg in der Ukraine Kostensteigerungen befeuert und zu markanten Unsicherheiten geführt.

Mit CHF 108.6 Millionen sank das EBIT um 20.8 Millionen im Vergleich zur Vorjahresperiode, was einer EBIT-Marge von 5.4% (Vorjahr 6.9%) entspricht. Beim Reingewinn resultierte ein Ergebnis von CHF 78.1 Millionen und damit eine Abnahme von CHF 20.6 Millionen gegenüber dem ersten Halbjahr 2021. Die Reingewinnmarge liegt bei 3.9% (Vorjahr: 5.2%).

Unsicherheiten auch in der zweiten Jahreshälfte

Eine Aufhellung der eingetrübten gesamtwirtschaftlichen und geopolitischen Lage mit Rückkoppelung auf die Konsumnachfrage und steigenden Zins- und Währungsrisiken ist nicht absehbar. Auch die stark fluktuierenden Infektionszahlen erinnern uns daran, dass Corona nicht verschwunden ist.

Entsprechend bleiben wir auch im zweiten Halbjahr gefordert, höchst diszipliniert und kostenbewusst zu agieren und Einkaufspreissteigerungen verantwortungsvoll zu überwälzen. Die Wirkung der Verkaufspreiserhöhungen dürfte im Verlauf des zweiten Halbjahres zu einer Verbesserung der Margensituation beitragen, angesichts der herausfordernden Rahmenbedingungen und weiterhin historisch hohen Inputkosten den Rückstand aus dem ersten Halbjahr jedoch nicht vollständig kompensieren.

Während wir an unserer Mittelfristprognose festhalten, passen wir unseren Ausblick für das Gesamtjahr auf Stufe EBIT leicht an – von bisher CHF 290 Millionen bis 305 Millionen auf neu CHF 265 Millionen bis 280 Millionen –, ebenso wie bei der Reingewinnmarge mit 4.5% bis 5.0% (bisher 5.0% bis 5.5%). Bei der Umsatzentwicklung gehen wir inputkosten- und inflationsbedingt von einem höheren organischen Wachstum von 5% bis 6% aus (bisher 2.5% bis 3.5%) mit Bandbreiten für die Division Americas von 10% bis 12% (bisher 6% bis 8%), die Division Europa von 6% bis 8% (bisher 3% bis 5%) und die Division Schweiz von 0.5% bis 1.5% (bisher -1% bis 0%).

Profitabilität im Fokus

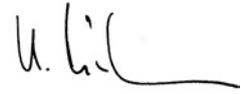
Während das Augenmerk im zweiten Halbjahr 2022 auf der operativen Verbesserung der Profitabilität liegt, bleibt es wichtig, die langfristige Entwicklung von Emmi erfolgreich weiter zu gestalten. Entsprechend investieren wir weiterhin konsequent in unsere Mitarbeitenden, in erfolgreiche Produkte und in unsere Marken sowie in wertschaffende Projekte.

Auch die nachhaltige Gestaltung unserer Produkte und Prozesse bleibt integraler Bestandteil unserer Strategie. Damit stärken wir auch unsere Fähigkeit, langfristig Wert zu schaffen und attraktiv zu bleiben – gerade auch für junge Menschen. Wer zuwartet, riskiert, diese als Konsumentinnen und Konsumenten zu verlieren.

Wir danken Ihnen für das Vertrauen in Emmi und unsere Marken sowie Ihre Unterstützung auf unserem Weg.



Konrad Graber
Präsident des Verwaltungsrats



Urs Riedener
CEO

Die besten Milchmomente im Herzen

Die besten Milchmomente zu kreieren, ist unsere Leidenschaft. Dies drückt auch der Emmi Purpose aus, der unser Handeln leitet – heute und in Zukunft.

Langfristig Verantwortung übernehmen – dafür steht Emmi seit jeher. Diese Überzeugung drückt auch unser Purpose aus. Dieser 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 mit Integrität langfristig weiterentwickeln und Mehrwert für alle unsere Anspruchsgruppen schaffen.

Während wir unser Geschäft nachhaltig und profitabel betreiben und zunehmend international ausrichten, bleiben unsere Schweizer Wurzeln und unsere hohen Qualitätsstandards unangetastet. Ebenso unsere Fähigkeit, unternehmerisch zu agieren, mit Innovationen Akzente zu setzen und ein Spektrum vom artisanalen Kleinbetrieb bis hin zu hochmodernen Produktionsanlagen zu betreiben.

Zentral für unser verantwortungsvolles Geschäftsmodell 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 leisten wir damit einen Beitrag zur Wertschöpfung in ländlichen Regionen.

Damit die besten Milchmomente Emmi Momente werden – heute und für kommende Generationen.

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



Bewährtes weiterentwickeln

Der nachhaltige, wirtschaftliche Erfolg von Emmi beruht auf einer fokussierten und bewährten Strategie. Als Rezept für eine erfolgreiche Zukunft haben wir diese weiterentwickelt.

Unser einzigartiges Erbe in der Herstellung von hochwertigen Milchprodukten haben wir auf der Basis unseres verantwortungsvollen Geschäftsmodells und einer bewährten Strategie erfolgreich in die Zukunft überführt.

Ergänzt durch gezielte Übernahmen sind wir so von einer regional verankerten Organisation zu einer international erfolgreichen Gruppe gewachsen. Mit starken Markenkonzepthen, relevanten Innovationen und einem diversifizierten Portfolio sowie einer höchst agilen, lokal verankerten Organisation haben wir auch den Stresstest einer globalen Krise erfolgreich gemeistert. Auch wenn uns kurzfristig die beispiellose Entwick-

lung der Inputkosten etwas zurückbindet, nutzen wir diese gute Ausgangslage, um unsere Stärken gezielt auszubauen und auch in Zukunft wettbewerbsfähig sowie erfolgreich zu agieren. Entsprechend haben wir unsere bewährte Strategie geschärft und rücken relevante Zukunftsthemen sowie veränderte Bedürfnisse unserer Anspruchsgruppen noch stärker in den Mittelpunkt unseres Geschäftsmodells.

Als Rezept für eine erfolgreiche Zukunft helfen uns der Emmi Purpose und unsere Strategie, fokussiert das Richtige zu tun, Verantwortung für morgen zu übernehmen und in einer volatilen Welt für Veränderungen bestmöglich gerüstet zu sein.



Die führende Milchverarbeiterin in der Schweiz

In der Schweiz liegen unsere Wurzeln und hier sind wir die Nummer 1. Diese strategisch zentrale Position wollen wir nachhaltig festigen. Wir erreichen dies mit innovativen Konzepten, einem exzellenten Kundenservice und, wenn sinnvoll, mit neuen Geschäftsfeldern.



Stark aufgestellt in internationalen Märkten

Alle Gesellschaften der Emmi Familie tragen im Verbund zum Erreichen unserer gemeinsamen Ziele bei. 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.



Eine innovative Vorreiterin in ausgewählten Nischen

Wir wollen noch näher an unsere Konsumentinnen und Konsumenten rücken und uns mit durchdachten Innovationen von unserer Konkurrenz abheben. Besonderen Fokus legen wir auf Nischen, in denen wir bereits über führende Marktpositionen verfügen oder diese anstreben.



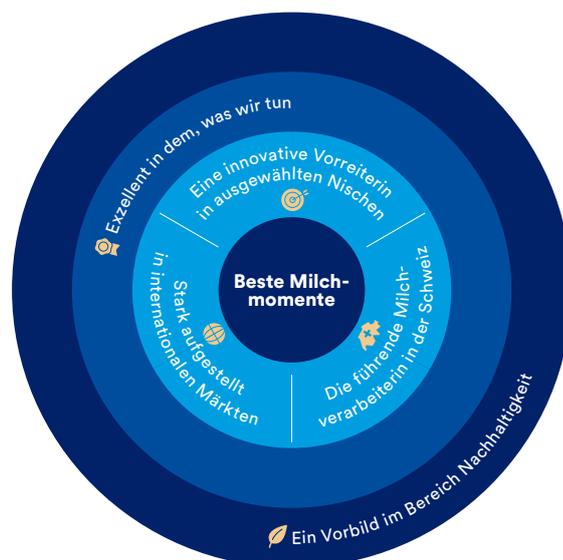
Exzellente in dem, was wir tun

Durch exzellentes, bereichsübergreifendes Handeln und Führen entwickeln wir uns bei ausgewählten Themen zum Massstab unserer Branche.



Ein Vorbild im Bereich Nachhaltigkeit

Anknüpfend an unsere Tradition, ist Nachhaltigkeit integraler Bestandteil unseres Geschäftsmodells und unserer Strategie. Wir streben langfristig profitables Wachstum sowie Mehrwert für alle unsere Anspruchsgruppen an.



Unsere Ambition für die Zukunft

Gemeinsam schaffen wir die besten Milchmomente – heute und für kommende Generationen.

Unser langfristiger Erfolg hängt von nachhaltigem und profitablen Wachstum sowie einem intakten Planeten ab. Als wichtige Akteurin in der Milchwirtschaft wollen wir unsere Branche weiterhin positiv beeinflussen, indem wir wirtschaftliche, soziale sowie ökologische Aspekte in Einklang bringen 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 Ziel des Pariser UN-Abkommens.



Unterstützung der UN-Ziele für nachhaltige Entwicklung



Gemeinsam für eine nachhaltige Zukunft



Für unsere Mitarbeitenden sorgen

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



Für die Gesellschaft sorgen

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



Für die Umwelt sorgen

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

Nachhaltigkeit und Verantwortung

Code of Conduct

Der Emmi Verhaltenskodex gibt vor, nach welchen Werten und Grundsätzen wir unsere Verantwortung gegenüber unseren Anspruchsgruppen wahrnehmen.

Corporate Governance

Dem Prinzip der guten und transparenten Governance verpflichtet und basierend auf den Vorgaben der SIX Swiss Exchange sowie nationalen und internationalen Best Practice Vorgaben, verfügen wir über einen klaren Rahmen von Werten, Grundsätzen sowie Regeln und Vorschriften. Diese geben vor, wie Emmi als Unternehmen geführt und weiterentwickelt wird.

UK Modern Slavery Act

Unsere Verantwortung nehmen wir auch hinsichtlich fundamentaler Menschenrechte wahr.

Nachhaltigkeitsbericht (GRI)

Mit der Berichterstattung nach Vorgaben der Richtlinien der Global Reporting Initiative (GRI) informieren wir seit 2011 transparent über unser Nachhaltigkeitsengagement.

Nachhaltigkeitsmodell

Unser langjähriges Engagement haben wir in einem umfassenden und auf ambitionierten Zielsetzungen fussenden Gesamtansatz zusammengefasst.

Umweltkennzahlen (KPIs)

Emmi weist Kennzahlen in Bezug auf Treibhausgasemissionen, Energie- sowie Wasserverbrauch und Abfall aus.

Materialitätsmatrix

Themen, die für uns und unsere Stakeholder von besonderer Relevanz sind und bei denen wir die grösste positive Wirkung erzielen können, stehen im Fokus unseres Nachhaltigkeitsmodells.

Stakeholdermatrix

Der Vielfalt sowie den unterschiedlichen Bedürfnissen und Ansprüchen unserer Stakeholder tragen wir mit einem differenzierten Ansatz Rechnung: Vom aktiven Einbezug gesellschaftlicher Gruppen, über den regelmässigen Dialog bis hin zum institutionalisierten Austausch.

netZERO 2050 Roadmap

Wir verfolgen wissenschaftsbasierte Reduktionsziele (SBTi) entlang der ganzen Wertschöpfungskette ausgerichtet auf unsere netZERO 2050 Vision. Ein CO₂-Reduktionspfad mit klaren Zwischenzielen dient uns dabei als verbindliche Richtschnur.

Erläuterungen zum Halbjahresergebnis

Umsatz

Emmi erzielte im ersten Halbjahr des Geschäftsjahres 2022 einen Umsatz von CHF 2'016.5 Millionen gegenüber CHF 1'883.6 Millionen in der Vorjahresperiode. Dies entspricht einem Wachstum von insgesamt 7.1 %. Bereinigt um positive Akquisitionseffekte von 2.3 % und netto negative Währungseffekte von 0.6 % resultierte ein erfreuliches organisches Wachstum von 5.4 %. Dieses liegt deutlich über der eigenen Prognose für das Gesamtjahr (2.5 % bis 3.5 %). Mit einer hohen organischen Wachstumsdynamik zeichnete sich erneut das Auslandsgeschäft in den Divisionen Americas (11.8 %) und Europa (6.5 %) aus, während sich die Division Schweiz mit einem organischen Wachstum von 0.8 % weitgehend stabil entwickelte.

Die Geschäftsentwicklung im ersten Halbjahr 2022 war gekennzeichnet von massiven Kostensteigerungen bei Rohstoffen, Material, Logistik und Energie sowie anhaltenden Disruptionen in den globalen Lieferketten verstärkt durch stark inflationäre Entwicklungen. Das organische Wachstum, insbesondere der internationalen Divisionen, ist daher stark geprägt von inputkosten- und inflationsbedingten Preiseffekten. In der Division Americas sind neben den Wachstumsmärkten Brasilien, Mexiko und Tunesien vor allem die Gesellschaften in den USA und in Spanien für das Umsatzwachstum verantwortlich. Das Wachstum der Division Europa wird in erster Linie von der anhaltenden Dynamik und der Innovationskraft unserer italienischen Dessertgesellschaften getrieben sowie auch von der weiterhin positiven Entwicklung von Emmi Caffè Latte in allen europäischen Märkten. Den Umsatz leicht ausweiten konnte auch die Division Schweiz. Neben Preiseffekten und einer positiven Entwicklung bei Markenkonzepten trug die Erholung des Food Service- und Industriekundengeschäfts nach coronabedingten Rückgängen in den Vorjahren dazu bei, den Volumentrückgang im Detailhandel zu kompensieren. Dieser erwartete Rückgang ist auf eine Normalisierung der Einkaufsvolumen nach den von der Pandemie geprägten Vorjahren zurückzuführen sowie auf den durch die anhaltend hohen, von der Euro-Schwäche zusätzlich verstärkten Import- und Preisdruck.

Der positive Akquisitionseffekt ist auf den Erwerb des Athenos-Geschäfts im für Emmi bedeutendsten Auslandsmarkt USA zurückzuführen (1. Dezember 2021).

Interne Verschiebungen von Distributionskanälen einzelner Kunden führten zudem zu Akquisitions- beziehungsweise Devestitionseffekten in den Divisionen Global Trade und Europa. Auf die Gruppe hatten diese Verschiebungen zwischen einzelnen Divisionen jedoch keinen Einfluss.

Die Gesellschaften in Frankreich gehören seit dem 1. Januar 2022 der Division Europa an (zuvor Division Americas). Zur besseren Vergleichbarkeit wurden die Vorjahreszahlen in den nachfolgenden Umsatztabellen der beiden Divisionen entsprechend angepasst.

Im Folgenden wird die Umsatzentwicklung in den Divisionen Schweiz, Americas, Europa und Global Trade erläutert.

Umsatzentwicklung Schweiz

in CHF Millionen	Umsatz 1. HJ 2022	Umsatz 1. HJ 2021	Differenz 2022/2021	Akquisitions- effekt	Wachstum organisch
Molkereiprodukte	323.0	330.2	-2.2 %	-	-2.2 %
Käse	182.2	189.2	-3.7 %	-	-3.7 %
Frischprodukte	177.0	172.4	2.7 %	-	2.7 %
Frischkäse	52.1	53.0	-1.8 %	-	-1.8 %
Pulver/Konzentrate	38.3	26.8	42.9 %	-	42.9 %
Übrige Produkte/Dienstleistungen	35.5	30.2	17.5 %	-	17.5 %
Total Schweiz	808.1	801.8	0.8 %	-	0.8 %

Die Division Schweiz erwirtschaftete einen Nettoumsatz von CHF 808.1 Millionen gegenüber CHF 801.8 Millionen in der Vorjahresperiode. Das daraus resultierende organische Wachstum von 0.8 % liegt über der eigenen Prognose für das Gesamtjahr (-1 % bis 0 %). Für das Wachstum mitverantwortlich ist neben Preiseffekten die Erholung des Food Service- und Industriekundengeschäfts nach coronabedingten Rückgängen in den Vorjahren. Weiterhin erfreulich entwickelten sich zudem die Umsätze mit differenzierten Markenkonzepten wie Emmi Caffè Latte oder Emmi Energy Milk. Diesen positiven Effekten stehen die erwarteten Volumentrübkänge im Detailhandelsgeschäft gegenüber, die einerseits eine Normalisierung der von der Pandemie geprägten Vorjahre, andererseits den anhaltend hohen, durch die Euro-Schwäche verstärkten Import- und Preisdruck widerspiegeln. Der Anteil der Division Schweiz am Konzernumsatz beträgt 40.1 % (Vorjahr: 42.5 %).

Der Umsatz mit **Molkereiprodukten** (Milch, Rahm, Butter) sank im ersten Halbjahr 2022 von CHF 330.2 Millionen auf CHF 323.0 Millionen. Der organische Rückgang von 2.2 % spiegelt die wesentlich geringeren Absatzmengen im Detailhandel wider, vor allem bei Milch, und vermochte durch Preiseffekte nur teilweise kompensiert werden.

Das Segment **Käse** verzeichnete einen Rückgang um 3.7 % auf CHF 182.2 Millionen gegenüber CHF 189.2 Millionen in der Vorjahresperiode. Diese Abnahme betrifft vor allem traditionelle Sortenkäse im Detailhandelsgeschäft, was im Wesentlichen eine weitere Normalisierung der Einkaufsvolumen nach den von der Pandemie geprägten Vorjahre darstellt.

Bei den **Frischprodukten** konnte mit dem Anstieg von CHF 172.4 Millionen auf CHF 177.0 Millionen ein organisches Wachstum von 2.7 % erzielt werden. Die wesentlichen Treiber dieses erfreulichen Wachstums sind insbesondere die bewährten Markenkonzepte Emmi Caffè Latte und Emmi Energy Milk.

Der Umsatz mit **Frischkäse** sank von CHF 53.0 Millionen auf CHF 52.1 Millionen. Das entspricht einem organischen Rückgang von 1.8 %, was wiederum auf die rückläufigen Volumen im Detailhandel, insbesondere bei Quark, zurückzuführen ist.

Das Segment **Pulver/Konzentrate** erwirtschaftete einen Umsatz von CHF 38.3 Millionen gegenüber CHF 26.8 Millionen in der Vorjahresperiode. Das organische Wachstum von 42.9 % beruht auf den höheren Absatzmengen von Milchpulver an Industriekunden nach pandemiebedingten Einbussen in den Vorjahren.

Bei den **Übrigen Produkten/Dienstleistungen** wuchs der Umsatz organisch um 17.5 % von CHF 30.2 Millionen auf CHF 35.5 Millionen. Dieses Wachstum betrifft primär die gestiegenen Umsätze mit veganen Produkten der Marke Beleaf.

Umsatzentwicklung Americas

in CHF Millionen	Umsatz 1. HJ 2022	Umsatz 1. HJ 2021	Differenz 2022/2021	Akquisitions- effekt	Währungs- effekt	Wachstum organisch
Käse	307.1	249.1	23.3 %	17.5 %	3.4 %	2.4 %
Molkereiprodukte	212.3	188.5	12.6 %	–	-2.5 %	15.1 %
Frischprodukte	159.0	140.2	13.4 %	–	-0.5 %	13.9 %
Frischkäse	47.1	32.9	43.3 %	–	10.9 %	32.4 %
Pulver/Konzentrate	19.0	12.5	52.2 %	–	13.0 %	39.2 %
Übrige Produkte/Dienstleistungen	54.1	44.8	20.5 %	0.7 %	-0.6 %	20.4 %
Total Americas	798.6	668.0	19.6 %	6.6 %	1.2 %	11.8 %

Die Division Americas umfasst die Emmi Gruppengesellschaften in den USA, Brasilien, Spanien, Tunesien, Chile, Mexiko und Kanada. Seit dem 1. Januar 2022 gehören die Gesellschaften in Frankreich der Division Europa an (zuvor Division Americas). Zur besseren Vergleichbarkeit wurden die Vorjahreszahlen entsprechend angepasst.

In der Division Americas stieg der Umsatz im ersten Halbjahr 2022 von CHF 668.0 Millionen auf CHF 798.6 Millionen. Das Wachstum von insgesamt 19.6 % ist neben der Akquisition des Athenos-Geschäfts mit Feta-Spezialitäten in den USA vor allem auf das von inputkosten- und inflationsbedingten Preiseffekten getriebene hohe organische Wachstum von 11.8 % zurückzuführen. Dieses übertrifft die eigene Prognose für das Gesamtjahr (6 % bis 8 %) im ersten Halbjahr deutlich. Der Anteil der Division Americas am Konzernumsatz beträgt 39.6 % (Vorjahr: 35.5 %) und entspricht damit annähernd dem Wert der Division Schweiz (40.1 %).

Der Umsatz im Segment **Käse** betrug CHF 307.1 Millionen verglichen mit CHF 249.1 Millionen in der Vorjahresperiode, was einem Zuwachs von insgesamt 23.3 % entspricht. Bereinigt um den Akquisitionseffekt aus dem Erwerb des Athenos-Geschäfts in den USA und den negativen Währungseffekten resultierte ein organisches Wachstum von 2.4 %. Einen wesentlichen positiven Beitrag dazu leisteten insbesondere die Gesellschaften in den USA, sowohl mit lokal hergestelltem als auch aus der Schweiz importierten Käsespezialitäten. Positiv entwickelte sich auch das Handelsgeschäft in Mexiko. Der auf Lieferschwierigkeiten zurückzuführende Umsatzrückgang in Chile hemmte jedoch die Entwicklung in diesem Segment.

Bei den **Molkereiprodukten** stieg der Umsatz insgesamt um 12.6 % von CHF 188.5 Millionen auf CHF 212.3 Millionen. Nach Berücksichtigung der negativen Währungseffekte resultierte ein hohes organisches Wachstum von 15.1 %. Brasilien ist dank positiver Preiseffekte sowie der Inbetriebnahme einer neuen Fabrik für UHT-Milch im Vorjahr der wesentliche Treiber dieser Entwicklung. Darüber hinaus leisteten auch Spanien mit Milch und Tunesien mit Butter einen positiven Beitrag zum dynamischen Umsatzwachstum.

Der Umsatz mit **Frischprodukten** verzeichnete ebenfalls einen deutlichen Anstieg um 13.4 % von CHF 140.2 Millionen auf CHF 159.0 Millionen. Den grössten Beitrag zum organischen Wachstum von 13.9 % leisteten die in den USA hergestellten Dessertspezialitäten. Erfreulich ist zudem, dass Emmi Caffè Latte in Spanien das Momentum in Mehrverkäufe umsetzen und damit ebenfalls wesentlich zum organischen Wachstum beitragen konnte.

Die Umsätze in den Segmenten **Frischkäse** und **Pulver/Konzentrate** sind mit CHF 47.1 Millionen beziehungsweise CHF 19.0 Millionen für die Division zwar von geringerer Bedeutung, verzeichneten mit 32.4 % beziehungsweise 39.2 % jedoch ein hohes organisches Wachstum, insbesondere in Brasilien.

Bei den **Übrigen Produkten/Dienstleistungen** wurde ein Umsatz von CHF 54.1 Millionen erwirtschaftet, was einem organischen Wachstum von 20.4 % entspricht. Dieses ist primär auf Mehrumsätze mit veganen Produkten in Spanien und Kalifornien sowie auf das Handelsgeschäft in Mexiko zurückzuführen.

Umsatzentwicklung Europa

in CHF Millionen	Umsatz 1. HJ 2022	Umsatz 1. HJ 2021	Differenz 2022/2021	Akquisitions- effekt	Währungs- effekt	Wachstum organisch
Frischprodukte	178.7	171.3	4.3 %	–	-5.7 %	10.0 %
Käse	59.5	78.5	-24.3 %	-8.4 %	-4.5 %	-11.4 %
Molkereiprodukte	50.5	46.4	8.7 %	–	-6.6 %	15.3 %
Frischkäse	21.3	18.2	17.6 %	–	-7.2 %	24.8 %
Pulver/Konzentrate	19.6	19.8	-0.9 %	–	-6.0 %	5.1 %
Übrige Produkte/Dienstleistungen	18.5	17.7	5.1 %	–	-6.7 %	11.8 %
Total Europa	348.1	351.9	-1.1 %	-1.9 %	-5.7 %	6.5 %

Die Division Europa umfasst die Emmi Gruppengesellschaften in Deutschland, Italien, Niederlande, Frankreich, Grossbritannien und Österreich. Seit dem 1. Januar 2022 gehören die Gesellschaften in Frankreich der Division Europa an (zuvor Division Americas). Zur besseren Vergleichbarkeit wurden die Vorjahreszahlen entsprechend angepasst.

Im ersten Halbjahr 2022 belief sich der Umsatz in der Division Europa auf CHF 348.1 Millionen. Im Vergleich zu CHF 351.9 Millionen in der Vorjahresperiode entspricht dies einem Umsatzrückgang von 1.1 %. Unter Ausschluss von negativen Akquisitions- und Währungseffekten resultierte aus organischer Sicht ein Wachstum von 6.5 %, das über der eigenen Erwartung für das Gesamtjahr (3 % bis 5 %) liegt. Inputkosten- und inflationsbedingte Preiseffekte haben auch in der Division Europa die Umsatzentwicklung stark mitbeeinflusst. Der Anteil der Division Europa am Konzernumsatz beträgt 17.3 % (Vorjahr: 18.7 %).

Bei den **Frischprodukten** resultierte ein Umsatz von CHF 178.7 Millionen, was einem Wachstum von 4.3 % entspricht. Bereinigt um negative Währungseffekte beträgt das organische Wachstum erfreuliche 10.0 %. Dieses ist hauptsächlich auf das Geschäft mit innovationsstarken Dessertspezialitäten aus Italien sowie die anhaltend positive Dynamik von Emmi Caffè Latte in allen europäischen Märkten zurückzuführen.

Im Segment **Käse** betrug der Umsatz CHF 59.5 Millionen verglichen mit CHF 78.5 Millionen in der Vorjahresperiode, was einem Rückgang von 24.3 % beziehungsweise organisch von 11.4 % entspricht. Die Abnahme betraf hauptsächlich Deutschland und die Niederlande mit aus der Schweiz importierten Käsespezialitäten. Zurückzuführen ist diese Entwicklung auf eine Normalisierung im Vergleich zu den pandemiebeeinflussten hohen Volumen der Vorjahresperiode, insbesondere im Thekenbereich, verstärkt durch Anzeichen einer preis- und wechselkursbeeinflussten Eintrübung der Nachfrage.

Der Umsatz im Segment **Molkereiprodukte** stieg um 8.7 % von CHF 46.4 Millionen in der Vorjahresperiode auf CHF 50.5 Millionen. Das organische Wachstum belief sich auf 15.3 % und ist hauptsächlich auf den Zuwachs bei Bio-Milch der Gläsernen Molkerei in Deutschland zurückzuführen.

Im Segment **Frischkäse** betrug der Umsatz CHF 21.3 Millionen gegenüber CHF 18.2 Millionen in der Vorjahresperiode, was einem Wachstum von 17.6 % beziehungsweise organisch von 24.8 % entspricht. Dieses Wachstum reflektiert die weitere Erholung der Umsätze mit Ziegenfrischkäse bei Bettinehoeve in den Niederlanden. Während der Pandemie war der Absatz aufgrund des hohen Umsatzanteils im Food Service-Geschäft zwischenzeitlich eingebrochen.

Der mit **Pulver/Konzentraten** erwirtschaftete Umsatz sank um 0.9 % auf CHF 19.6 Millionen gegenüber CHF 19.8 Millionen in der Vorjahresperiode. Der organische Umsatz wuchs jedoch um 5.1 %, was auf das Geschäft mit Ziegenmilchpulver in den Niederlanden zurückzuführen ist.

Im betragsmässig kleinsten Segment **Übrige Produkte/Dienstleistungen** erwirtschaftete die Division Europa einen Umsatz von CHF 18.5 Millionen gegenüber CHF 17.7 Millionen in der Vorjahresperiode.

Umsatzentwicklung Global Trade

in CHF Millionen	Umsatz 1. HJ 2022	Umsatz 1. HJ 2021	Differenz 2022/2021	Akquisitions- effekt	Wachstum organisch
Käse	30.3	25.4	19.5 %	26.0 %	-6.5 %
Frischprodukte	18.2	17.7	2.8 %	–	2.8 %
Pulver/Konzentrate	11.9	16.8	-29.1 %	–	-29.1 %
Molkereiprodukte	0.8	1.3	-42.1 %	–	-42.1 %
Übrige Produkte/Dienstleistungen	0.5	0.7	-27.8 %	–	-27.8 %
Total Global Trade	61.7	61.9	-0.4 %	10.6 %	-11.0 %

Die Division Global Trade beinhaltet primär Direktverkäufe und Entlastungsexporte aus der Schweiz an Kunden in Ländern, in denen Emmi keine eigenen Gesellschaften hat. Dazu gehören die asiatischen und osteuropäischen Märkte, die meisten südamerikanischen Länder und die Arabische Halbinsel. Der Anteil der Division Global Trade am Konzernumsatz beträgt 3.0 % (Vorjahr: 3.3 %).

In der Division Global Trade resultierte im ersten Halbjahr 2022 ein Umsatz von CHF 61.7 Millionen im Vergleich zu CHF 61.9 Millionen in der Vorjahresperiode. Der Rückgang von insgesamt 0.4 % entspricht bereinigt um Akquisitionseffekte einem organischen Rückgang von 11.0 %.

Der organische Umsatzrückgang von 6.5 % im Segment **Käse** ist in erster Linie auf die Einstellung der Lieferungen nach Russland zurückzuführen. Im Segment **Frischprodukte** resultierte ein organisches Wachstum von 2.8 %. Diese positive Entwicklung ist primär geprägt von wachsenden Verkaufszahlen bei Jogurt im asiatischen Raum. Der Rückgang von 29.1 % im Segment **Pulver/Konzentrate** spiegelt die geringeren Entlastungsexporte von Magermilchpulver wider, die in der Vorjahresperiode aufgrund des geringeren Inlandsabsatzes notwendig waren.

Bruttogewinn

Der **Bruttogewinn** betrug im ersten Halbjahr CHF 707.4 Millionen (Vorjahr: CHF 699.8 Millionen), was einem Anstieg von CHF 7.6 Millionen entspricht. Während sich das organische Wachstum sowie der Erwerb des Athenos-Geschäfts in den USA im Vorjahr positiv auf den Bruttogewinn auswirkten, schlugen insgesamt negative Fremdwährungseffekte sowie insbesondere die im Vorjahresvergleich deutlich tiefere **Bruttogewinnmarge** von 35.1 % (gegenüber hohen 37.2 % in der Vorjahresperiode) negativ zu Buche. Massiv höhere Inputkosten und zeitlich verzögert wirkende Verkaufspreiserhöhungen führten zu dieser Entwicklung. Trotz umfangreichen Massnahmen, wie insbesondere Verkaufspreiserhöhungen zur Eindämmung der stark negativen und durch den Krieg in der Ukraine teilweise weiter verstärkten Effekte, sowie aufgrund anhaltender Engpässe in den globalen Lieferketten und auf dem Arbeitsmarkt, konnten bisher nur ein Teil der Mehrkosten kompensiert werden. Gemildert wurden diese negativen Effekte durch weitere strategische Fortschritte bei der Transformation des Gesellschafts- und Sortimentsportfolio sowie durch die abermals intensivierte Massnahmen zur Produktivitätssteigerung sowie in der Beschaffung.

Betriebsergebnis

Der **Betriebsaufwand** stieg im Vorjahresvergleich um CHF 30.5 Millionen auf CHF 545.8 Millionen (Vorjahr: CHF 515.3 Millionen). Auch hier schlugen sich massive Kostensteigerungen nieder. Diese betrafen primär die Logistik- und Energiekosten, die allerdings durch im Verhältnis zum Umsatz niedrigere Personal-, Marketing- und Verkaufsaufwendungen überkompensiert werden konnten. Insgesamt sank der Betriebsaufwand in Relation zum Umsatz daher leicht von 27.4 % in der Vorjahresperiode auf 27.1 %. Die Einbussen bei der Bruttogewinnmarge konnte damit aber nur geringfügig reduziert werden, was die Profitabilität letztlich belastete.

Der **Personalaufwand** erhöhte sich von CHF 268.8 Millionen in der Vorjahresperiode auf CHF 281.6 Millionen. Der Anstieg von CHF 12.8 Millionen erfolgte im Verhältnis zur Umsatzentwicklung unterproportional von 14.3 % in der Vorjahresperiode auf 14.0 % im ersten Halbjahr 2022. Während dieses Verhältnis aus organischer Sicht praktisch stabil war, ist der Hauptgrund für den relativen Rückgang im Akquisitionseffekt des Athenos-Geschäfts in den USA zu finden.

Der **Sonstige Betriebsaufwand** betrug in der Berichtsperiode CHF 264.3 Millionen (Vorjahr: CHF 246.5 Millionen) und stieg im Vorjahresvergleich um CHF 17.8 Millionen. Als Folge des Ukrainekriegs sowie der weiterhin disruptiven globalen Lieferketten nahmen vor allem die Energie- und Logistikkosten nochmals signifikant zu. Diese Kostenerhöhungen konnten durch Einsparungen bei den Marketing- und Verkaufsaufwendungen, die von CHF 67.7 Millionen in der Vorjahresperiode auf CHF 60.6 Millionen abnahmen, kompensiert werden. Der sonstige Betriebsaufwand blieb damit im Verhältnis zum Umsatz insgesamt konstant bei 13.1 %.

Die **Anderen betrieblichen Erträge** betragen im ersten Halbjahr CHF 2.1 Millionen gegenüber CHF 1.9 Millionen in der Vorjahresperiode.

Als Folge dieser Entwicklung sank das **Betriebsergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)** im ersten Halbjahr 2022 um CHF 22.7 Millionen auf CHF 163.7 Millionen (Vorjahr: CHF 186.4 Millionen). Die **EBITDA-Marge** belief sich auf 8.1 % gegenüber 9.9 % in der Vorjahresperiode.

Die **Abschreibungen auf Sachanlagen** verzeichneten eine Abnahme um CHF 3.3 Millionen von CHF 52.2 Millionen auf CHF 48.9 Millionen in der Berichtsperiode. Die **Amortisationen auf immateriellen Anlagen** stiegen hingegen leicht von CHF 4.8 Millionen auf CHF 6.2 Millionen.

Das **Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)** betrug CHF 108.6 Millionen und lag damit um CHF 20.8 Millionen unter dem EBIT der Vorjahresperiode (CHF 129.4 Millionen). Als Folge der beschriebenen inputkostenbedingten Margenentwicklungen sank auch die **EBIT-Marge** auf 5.4 % im ersten Halbjahr 2022 (Vorjahr: 6.9 %). Der Margenrückstand auf Stufe Bruttogewinn konnte somit durch die im Vergleich zum Umsatz niedrigeren Betriebsaufwendungen und Abschreibungen auf Sachanlagen nur teilweise reduziert werden.

Sondereffekte im Halbjahresabschluss 2022

In der Berichtsperiode wie auch in der Vorjahresperiode waren keine wesentlichen Sondereffekte zu verzeichnen. Emmi verzichtet deshalb auf den Ausweis bereinigter Ergebnisse.

Ergebnis von assoziierten Gesellschaften, Finanzergebnis und Ertragssteuern

Beim **Ergebnis von assoziierten Gesellschaften und Gemeinschaftsorganisationen** resultierte im ersten Halbjahr 2022 ein Gewinn von CHF 0.1 Millionen gegenüber CHF 3.1 Millionen in der Vorjahresperiode.

Das **Finanzergebnis** (Nettofinanzaufwand) stieg gegenüber dem Vorjahr um CHF 6.3 Millionen auf CHF 10.5 Millionen (Vorjahr: CHF 4.2 Millionen). Diese Zunahme reflektiert einerseits ein schlechteres Fremdwährungsergebnis aufgrund höherer Absicherungskosten und andererseits einen höheren Nettozinsaufwand. Dieser resultierte aus der am Ende des vergangenen Jahres ausgegebenen Anleiheobligation zur Finanzierung der Akquisition des Athenos-Geschäfts in den USA sowie aufgrund der im Allgemeinen gestiegenen Finanzierungskosten.

Die **Ertragssteuern** betragen in der Berichtsperiode CHF 17.2 Millionen im Vergleich zu CHF 21.2 Millionen in der Vorjahresperiode. Die für das Gesamtjahr 2022 erwartete Steuerquote beträgt damit 17.5 % (Vorjahr: 16.5 %).

Reingewinn

Der **Unternehmensgewinn inklusive Minderheitsanteile** betrug CHF 81.0 Millionen gegenüber CHF 107.1 Millionen in der Vorjahresperiode.

Die **Minderheitsanteile** am Unternehmensgewinn betragen CHF 2.9 Millionen gegenüber CHF 8.4 Millionen in der Vorjahresperiode. Die Abnahme um CHF 5.5 Millionen ist auf niedrigere Ergebnisse von Gesellschaften mit Minderheitsanteilen sowie auf Zukäufe von Minderheitsanteilen im ersten Halbjahr zurückzuführen.

Nach Abzug der Minderheitsanteile resultierte somit ein **Reingewinn** von CHF 78.1 Millionen (Vorjahr: CHF 98.7 Millionen). Entsprechend sank der Reingewinn um CHF 20.6 Millionen beziehungsweise 20.8 %. Die **Reingewinnmarge** belief sich auf 3.9 % (Vorjahr: 5.2 %) und der **Reingewinn pro Aktie** betrug per Ende des ersten Halbjahres CHF 14.61 (Vorjahr: CHF 18.45).

Vermögenslage, Finanzierung und Geldfluss

Die **Bilanzsumme** zum 30. Juni 2022 erhöhte sich gegenüber dem Stand per 31. Dezember 2021 um CHF 68.0 Millionen beziehungsweise um 2.8 % auf CHF 2'539.4 Millionen. Das **operative Nettoumlaufvermögen** betrug CHF 644.5 Millionen und stieg somit um CHF 55.1 Millionen gegenüber dem 31. Dezember 2021. Dieser Anstieg erfolgte mit 9.4 % überproportional zur Umsatzentwicklung und resultierte primär aufgrund höherer Lagerbestände, auch zur Sicherstellung der Lieferfähigkeit. Das Anlagevermögen verzeichnete eine Zunahme um insgesamt CHF 38.0 Millionen, was hauptsächlich auf im Verhältnis zu den Abschreibungen höhere Investitionen in das Sachanlagevermögen zurückzuführen ist. Während auf der Finanzierungsseite die kurzfristigen Bankschulden um CHF 49.2 Millionen anstiegen, nahmen die langfristigen Bankschulden gleichzeitig um CHF 12.8 Millionen ab. Die leicht höheren Finanzschulden in Kombination mit dem geringeren Bestand an flüssigen Mitteln resultierte in einer **Nettoverschuldung** von CHF 509.3 Millionen per 30. Juni 2022 gegenüber CHF 389.4 Millionen per 31. Dezember 2021. Die **Eigenkapitalquote** lag per 30. Juni 2022 bei 46.5 % gegenüber leicht höheren 47.8 % per 31. Dezember 2021.

Der **Geldzufluss aus der Betriebstätigkeit** betrug CHF 53.4 Millionen und lag damit um CHF 46.7 Millionen unter dem Vorjahreswert von CHF 100.1 Millionen. Diese negative Abweichung ist getrieben von Einbussen bei der Profitabilität auf Stufe EBITDA sowie von der Entwicklung des Nettoumlaufvermögens. Die Erhöhung des Nettoumlaufvermögens belastete den Geldfluss aus Betriebstätigkeit im Berichtsjahr um insgesamt CHF 71.9 Millionen. In der Vorjahresperiode fiel dieser Wert mit CHF 41.3 Millionen geringer aus. Die im Vorjahresvergleich höhere Investition in das operative Nettoumlaufvermögen ist in der Nettosicht neben dem Umsatzwachstum vor allem auf die Integration des Athenos-Geschäfts in den USA zurückzuführen. Bei den sonstigen Forderungen und aktiven Rechnungsabgrenzungen resultierte die im Vorjahresvergleich stärkere Zunahme primär aus einem bezahlten Margenausgleich zur langfristigen Absicherung von Zins- und Währungsrisiken. Einen hingegen positiven Einfluss auf den Geldfluss aus Betriebstätigkeit hatten geringere Steuerzahlungen. Der **Geldabfluss aus der Investitionstätigkeit** lag mit CHF 107.2 Millionen um CHF 41.9 Millionen über dem Vorjahreswert von CHF 65.3 Millionen. Die Investitionen in das Sachanlagevermögen stiegen, getrieben durch strategische Grossprojekte, im Vorjahresvergleich um CHF 18.1 Millionen und betragen im ersten Halbjahr CHF 79.4 Millionen. Der Geldabfluss aus der Akquisitionstätigkeit verzeichnete ebenfalls eine Zunahme. Dieser stieg auf CHF 23.5 Millionen an verglichen mit CHF 0.7 Millionen in der Vorjahresperiode. Ohne Berücksichtigung des Geldflusses aus der Akquisitionstätigkeit resultierte ein negativer **Free Cashflow** in der Höhe von CHF 30.3 Millionen gegenüber einem positiven Free Cashflow von CHF 35.5 Millionen in der Vorjahresperiode. Der **Geldabfluss aus der Finanzierungstätigkeit** belief sich auf CHF 28.6 Millionen, der sich im Wesentlichen aus den Dividendenzahlungen an Aktionäre sowie Minderheitsaktionäre von insgesamt CHF 75.9 Millionen und dem Geldzufluss aus zusätzlichen Finanzverbindlichkeiten ergab. Im Vorjahr betrug der Geldabfluss aus der Finanzierungstätigkeit CHF 82.8 Millionen, wobei aus der Veränderung der Finanzverbindlichkeiten ein Nettogeldabfluss resultierte. Als Konsequenz der beschriebenen Geldflüsse sanken die **Flüssigen Mittel** im Vergleich zum 31. Dezember 2021 um CHF 81.6 Millionen, von CHF 247.3 Millionen auf CHF 165.7 Millionen.

Ausblick Gesamtjahr 2022

Eine Aufhellung der eingetrübten wirtschaftlichen und geopolitischen Rahmenbedingungen, die von der Inflation, massiv höheren Input-, Logistik- und Energiekosten sowie dem Krieg in der Ukraine und dem daraus resultierenden Margendruck geprägt sind, ist nicht absehbar. Hinzu kommen steigende Risiken einer Lohn-Preis-Spirale sowie bei der Zins-, Währungs- und Pandemieentwicklung. Der grösste Unsicherheitsfaktor stellt die Energieversorgung mit Gas und Strom dar.

Die Verkaufspreiserhöhungen werden im zweiten Halbjahr 2022 weiter Wirkung zeigen, auch aufgrund der unsicheren Konsumentennachfrage im gesamtwirtschaftlichen Kontext die Einbussen des ersten Halbjahres 2022 jedoch nicht vollständig kompensieren. Durch die konsequente und disziplinierte Umsetzung der strategischen Prioritäten mit Fokus auf differenzierten Markenkonzepten, dem Aufbau profitabler Nischen und der Beschleunigung laufender Exzellenz- und Effizienzprogramme sieht sich Emmi auf Kurs, diesen auch im zweiten Halbjahr 2022 andauernden stark negativen Effekten erfolgreich entgegenzuwirken.

Emmi ist strategisch weiterhin gut aufgestellt und hält an ihrer Mittelfristprognose fest. Für das Gesamtjahr 2022 erwartet Emmi auf Gruppenstufe ein von höheren Inputkosten und Inflation getriebenes organisches Wachstum von 5 % bis 6 % (bisher 2.5 % bis 3.5 %). In einem weiterhin wettbewerbsintensiven Markt bei Milchprodukten mit einem von der Euroschwäche zusätzlich verstärkten hohen Import- und Preisdruck, einschliesslich Einkaufstourismus, prognostiziert Emmi für die Division Schweiz eine stabile bis leicht wachsende organische Umsatzentwicklung zwischen 0.5 % bis 1.5 % (bisher -1 % und 0 %). Im internationalen Geschäft wird von einer anhaltend dynamischen Entwicklung mit einem organischen Wachstum in der Division Americas von 10 % bis 12 % (bisher 6 % bis 8 %) bzw. in der Division Europa von 6 % bis 8 % (bisher 3 % bis 5 %) ausgegangen.

Auf Stufe EBIT rechnet Emmi aufgrund der widrigen Rahmenbedingungen und der anhaltend hohen sowie teilweise weiter steigenden Inputkosten mit einem leicht tieferen Ergebnis von CHF 265 Millionen bis 280 Millionen (bisher CHF 290 Millionen bis 305 Millionen) und einer Reingewinnmarge von 4.5 % bis 5.0 % (bisher 5.0 % bis 5.5 %).

Konsolidierte Erfolgsrechnung

in TCHF

	1. Halbjahr 2022	%	1. Halbjahr 2021	%
Umsatz aus Verkäufen von Produkten	2'002'330		1'869'367	
Umsatz aus Dienstleistungen	14'144		14'222	
Nettoumsatz	2'016'474	100.0	1'883'589	100.0
Bestandesveränderungen Halb- und Fertigfabrikate	18'694	-0.9	-5'980	0.3
Warenaufwand und Fremdleistungen	-1'327'738	65.8	-1'177'795	62.5
Bruttogewinn	707'430	35.1	699'814	37.2
Andere betriebliche Erträge	2'115	0.1	1'901	0.1
Personalaufwand	-281'571	14.0	-268'752	14.3
Sonstiger Betriebsaufwand	-264'276	13.1	-246'547	13.1
Total Betriebsaufwand	-545'847	27.1	-515'299	27.4
Betriebsergebnis vor Zinsen¹⁾, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)	163'698	8.1	186'416	9.9
Abschreibungen auf Sachanlagen	-48'867	2.4	-52'242	2.8
Amortisationen auf immateriellen Anlagen	-6'193	0.3	-4'774	0.2
Betriebsergebnis vor Zinsen¹⁾ und Steuern (EBIT)	108'638	5.4	129'400	6.9
Anteil am Ergebnis von assoziierten Gesellschaften und Gemeinschaftsorganisationen	105		3'073	
Finanzergebnis	-10'506		-4'238	
Ergebnis vor Steuern (EBT)	98'237	4.9	128'235	6.8
Ertragssteuern	-17'191		-21'159	
Unternehmensgewinn inkl. Minderheitsanteile	81'046	4.0	107'076	5.7
Minderheitsanteile	-2'912		-8'391	
Reingewinn	78'134	3.9	98'685	5.2
Reingewinn pro Aktie (verwässert/unverwässert in CHF)	14.61		18.45	

¹⁾ Inkl. Anteil am Ergebnis von assoziierten Gesellschaften und Gemeinschaftsorganisationen und weiteren Finanzpositionen, die im Finanzergebnis ausgewiesen werden.

Konsolidierte Bilanz

in TCHF

Aktiven	30.6.2022	%	31.12.2021	%
Flüssige Mittel	165'726		247'281	
Wertschriften	2'946		9'287	
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	459'895		475'084	
Sonstige Forderungen	92'588		61'135	
Vorräte	519'871		434'844	
Aktive Rechnungsabgrenzungen	62'780		46'212	
Umlaufvermögen	1'303'806	51.3	1'273'843	51.5
Beteiligungen an assoziierten Gesellschaften und Gemeinschaftsorganisationen	17'707		18'144	
Darlehen und sonstige Forderungen	16'093		12'475	
Wertschriften	8'141		7'879	
Aktiven aus Arbeitgeberbeitragsreserven	1'670		2'048	
Aktive latente Ertragssteuern	4'288		2'714	
Total Finanzanlagen	47'899		43'260	
Aktive Rechnungsabgrenzungen	5'331		5'305	
Sachanlagen	1'050'759		1'015'418	
Immaterielle Anlagen	131'585		133'561	
Anlagevermögen	1'235'574	48.7	1'197'544	48.5
Total Aktiven	2'539'380	100.0	2'471'387	100.0
Passiven				
Bankschulden	153'855		104'623	
Leasingverbindlichkeiten	727		550	
Darlehen	32		1'217	
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	335'285		320'578	
Sonstige Verbindlichkeiten	34'956		22'807	
Passive Rechnungsabgrenzungen	211'057		199'314	
Rückstellungen	5'572		10'042	
Kurzfristiges Fremdkapital	741'484	29.2	659'131	26.7
Bankschulden	38'453		51'258	
Leasingverbindlichkeiten	505		387	
Darlehen	946		888	
Anlehensobligationen	499'520		499'520	
Passive Rechnungsabgrenzungen	5'976		8'530	
Rückstellungen	72'054		69'997	
Langfristiges Fremdkapital	617'454	24.3	630'580	25.5
Fremdkapital	1'358'938	53.5	1'289'711	52.2
Aktienkapital	53'498		53'498	
Kapitalreserven	2'088		2'088	
Gewinnreserven	1'017'808		1'025'424	
Eigenkapital exkl. Minderheitsanteile	1'073'394	42.3	1'081'010	43.7
Minderheitsanteile	107'048	4.2	100'666	4.1
Eigenkapital inkl. Minderheitsanteile	1'180'442	46.5	1'181'676	47.8
Total Passiven	2'539'380	100.0	2'471'387	100.0

Konsolidierte Geldflussrechnung

in TCHF

	1. Halbjahr 2022	1. Halbjahr 2021
Unternehmensgewinn inkl. Minderheitsanteile	81'046	107'076
Nettozinsaufwand	6'366	3'388
Ertragssteuern	17'191	21'159
Erfolg aus Verkauf von Anlagevermögen	-488	-423
Abschreibungen und Amortisationen planmässig	54'848	54'532
Abschreibungen und Amortisationen ausserplanmässig	212	2'484
Veränderung Rückstellungen	-3'722	729
Anteil am Ergebnis von assoziierten Gesellschaften und Gemeinschaftsorganisationen	-105	-3'073
Andere nicht liquiditätswirksame Positionen	-2'349	-10'817
Geldfluss vor Veränderung Nettoumlaufvermögen, Zinsen und Steuern	152'999	175'055
Veränderung Vorräte	-82'659	-71'054
Veränderung Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	15'898	43'192
Veränderung sonstige Forderungen und aktive Abgrenzungen	-43'911	-25'447
Veränderung Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	15'295	-11'940
Veränderung sonstige Verbindlichkeiten und passive Abgrenzungen	23'514	23'948
Bezahlte Zinsen	-2'958	-2'206
Bezahlte Steuern	-24'777	-31'432
Geldfluss aus Betriebstätigkeit	53'401	100'116
Investitionen in Sachanlagen	-79'394	-61'276
Devestitionen von Sachanlagen	913	475
Investitionen in immaterielle Anlagen	-1'937	-2'582
Erwerb von vollkonsolidierten Beteiligungen/Minderheitsanteilen	-23'541	-662
Veränderung Aktivdarlehen	-4'231	-2'025
Erhaltene Dividenden	510	555
Erhaltene Zinsen	476	238
Geldfluss aus Investitionstätigkeit	-107'204	-65'277
Veränderung sonstige kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	44'015	-7'122
Veränderung sonstige langfristige Finanzverbindlichkeiten	-2'200	-2'992
Anteil Minderheiten an Kapitalerhöhung einer Gruppengesellschaft	5'460	-
Dividendenzahlungen an Aktionäre	-74'897	-69'548
Dividendenzahlungen an Minderheiten	-976	-3'184
Geldfluss aus Finanzierungstätigkeit	-28'598	-82'846
Einfluss aus Währungsumrechnung	846	3'260
Nettoveränderung der Flüssigen Mittel	-81'555	-44'747
Flüssige Mittel zu Beginn der Berichtsperiode	247'281	294'671
Flüssige Mittel am Ende der Berichtsperiode	165'726	249'924

Konsolidierter Eigenkapitalnachweis

in TCHF

	Aktien- kapital	Kapital- reserven (Agio)	Einbehaltene Gewinne	Kumulierte Währungs- differenzen	Total Gewinn- reserven	Total exkl. Minderheits- anteile	Minder- heits- anteile	Total inkl. Minderheits- anteile
Eigenkapital per 1. Januar 2021	53'498	2'088	1'179'718	-108'267	1'071'451	1'127'037	106'029	1'233'066
Unternehmensgewinn	-	-	98'685	-	98'685	98'685	8'391	107'076
Währungsdifferenzen	-	-	-	9'713	9'713	9'713	3'734	13'447
Dividenden	-	-	-69'548	-	-69'548	-69'548	-3'184	-72'732
Eigenkapital per 30. Juni 2021	53'498	2'088	1'208'855	-98'554	1'110'301	1'165'887	114'970	1'280'857
Eigenkapital per 1. Januar 2022	53'498	2'088	1'144'526	-119'102	1'025'424	1'081'010	100'666	1'181'676
Kapitalerhöhung einer Gruppengesellschaft	-	-	-	-	-	-	5'460	5'460
Verrechnung Goodwill	-	-	-13'351	-	-13'351	-13'351	-	-13'351
Übernahme Minderheitsanteile	-	-	-	-	-	-	-3'717	-3'717
Unternehmensgewinn	-	-	78'134	-	78'134	78'134	2'912	81'046
Währungsdifferenzen	-	-	-	2'498	2'498	2'498	2'703	5'201
Dividenden	-	-	-74'897	-	-74'897	-74'897	-976	-75'873
Eigenkapital per 30. Juni 2022	53'498	2'088	1'134'412	-116'604	1'017'808	1'073'394	107'048	1'180'442

Segmentberichterstattung

in TCHF

Nettoumsatz nach Produktgruppen und Divisionen	Schweiz		Americas		Europa		Global Trade		Konzern	
	1. HJ 2022	1. HJ 2021	1. HJ 2022	1. HJ 2021 (angepasst) ¹⁾	1. HJ 2022	1. HJ 2021 (angepasst) ¹⁾	1. HJ 2022	1. HJ 2021	1. HJ 2022	1. HJ 2021
Molkereiprodukte	322'972	330'209	212'333	188'544	50'470	46'429	784	1'353	586'559	566'535
in % vom Nettoumsatz	40.0	41.2	26.6	28.2	14.5	13.2	1.3	2.2	29.1	30.1
Käse	182'201	189'226	307'116	249'060	59'437	78'540	30'321	25'375	579'075	542'201
in % vom Nettoumsatz	22.6	23.6	38.4	37.3	17.1	22.3	49.1	41.0	28.7	28.8
Frischprodukte	177'039	172'340	159'004	140'203	178'656	171'299	18'166	17'674	532'865	501'516
in % vom Nettoumsatz	21.9	21.5	19.9	21.0	51.3	48.7	29.4	28.5	26.4	26.6
Frischkäse	52'043	53'002	47'098	32'859	21'346	18'151	–	–	120'487	104'012
in % vom Nettoumsatz	6.4	6.6	5.9	4.9	6.2	5.2	–	–	6.0	5.5
Pulver/ Konzentrate	38'335	26'819	19'018	12'495	19'590	19'766	11'891	16'781	88'834	75'861
in % vom Nettoumsatz	4.7	3.3	2.4	1.9	5.6	5.6	19.3	27.1	4.4	4.0
Übrige Produkte und Dienstleistungen	35'489	30'199	54'040	44'831	18'580	17'679	545	755	108'654	93'464
in % vom Nettoumsatz	4.4	3.8	6.8	6.7	5.3	5.0	0.9	1.2	5.4	5.0
Nettoumsatz	808'079	801'795	798'609	667'992	348'079	351'864	61'707	61'938	2'016'474	1'883'589
in % vom Konzern	40.1	42.5	39.6	35.5	17.3	18.7	3.0	3.3	100.0	100.0

¹⁾ Die Gesellschaften in Frankreich gehören seit dem 1. Januar 2022 der Division Europa an (zuvor Division Americas). Zur besseren Vergleichbarkeit wurden die Vorjahreszahlen in der Segmentberichterstattung entsprechend angepasst.

Nettoumsatz nach Ländergruppen	1. HJ 2022	in %	1. HJ 2021	in %
Schweiz	808'079	40.1	801'795	42.5
Europa ohne Schweiz	451'503	22.4	457'564	24.3
Nord- und Südamerika	630'587	31.2	502'728	26.7
Afrika	88'764	4.4	86'244	4.6
Asien/Pazifik	37'541	1.9	35'258	1.9
Total	2'016'474	100.0	1'883'589	100.0

Emmi verzichtet auf den Ausweis von Segmentergebnissen, weil dies im In- und Ausland wesentliche Wettbewerbsnachteile gegenüber Kunden, nicht kotierten wie auch grösseren kotierten Mitbewerbern mit sich bringen würde.

Die Definition der Divisionen erfolgt nicht strikt nach geografischen Gesichtspunkten. Die Division Americas umfasst die Emmi Gruppengesellschaften in den USA, Spanien, Chile, Brasilien, Tunesien, Mexiko und Kanada. Die Division Europa umfasst jene in Deutschland, Italien, Niederlande, Frankreich, Grossbritannien und Österreich. Die Gesellschaften in Frankreich gehören seit dem 1. Januar 2022 der Division Europa an (zuvor Division Americas). Die Division Global Trade beinhaltet primär Direktverkäufe und Entlastungsexporte aus der Schweiz an Kunden in Ländern, in denen Emmi keine eigenen Gesellschaften hat. Dazu gehören die asiatischen und osteuropäischen Märkte, die meisten südamerikanischen Länder und die Arabische Halbinsel.

Anhang zum Halbjahresabschluss

Konsolidierungsgrundsätze

Grundlagen der Rechnungslegung

Der vorliegende konsolidierte Zwischenabschluss umfasst die nicht geprüften Halbjahresabschlüsse der Emmi AG und ihrer Tochtergesellschaften für die am 30. Juni 2022 beendete Berichtsperiode. Der konsolidierte Zwischenabschluss 2022 wurde in Übereinstimmung mit Swiss GAAP FER 31 «Ergänzende Fachempfehlungen für kotierte Unternehmen» und den in der Konzernrechnung 2021 beschriebenen Konsolidierungs- und Bewertungsgrundsätzen erstellt.

Die Ertragssteuern werden basierend auf einer Schätzung des für das Gesamtjahr 2022 erwarteten Ertragssteuersatzes berechnet. Der konsolidierte Halbjahresabschluss sollte in Verbindung mit der für das am 31. Dezember 2021 beendete Geschäftsjahr erstellten Konzernrechnung gelesen werden, da er eine Aktualisierung des letzten vollständigen Abschlusses darstellt und entsprechend nicht alle Informationen und Offenlegungen, wie sie in der jährlichen Konzernrechnung verlangt werden, beinhaltet. Der konsolidierte Halbjahresabschluss wird in Schweizer Franken (CHF) dargestellt. Soweit nichts anderes vermerkt ist, werden alle Beträge in Tausend Schweizer Franken (TCHF) angegeben.

Der konsolidierte Zwischenabschluss wurde vom Verwaltungsrat der Emmi AG am 17. August 2022 genehmigt.

Veränderungen im Konsolidierungskreis oder Kapitalanteil

Emmi Equator RTD Coffee LLC

Die Emmi Equator RTD Coffee LLC mit Sitz in Delaware, USA, an der Emmi einen Anteil von 70 % hält, wurde am 23. März 2022 gegründet.

AVH dairy trade B.V.

Emmi hat ihre Beteiligung an der AVH dairy trade B.V. am 11. April 2022 von 90 % auf 100 % erhöht.

Bettinehoeve B.V.

Emmi hat ihre Beteiligung an der Bettinehoeve B.V. am 11. April 2022 von 90 % auf 100 % erhöht.

Goat Milk Powder B.V.

Emmi hat ihre Beteiligung an der Goat Milk Powder B.V. am 11. April 2022 von 81 % auf 100 % erhöht.

Hale GmbH, Leeb Biomilch GmbH

Emmi hat ihre Beteiligungen an der Hale GmbH und an der Leeb Biomilch GmbH am 26. April 2022 von jeweils 66 % auf 83 % erhöht.

Emmi Javelin B.V.

Die Emmi Javelin B.V. wurde am 29. Juni 2022 mit der Goat Milk Powder B.V. fusioniert.

Veränderungen im Geschäftsjahr 2021

Hinsichtlich der Veränderungen im Konsolidierungskreis des Geschäftsjahres 2021 verweisen wir auf die Konzernrechnung 2021.

Eventualverbindlichkeiten

Emmi ist im Rahmen der normalen Geschäftstätigkeit in Rechtsstreitigkeiten involviert. Obwohl der Ausgang der Rechtsfälle zum heutigen Zeitpunkt nicht abschliessend vorausgesagt werden kann, geht Emmi davon aus, dass keine dieser Rechtsstreitigkeiten wesentliche negativen Auswirkungen auf die Geschäftstätigkeit beziehungsweise auf die Finanzlage hat. Erwartete Zahlungsausgänge sind entsprechend zurückgestellt.

Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Am 25. Juli 2022 hat Emmi den Verkauf ihrer Minderheitsbeteiligung von 25 % an der italienischen Ambrosi S.p.A. an den französischen Milchverarbeiter Lactalis bekannt gegeben. Der Vollzug der Transaktion unterliegt der Genehmigung durch die zuständigen Wettbewerbsbehörden. Die Transaktion hat keinen wesentlichen Einfluss auf die Konzernrechnung von Emmi.

Nach dem Bilanzstichtag und bis zur Verabschiedung des konsolidierten Zwischenabschlusses durch den Verwaltungsrat der Emmi AG am 17. August 2022 sind keine anderen wesentlichen Ereignisse eingetreten, welche die Aussagefähigkeit der Halbjahresrechnung 2022 beeinträchtigen könnten.

Währungsumrechnungskurse in CHF

	1. Halbjahr Durchschnittskurse		Endkurse	
	2022	2021	30.6.2022	31.12.2021
1 BRL	0.19	0.17	0.18	0.16
1 CAD	0.74	0.73	0.74	0.72
100 CLP	0.11	0.13	0.10	0.11
1 EUR	1.03	1.09	1.00	1.04
1 GBP	1.23	1.26	1.16	1.23
1 MXN	0.05	0.05	0.05	0.04
1 TND	0.32	0.33	0.31	0.32
1 USD	0.94	0.91	0.96	0.91

Redaktion

Emmi Konzernkommunikation, Luzern

Konzept, Design, Usability und Realisation

Farner Consulting AG, Zürich

Technische Umsetzung

NeidhartSchön AG, Zürich

Übersetzung

Lionbridge Switzerland AG, Basel

Der Emmi Halbjahresbericht erscheint auf Deutsch und auf Englisch. Die deutsche Version ist verbindlich.

Der Emmi Halbjahresbericht oder jeder Auszug davon stellt keine Einladung dar, in Aktien von Emmi zu investieren. Darin enthaltene Aussagen beruhen auf derzeitigen Annahmen und Prognosen und beinhalten bestimmte Risiken sowie Unsicherheiten. Diese können dazu führen, dass die tatsächlichen Ergebnisse erheblich von den in den zukunftsgerichteten Aussagen enthaltenen Resultaten abweichen. Zu den potenziellen Risiken und Ungewissheiten gehören Faktoren wie die allgemeine Wirtschaftslage, Wechselkurs- und Rohstoffpreisschwankungen, Wettbewerbsdruck auf Produkte und Preise, regulatorische Entwicklungen und IT-Ausfallrisiken.

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



Emmi AG
Landenbergstrasse 1
CH-6005 Luzern

+41 58 227 27 27
info@emmi.com
www.emmi.com