



# Die besten Milchmomente

Halbjahresbericht

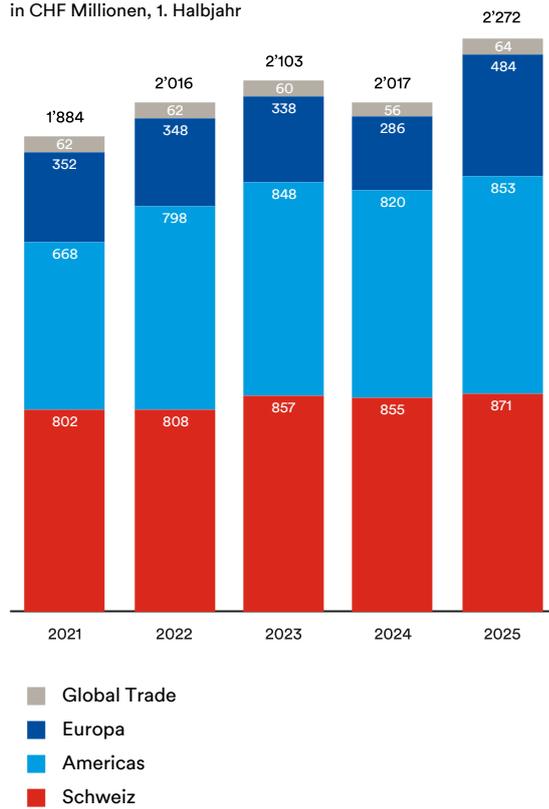
2025

# Kennzahlen Emmi Gruppe

in CHF Millionen	1. Halbjahr 2025	1. Halbjahr 2024
Nettoumsatz	<b>2'272</b>	2'017
Umsatzveränderung in %	<b>12.7</b>	-4.1
Organisches Umsatzwachstum in %	<b>4.4</b>	0.0
Akquisitionseffekt in %	<b>11.8</b>	-2.2
Währungseffekt in %	<b>-3.5</b>	-1.9
Betriebsergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)	<b>223.1</b>	197.8
in % vom Nettoumsatz	<b>9.8</b>	9.8
Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)	<b>145.4</b>	140.3
in % vom Nettoumsatz	<b>6.4</b>	7.0
Reingewinn	<b>97.2</b>	104.4
in % vom Nettoumsatz	<b>4.3</b>	5.2
Investitionen in Anlagevermögen (ohne Akquisitionen)	<b>62.6</b>	46.7
in % vom Nettoumsatz	<b>2.8</b>	2.3
Personalbestand (auf Vollzeitbasis) per 30.6.	<b>12'489</b>	9'977
Personalbestand (auf Vollzeitbasis) im Halbjahresdurchschnitt	<b>12'361</b>	9'489
	<b>30.6.2025</b>	31.12.2024
Bilanzsumme	<b>3'318</b>	3'360
davon Eigenkapital inkl. Minderheitsaktionäre	<b>1'089</b>	1'130
in % der Bilanzsumme	<b>32.8</b>	33.6
Börsenkapitalisierung	<b>4'242</b>	3'937

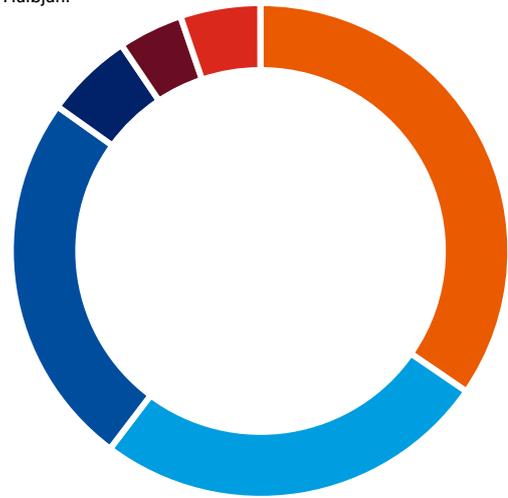
## Nettoumsatz

in CHF Millionen, 1. Halbjahr



## Nettoumsatz nach Produktgruppen

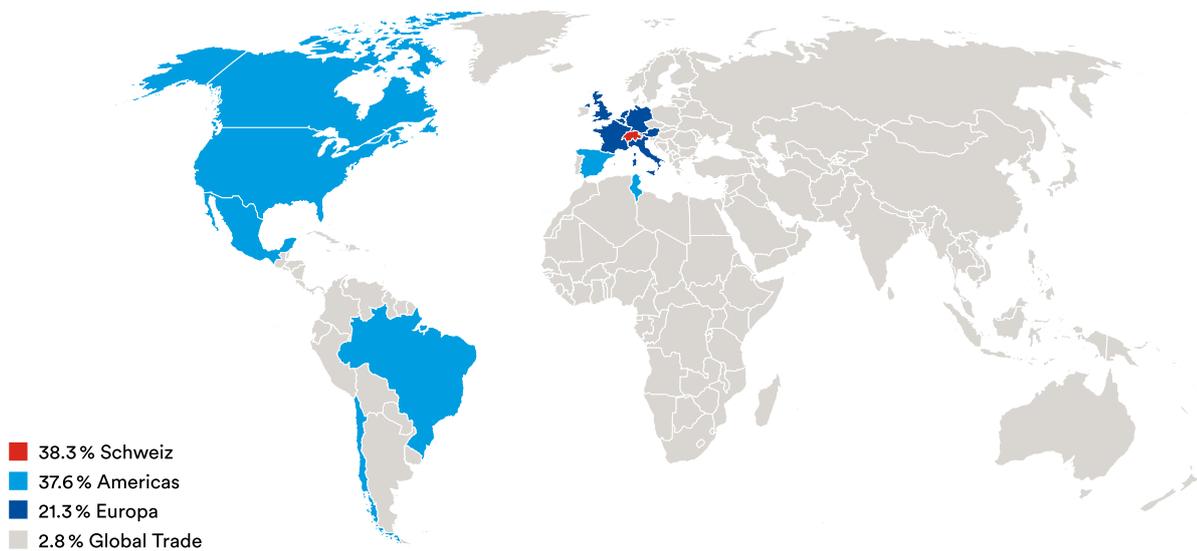
1. Halbjahr



- 34.6 % Frischprodukte
- 25.7 % Käse
- 24.6 % Molkereiprodukte
- 5.7 % Frischkäse
- 4.2 % Pulver/Konzentrate
- 5.2 % Übrige Produkte/Dienstleistungen

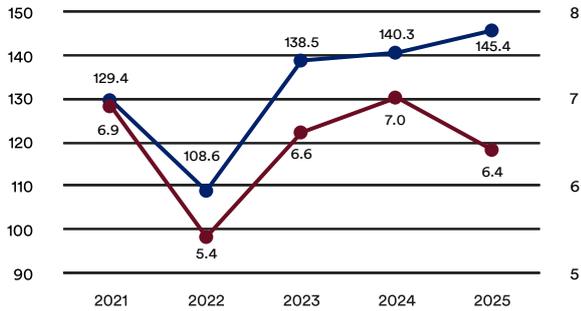
## Nettoumsatz nach Divisionen

1. Halbjahr



## EBIT

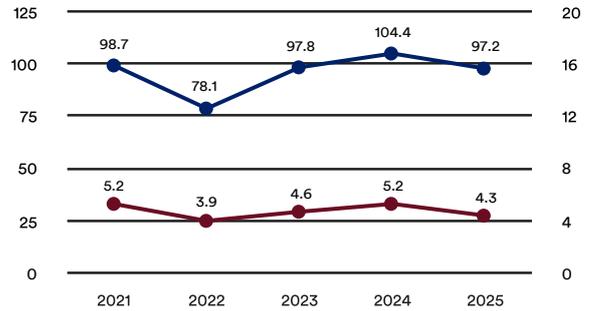
in CHF Millionen, 1. Halbjahr in % vom Nettoumsatz



● EBIT  
● EBIT in % vom Nettoumsatz

## Reingewinn

in CHF Millionen, 1. Halbjahr in % vom Nettoumsatz

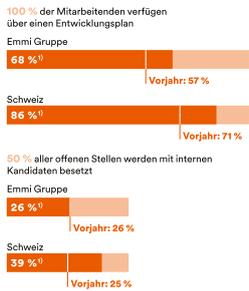


● Reingewinn  
● Reingewinn in % vom Nettoumsatz

## Nachhaltigkeitsziele mit Zeithorizont 2027

Zielerreichungsgrade per 31.12.2024

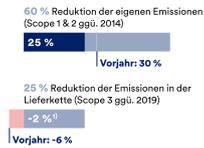
### Mitarbeitende entwickeln



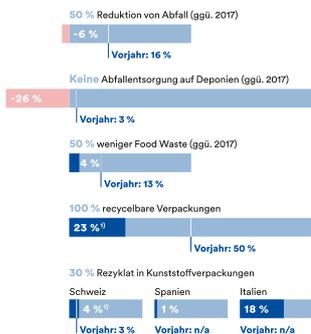
### Nachhaltige Milchwirtschaft



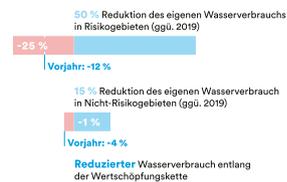
### Treibhausgase reduzieren



### Verschwendung vermeiden



### Wasserverbrauch reduzieren



Zielerreichungsgrade per 31.12.2024. Der Zielerreichungsgrad bezieht sich auf das Basisjahr zu Zeithorizont 2027. Gleiches gilt für den Vorjahreswert. Emmi Dessert USA in 2024 erstmalig inkludiert, nicht enthalten in den Vorjahren. Berechnungen aller Kennzahlen: [Methodik der nichtfinanziellen Kennzahlen 2024](#).

<sup>0)</sup> Schwankungen zu Vorjahren aufgrund Daten- und/oder Berechnungsanpassungen.



# Inhalt

## **Lagebericht**

- 6 Aktionärsbrief
- 11 Unsere Strategie

## **Halbjahresergebnis**

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

# Aktionärsbrief



Ricarda Demarmels, CEO, und Urs Riedener, Präsident des Verwaltungsrats

## Geschätzte Aktionärinnen und Aktionäre

Seit fast 120 Jahren steht Emmi für Qualität und Innovation in der Herstellung hochwertiger Milchprodukte – ein einzigartiges Erbe, dem wir mit bewusster Verantwortung entlang unserer Wertschöpfungskette begegnen. Unsere strategische Ausrichtung verfolgen wir seit Jahren diszipliniert und mit dem Ziel, gemeinsam die besten Milchmomente zu schaffen – heute und für kommende Generationen.

Das erste Halbjahr hat gezeigt, wie schnell sich die Welt verändert – und wie fragil vermeintliche Gewissheiten sind. Politische Spannungen, wirtschaftliche Unsicherheiten und der Verlust von Vertrauen prägen das Umfeld. Gerade in solchen Zeiten zeigt sich, was ein Unternehmen ausmacht. Bei Emmi bleiben wir klar bei dem, was uns leitet: unsere Strategie, unsere Kultur und unsere Haltung. Wir stehen für Verlässlichkeit, unternehmerische Anpassungsfähigkeit und eine Zusammenarbeit, die auf Vertrauen, Verantwortung und Nähe beruht.

Innovation und Nachhaltigkeit sind zentrale Treiber unserer Weiterentwicklung. Der weltweite Trend zu gesunder Ernährung, natürlichen Produkten und hochwertigen Proteinen bestärkt uns dabei – und bietet die Chance, die Stärken des Naturprodukts Milch neu erlebbar zu machen und auf aktuelle Ernährungsbedürfnisse zu antworten.

Gemeinsam mit unseren Mitarbeitenden und Partnern gestalten wir diesen Weg mit Mut, Überzeugung und einem klaren Blick nach vorn.

**«Das solide Halbjahresergebnis unterstreicht die Stärke unseres robusten Geschäftsmodells und die Wirksamkeit unserer Strategie. Unser Innovationsgeist und der Trend zu gesunder Ernährung, Natürlichkeit und hochwertigen Proteinen bieten uns die Chance, das Naturprodukt Milch in seiner ganzen Stärke zu zeigen und Antworten auf aktuelle Ernährungsbedürfnisse zu geben.»**

Ricarda Demarmels

### Breit abgestütztes organisches Wachstum

Die Emmi Gruppe erzielte im ersten Halbjahr 2025 einen Umsatz von CHF 2'272.4 Millionen (Vorjahr: CHF 2'017.2 Millionen), was einem Wachstum von 12.7 % entspricht. Positiver Treiber der Umsatzentwicklung waren Akquisitionseffekte von 11.8 %, die hauptsächlich auf die Akquisition der Mademoiselle Desserts Gruppe zurückzuführen sind. Der starke Schweizer Franken hingegen führte zu negativen Währungseffekten von 3.5 %, besonders deutlich war die Aufwertung gegenüber dem brasilianischen Real, dem mexikanischen Peso, dem Euro und dem US-Dollar. Nach Berücksichtigung von Akquisitions- und Währungseffekten resultierte ein gutes, breit abgestütztes organisches Wachstum von 4.4 %, dem eine positive Volumenentwicklung zugrunde liegt. Massgebliche Treiber waren die Wachstumsmärkte Brasilien, Chile und Mexiko sowie die strategischen Nischen Ready to Drink-Kaffee mit Emmi Caffè Latte in allen Märkten und Premium-Desserts der italienischen Gesellschaften. Diese nachhaltige Wachstumsdynamik reflektiert die konsequente Strategieumsetzung, ausgeprägte Innovationskraft und unternehmerische Anpassungsfähigkeit der Gruppe.

Die Division **Schweiz** verzeichnete ein gutes organisches Wachstum von 0.9 % mit einem Umsatz von CHF 871.6 Millionen (Vorjahr: CHF 854.8 Millionen). Führende innovationsstarke Markenkonzepte wie die ikonische Marke Emmi Caffè Latte, Emmi Energy Milk oder Luzerner Rahmkäse entwickelten sich erfreulich. Auch die Innovationen Emmi l'm your meal und Emmi High Protein Water erfreuten sich einer guten Nachfrage. Unterstützend wirkte sich der seit Mitte des Vorjahres gestiegene Milchpreis aus.

Die Division **Americas** zeigte mit einem organischen Wachstum von 8.3 % und einem Umsatz von CHF 853.4 Millionen (Vorjahr: CHF 820.5 Millionen) eine starke Wachstumsdynamik. Dies war im Wesentlichen auf die positive Entwicklung der Wachstumsmärkte Brasilien, Chile und Mexiko zurückzuführen.

In einem anspruchsvollen Marktumfeld erreichte die Division **Europa** ein organisches Wachstum von 2.2 % und einen Umsatz von CHF 483.7 Millionen (Vorjahr: CHF 286.1 Millionen). Die Übernahme der Mademoiselle Desserts Gruppe führte im Vorjahresvergleich zu einem signifikanten Akquisitionseffekt im ersten Halbjahr. Das innovationsstarke Dessertportfolio der Dessertgesellschaften in Italien war wesentlicher Treiber der organischen Umsatzentwicklung der Division.

### Solides Ergebnis trotz anspruchsvollem Marktumfeld

Im von geopolitischen Unsicherheiten, handelspolitischen Herausforderungen und einer verhaltenen Konsumstimmung geprägten ersten Halbjahr 2025 erzielte die Emmi Gruppe ein solides Ergebnis. Die negativen Auswirkungen der US-Zölle blieben aufgrund der vorwiegend lokalen Wertschöpfung aus Gruppensicht bisher begrenzt. Hingegen belasteten stark negative Fremdwährungseffekte infolge der deutlichen Aufwertung des Schweizer Frankens die Ergebnisse und Margen auf allen Stufen.

Der Bruttogewinn stieg überproportional zum Umsatzwachstum auf CHF 908.7 Millionen (Vorjahr: CHF 784.2 Millionen), mit einer akquisitionsbedingt deutlich verbesserten Bruttogewinnmarge von 40.0 % (Vorjahr: 38.9 %). Höhere Personalkosten führten zu einem deutlichen Anstieg der Betriebsaufwendungen, was hauptsächlich auf die Akquisition der Mademoiselle Desserts Gruppe zurückzuführen ist.

Das EBITDA verzeichnete einen primär akquisitionsbedingten Anstieg auf CHF 223.1 Millionen (Vorjahr: CHF 197.8 Millionen). Trotz höherer Betriebsaufwendungen und stark negativer Fremdwährungseffekte konnte die EBITDA-Marge auf dem Vorjahresniveau von 9.8 % erfolgreich verteidigt werden. Das EBIT stieg auf CHF 145.4 Millionen (Vorjahr: CHF 140.3 Millionen), wohingegen die EBIT-Marge mit 6.4 % hinter der Vorjahresmarge von 7.0 % zurückblieb. Ohne negative Fremdwährungseffekte sowie die nicht liquiditätswirksamen Effekte aus der Kaufpreisallokation der Mademoiselle Desserts Gruppe hätte die EBIT-Marge dem Vorjahreswert entsprochen. Höhere Finanzaufwendungen, wiederum negativ beeinflusst durch im Vorjahresvergleich deutlich höhere Fremdwährungsverluste, führten zu einem im Vorjahresvergleich tieferen Reingewinn von CHF 97.2 Millionen (Vorjahr: CHF 104.4 Millionen), mit einer Reingewinnmarge von 4.3 % (Vorjahr: 5.2 %).

### **Innovativ auf Konsumtrends ausgerichtet**

Die Emmi Gruppe hat im ersten Halbjahr 2025 ihre führende Position mit Innovationen gestärkt. Der weltweite Trend zu gesunder Ernährung, natürlichen Produkten und hochwertigen Proteinen ist klar spürbar und bietet Emmi die Chance, das Naturprodukt Milch in seiner ganzen Stärke zu zeigen und Antworten auf aktuelle Ernährungsbedürfnisse zu geben. Das Unternehmen hat sich mit natürlichen Rezepturen, nachhaltigen Verpackungen und trendorientierten Konzepten am Markt differenziert. Emmi erschloss mit Emmi High Protein Water eine neue Produktkategorie mit funktionalen Getränken für Konsumentinnen und Konsumenten mit einem sportlichen Lifestyle. In Spanien wurde die Trinkmahlzeit Kaiku Ñam lanciert und gleichzeitig das Portfolio von Emmi I'm your meal in der Schweiz um die Genussrichtungen Erdbeere und Double Zero erweitert.

Innovative Produkte mit hochwertigem Protein ergänzten die international etablierten Markenportfolios von Emmi Energy Milk, Kaiku, Laticínios Porto Alegre, Verde Campo und Surlat ebenso wie die ikonische Marke Emmi Caffè Latte, die mit einer High-Protein-Linie erweitert wurde. Emmi entspricht mit Onken KiddOs und laktosefreien Joghurts von Laticínios Porto Alegre dem Konsumentenbedürfnis nach natürlichen Produkten mit traditioneller Herstellung und wenig Zutaten. Die Erweiterung der Produktrange von Emmi Energy Milk Double Zero kommt dem Bedürfnis nach weniger Zucker und mehr Natürlichkeit entgegen.

Mit der Schaffung des Emmi Desserts PowerHouse vereinte die Emmi Gruppe alle bedeutenden Desserttraditionen unter einem Dach und stärkt ihr angestammtes Dessertgeschäft. Als Category Captain in der Wachstumskategorie Premium-Desserts bietet Emmi ein innovatives Gesamtportfolio von Traditionsdesserts wie Tiramisu oder belgische Lava Cakes über globale Trendprodukte wie Mini Beignets oder Cake Bites bis hin zu saisonalen Innovationen wie Limoncello Tiramisu.

**«Mit Fokus, Disziplin, hoher Innovationskraft und unternehmerischer Konsequenz schaffen wir nachhaltiges und profitables Wachstum – auch in einem herausfordernden Umfeld.»**

Urs Riedener

### **Mit Nachhaltigkeit am Markt überzeugen**

Verantwortung hat bei Emmi Tradition. Bereits seit 1907 steht die Emmi Gruppe für gelebte Nachhaltigkeit, die fest in der Strategie verankert ist. Im Einklang mit wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Aspekten schafft Emmi damit nachhaltiges profitables Wachstum entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Auch im ersten Halbjahr 2025 erzielte Emmi weitere Fortschritte in der Umsetzung ihrer Nachhaltigkeitsstrategie.

Nachhaltigkeit als Innovationstreiber zu verstehen und dies in Zusammenarbeit mit Partnern umzusetzen, hat messbaren Einfluss auf Mensch, Gesellschaft und Umwelt. So hat Emmi als Gründungsmitglied von RecyPac den Aufbau der ersten schweizweiten Kreislauflösung für Kunststoffverpackungen und Getränkekartons mitinitiiert. Die nationale Sammlung startete im Januar 2025. Damit können alle Verpackungslösungen, von Kunststoff über PET bis hin zu Glas, in der Schweiz gesammelt und dem Recycling zugeführt werden. Emmi Caffè Latte Mr. Big setzt neu in der Schweiz auf eine vereinfachte Handhabung mit einem fix verbundenen Becher und Deckel. Das neue Konzept vermindert Littering und durch den Wegfall der Aluplatte wird Material eingespart. Emmi Dessert Italia hat mit der Umstellung aller Verpackungen auf 100 % recycelbare Materialien ebenfalls einen wichtigen Meilenstein erreicht. Auch bei der im Oktober 2024 akquirierten Mademoiselle Desserts Gruppe ist Nachhaltigkeit in die Unternehmensstrategie integriert. Die Gruppe verfolgt seit über 15 Jahren eine fokussierte CSR-Agenda und hat 2025 ihre B Corp-Zertifizierung, die von der unabhängigen Organisation B Lab für hohe soziale und ökologische Standards vergeben wird, erneuert. Mit der vollständigen Umstellung auf erneuerbare Energien aller Produktionsstätten in Grossbritannien erzielte das Unternehmen einen wichtigen Meilenstein zur weiteren Reduktion ihrer CO<sub>2</sub>-Emissionen im Rahmen ihres Dekarbonisierungsprogramms.

Bereits seit 2022 gestaltet die Brancheninitiative KlimaStaR Milch eine nachhaltige Zukunft der Milchwirtschaft mit Strahlkraft über die Landesgrenzen hinaus. Ziel des Projekts ist die Reduktion des CO<sub>2</sub>-Fussabdrucks der Milch bei gleichzeitiger Reduktion der Nahrungsmittel- und Flächenkonkurrenz. Die Erkenntnisse des Projekts fliessen auch in unsere internationalen Nachhaltigkeitsbemühungen ein. So erheben erste Pilotbetriebe in Brasilien und Chile ihre Ausgangswerte und planen standortspezifische Massnahmen zur Emissionsreduktion. Unsere brasilianische Tochtergesellschaft Laticínios Porto Alegre verfolgt mit «LPA Low Carbon» das Ziel, Emissionen in der Milchproduktion systematisch zu messen und mit gezielten Massnahmen zu senken. Erste Pilotbetriebe liefern repräsentative Daten, um nachhaltige Praktiken zu identifizieren und Kunden einzubinden.

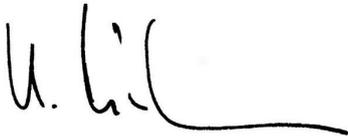
Zudem sind inzwischen 93 % des von der Tochtergesellschaft Quillayes Surlat in Chile eingekauften Milchvolumens mit dem Tierwohl-Label Bienestar Animal zertifiziert. Quillayes Surlat ist das erste südamerikanische Unternehmen, das diese zertifizierte Milch einkauft. Daneben investiert Quillayes Surlat in die duale Berufsbildung und stärkt so mit gezielten Ausbildungsprogrammen den Aufbau eines eigenen Talentpools, womit das Unternehmen Perspektiven für junge Menschen in der Region schafft. Seit 2022 absolvierten 30 junge Menschen die Ausbildung, daneben wurden 54 Praktikumsplätze vergeben.

### **Leichte Erhöhung der Umsatzprognosen und Bestätigung der Ertragsprognosen 2025**

Emmi rechnet auch für das zweite Halbjahr 2025 mit einer weiterhin anspruchsvollen gesamtwirtschaftlichen Lage, anhaltender Volatilität auf den Beschaffungsmärkten, verhaltener Konsumstimmung, geopolitischen Spannungen und negativen Auswirkungen der US-Zollpolitik. Der starke Schweizer Franken reduziert einerseits die Gewinne ausländischer Gesellschaften bei der Umrechnung in Schweizer Franken und belastet andererseits das Schweizer Exportgeschäft. Gleichzeitig erhöht sich der Importdruck auf den Heimmarkt Schweiz.

Emmi sieht sich strategisch gut positioniert, um auch in diesem volatilen Umfeld profitabel zu wachsen. Aufgrund der weiterhin starken Entwicklung der Wachstumsmärkte in Brasilien, Chile und Mexiko geht Emmi von einem im Vergleich zu den im Februar kommunizierten Prognosen leicht höheren organischen Wachstum für die Division Americas und demzufolge auch für die Gruppe aus.

Mit Blick auf die Ergebnisse erwartet die Emmi Gruppe, dass negative Effekte aus der Aufwertung des Schweizer Frankens und aus der US-Zollpolitik durch die leicht höheren organischen Umsätze sowie weitere Effizienz- und Kostensparmassnahmen teilweise kompensiert werden können. Auf Basis der heute bekannten Rahmenbedingungen hält Emmi an den im Februar kommunizierten Ertragsprognosen betreffend EBIT und Reingewinnmarge fest. Auch die Mittelfristprognose bleibt unverändert bestehen.



**Urs Riedener**  
Präsident des Verwaltungsrats



**Ricarda Demarmels**  
CEO

# Wirtschaftlich erfolgreich agieren

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.



## 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 in 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.



# Erläuterungen zum Halbjahresergebnis

## Umsatz

Die Emmi Gruppe erzielte im ersten Halbjahr 2025 einen Umsatz von CHF 2'272.4 Millionen, was gegenüber der Vorjahresperiode (CHF 2'017.2 Millionen) einem zweistelligen Umsatzwachstum von 12.7 % entspricht. Das hohe Wachstum ist in erster Linie auf positive Akquisitionseffekte von insgesamt 11.8 % zurückzuführen. Diese betreffen vor allem die im Oktober des Vorjahres erworbene Mademoiselle Desserts Gruppe, wobei auch Hochstrasser und Verde Campo zum akquisitorischen Wachstum beitrugen. Die Umsatzentwicklung wurde zudem von negativen Währungseffekten in der Höhe von 3.5 % belastet, die zu einem dominierenden Teil auf die Abwertung des brasilianischen Real, des mexikanischen Peso, des Euro und des US-Dollar gegenüber dem Schweizer Franken zurückzuführen sind. Nach Berücksichtigung von Akquisitions- und Währungseffekten resultierte ein gutes organisches Wachstum von 4.4 %, das erfreulicherweise breit abgestützt ist und dem eine positive Volumenentwicklung zugrunde liegt. Damit übertraf die Emmi Gruppe im ersten Halbjahr ihre eigene Ganzjahresprognose von 1.5 % bis 2.5 %.

In der Division Schweiz resultierte ein gutes organisches Umsatzwachstum von 0.9 %. Neben der erfreulichen Entwicklung von bewährten Markenkonzepten wie Emmi Caffè Latte, Emmi Energy Milk oder Luzerner Rahmkäse stützte auch der seit Mitte des Vorjahres höhere Milchpreis die Umsatzentwicklung. Einen positiven Beitrag leisteten zudem auch Innovationen wie die im Vorjahr lancierte Trinkmahlzeit Emmi I'm your meal oder das neue Emmi High Protein Water. Die Division Americas erwirtschaftete ein starkes organisches Wachstum von 8.3 %. Als wesentliche Treiber des Divisions- und somit auch des Gruppenwachstums konnten sich die dynamischen Wachstumsmärkte Brasilien, Chile und Mexiko auszeichnen. Aber auch das Käsehandelsgeschäft in Kanada, das Geschäft mit lokal produzierten Käsespezialitäten bei Emmi Roth in den USA und die Normalisierung des Milchaufkommens in Tunesien vermochten wesentliche Beiträge zum hohen Divisionswachstum zu leisten. Das organische Wachstum der Division Europa lag mit 2.2 % im Rahmen der eigenen Erwartungen für das Gesamtjahr. Positiv entwickelten sich insbesondere die Umsätze mit Emmi Caffè Latte in allen Märkten und mit italienischen Dessertspezialitäten. Leicht rückläufige Umsätze mit Käse sowie mit Ziegenmilchprodukten aus den Niederlanden hemmten hingegen die Umsatzentwicklung der Division Europa.

Die Akquisitionseffekte sind auf die folgenden Faktoren zurückzuführen:

- Akquisition der Laticínios Verde Campo S.A. (Brasilien, 31. Mai 2024)
- Akquisition der Hochstrasser Gruppe (Schweiz, 1. Oktober 2024)
- Akquisition der Mademoiselle Desserts Gruppe (Frankreich, 3. Oktober 2024)

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.

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

## Umsatzentwicklung Schweiz

in CHF Millionen	Umsatz 1. HJ 2025	Umsatz 1. HJ 2024	Differenz 2025/2024	Akquisiti- onseffekt	Währungs- effekt	Wachstum organisch
Molkereiprodukte	338.4	334.1	1.3 %	–	–	1.3 %
Frischprodukte	200.1	191.4	4.5 %	–	–	4.5 %
Käse	184.9	188.4	-1.8 %	–	–	-1.8 %
Frischkäse	59.5	56.1	6.1 %	–	–	6.1 %
Pulver/Konzentrate	43.1	46.9	-8.0 %	–	–	-8.0 %
Übrige Produkte/Dienstleistungen	45.6	37.9	20.1 %	23.4 %	–	-3.3 %
<b>Total Schweiz</b>	<b>871.6</b>	<b>854.8</b>	<b>2.0 %</b>	<b>1.1 %</b>	<b>–</b>	<b>0.9 %</b>

Die Division **Schweiz** erzielte einen Nettoumsatz von CHF 871.6 Millionen, was einem Anstieg von 2.0 % gegenüber CHF 854.8 Millionen in der Vorjahresperiode entspricht. Bereinigt um den Akquisitionseffekt von Hochstrasser resultierte ein gutes organisches Wachstum von 0.9 %. Neben der erfreulichen Entwicklung von bewährten Markenkonzepten wie Emmi Caffè Latte, Emmi Energy Milk oder Luzerner Rahmkäse stützte auch der seit Mitte des Vorjahres höhere Milchpreis das organische Umsatzwachstum, welches im ersten Halbjahr im oberen Bereich der eigenen Prognose für das Gesamtjahr (0 % bis 1 %) liegt. Besonders erfreulich fiel das organische Wachstum in den Segmenten Frischprodukte und Frischkäse aus, während das Segment Käse unter schwierigen Rahmenbedingungen mit hohem Wettbewerbs- und Importdruck einen Umsatzrückgang verzeichnen musste. Der Anteil der Division Schweiz am Konzernumsatz beträgt 38.3 % (Vorjahr: 42.4 %).

Im grössten Segment **Molkereiprodukte** (Milch, Rahm, Butter) stieg der Umsatz im ersten Halbjahr 2025 auf CHF 338.4 Millionen verglichen mit CHF 334.1 Millionen in der Vorjahresperiode. Das organische Wachstum von 1.3 % widerspiegelt primär den positiven Effekt des Milchpreises, welcher auf Empfehlung der Branchenorganisation Milch per Mitte des Vorjahres erhöht wurde und den Milchproduzenten zugutekommt.

Bei den **Frischprodukten** erhöhte sich der Umsatz von CHF 191.4 Millionen auf CHF 200.1 Millionen, was einem starken organischen Wachstum von 4.5 % entspricht. Besonders erfreulich entwickelten sich dabei etablierte Markenkonzepte wie Emmi Caffè Latte und Emmi Energy Milk. Auch die im Vorjahr lancierte Trinkmahlzeit Emmi I'm your meal sowie die innovative Neuheit Emmi High Protein Water trugen zum hohen Wachstum in diesem Segment bei.

Das Segment **Käse** verzeichnete einen Umsatzrückgang von 1.8 % auf CHF 184.9 Millionen gegenüber CHF 188.4 Millionen in der Vorjahresperiode. Diese Entwicklung betrifft in erster Linie Sortenkäse wie Gruyère AOP und Schmelzkäse wie Raclette und Fondue. Zudem widerspiegelt der Rückgang auch die gegenüber der Vorjahresperiode weiter gestiegenen Käseimporte. Trotz der schwierigen Rahmenbedingungen konnten Markenprodukte wie der Luzerner Rahmkäse oder der Scharfe Maxx deutlich an Umsatz zulegen.

Der Umsatz mit **Frischkäse** stieg von CHF 56.1 Millionen auf CHF 59.5 Millionen, was einem starken Umsatzwachstum von 6.1 % entspricht. Vor allem Mozzarella, positiv beeinflusst durch das gute Sommerwetter im Juni, sowie der proteinreiche Hüttenkäse haben das Wachstum in diesem Segment getrieben.

Das Segment **Pulver/Konzentrate** erwirtschaftete einen Umsatz von CHF 43.1 Millionen gegenüber CHF 46.9 Millionen in der Vorjahresperiode. Der Umsatzrückgang von 8.0 % gegenüber einer starken Vorjahresperiode betrifft vor allem tiefere Absätze von Magermilchpulver und Milchprotein im Industriekundengeschäft.

Bei den **Übrigen Produkten/Dienstleistungen** stieg der Umsatz dank des akquisitorischen Beitrags aus dem Kaffeegeschäft von Hochstrasser um 20.1 % von CHF 37.9 Millionen in der Vorjahresperiode auf CHF 45.6 Millionen. Organisch ging der Umsatz hingegen um 3.3 % zurück, was vor allem auf die Aufgabe bestimmter Aktivitäten ausserhalb des Kerngeschäfts zurückzuführen ist – insbesondere die Einstellung der Saftabfüllung.

## Umsatzentwicklung Americas

in CHF Millionen	Umsatz 1. HJ 2025	Umsatz 1. HJ 2024	Differenz 2025/2024	Akquisiti- onseffekt	Währungs- effekt	Wachstum organisch
Käse	320.1	300.2	6.6 %	2.4 %	-7.0 %	11.2 %
Molkereiprodukte	210.9	208.0	1.4 %	1.4 %	-6.3 %	6.3 %
Frischprodukte	189.7	180.3	5.2 %	6.8 %	-4.7 %	3.1 %
Frischkäse	48.4	49.7	-2.7 %	6.9 %	-15.8 %	6.2 %
Pulver/Konzentrate	28.8	24.0	20.1 %	–	-18.6 %	38.7 %
Übrige Produkte/Dienstleistungen	55.5	58.3	-4.8 %	–	-10.9 %	6.1 %
<b>Total Americas</b>	<b>853.4</b>	<b>820.5</b>	<b>4.0 %</b>	<b>3.2 %</b>	<b>-7.5 %</b>	<b>8.3 %</b>

Die Division **Americas** umfasst die Emmi Gruppengesellschaften in den USA, Brasilien, Chile, Spanien, Tunesien, Mexiko und Kanada.

Der Umsatz in der Division Americas stieg im ersten Halbjahr 2025 um 4.0 % von CHF 820.5 Millionen auf CHF 853.4 Millionen. Während der positive Akquisitionseffekt aus dem Erwerb von Verde Campo im Vorjahr die Umsatzentwicklung stützte, wirkten die sehr deutlich negativen Währungseffekte umsatzmindernd. Nach Berücksichtigung dieser Effekte resultierte ein starkes organisches Wachstum von 8.3 %, welches damit im ersten Halbjahr auch deutlich über der eigenen Prognose für das Gesamtjahr (3 % bis 5 %) lag. Als wesentliche Treiber konnten sich erneut die dynamischen Wachstumsmärkte Brasilien, Chile und Mexiko auszeichnen. Der Anteil der Division Americas am Konzernumsatz beträgt 37.6 % (Vorjahr: 40.7 %).

Im umsatzstärksten Segment **Käse** resultierte ein Umsatz von CHF 320.1 Millionen (Vorjahr: CHF 300.2 Millionen) und ein starkes organisches Wachstum von 11.2 %. Einen erfreulichen Zuwachs verzeichnete das Käsegeschäft von Emmi Roth in den USA – unter anderem dank der Nummer-1-Feta-Marke Athenos sowie anderer lokal produzierter Käsespezialitäten. Das Geschäft mit Schweizer Käse verzeichnete hingegen infolge des zoll- und wechselkursbedingt zwingend notwendigen Preisanstiegs eine rückläufige Volumen- und auch Umsatzentwicklung. Erst die kommenden Monate werden zeigen, wie hoch die Preiselastizität auf dem Geschäft mit Schweizer Käse in den USA ist, zumal weitere zoll- und wechselkursabhängige Preiserhöhungen im zweiten Halbjahr 2025 notwendig sein werden. Ein deutliches Wachstum verzeichnete Chile mit lokal hergestelltem Käse und das Handelsgeschäft in Mexiko und Kanada.

Der Umsatz mit **Molkereiprodukten** stieg um 1.4 % von CHF 208.0 Millionen auf CHF 210.9 Millionen. Bereinigt um Akquisitions- und Währungseffekte ergab sich aber ein starkes organisches Wachstum von 6.3 %. Zu den wichtigsten Wachstumstreibern zählten Brasilien, wo insbesondere Milch und Butter zulegten, sowie Chile mit einem deutlichen Volumenwachstum bei Milch der Marke Surlat. Positive Wachstumsimpulse resultierten erfreulicherweise auch in Tunesien, wo sich eine Normalisierung der Milchmenge einstellte. Darüber hinaus verzeichnete Darey Brands in Kalifornien ein Wachstum mit Ziegenmilch der national führenden Marke Meyenberg. Tiefere Milchpreise in Spanien hemmten hingegen die Umsatzentwicklung in diesem Segment.

Das Segment **Frischprodukte** erzielte einen Umsatz von CHF 189.7 Millionen gegenüber CHF 180.3 Millionen in der Vorjahresperiode, was einer Zunahme von insgesamt 5.2 % beziehungsweise 3.1 % aus organischer Sicht entspricht. Die stärksten Wachstumsimpulse kamen aus Brasilien mit Joghurts und Joghurt drinks sowie aus Spanien, wo insbesondere Emmi Caffè Latte und Kefir-Produkte ein erfreuliches Wachstum verzeichneten. Auch Chile und Tunesien trugen positiv zur Entwicklung in diesem Segment bei.

Die weiteren Segmente sind für die Division gemessen am Umsatz zwar von geringerer Bedeutung, generierten aber alle auch ein organisches Umsatzwachstum. Das organische Wachstum von 6.2 % im Segment **Frischkäse** ist hauptsächlich auf höhere Umsätze mit Mozzarella in Brasilien zurückzuführen. Im Segment **Pulver/Konzentrate** wurde ein starkes organisches Wachstum von 38.7 % erzielt, getragen durch die Entwicklung im Milchpulvergeschäft in Brasilien. Bei den **Übrigen Produkten/Dienstleistungen** ist das Handelsgeschäft in Mexiko der primäre Wachstumstreiber.

## Umsatzentwicklung Europa

in CHF Millionen	Umsatz 1. HJ 2025	Umsatz 1. HJ 2024	Differenz 2025/2024	Akquisiti- onseffekt	Währungs- effekt	Wachstum organisch
Frischprodukte	376.3	171.6	119.3 %	117.0 %	-4.1 %	6.4 %
Käse	51.1	52.7	-3.0 %	–	-2.0 %	-1.0 %
Frischkäse	20.4	24.3	-16.5 %	-0.8 %	-1.9 %	-13.8 %
Pulver/Konzentrate	16.8	18.6	-9.7 %	–	-1.9 %	-7.8 %
Molkereiprodukte	4.1	3.2	31.8 %	-0.6 %	-2.9 %	35.3 %
Übrige Produkte/Dienstleistungen	15.0	15.7	-4.2 %	0.1 %	-2.1 %	-2.2 %
<b>Total Europa</b>	<b>483.7</b>	<b>286.1</b>	<b>69.1 %</b>	<b>70.1 %</b>	<b>-3.2 %</b>	<b>2.2 %</b>

Die Division **Europa** umfasst die Emmi Gruppengesellschaften in Frankreich, Italien, Grossbritannien, den Niederlanden, Deutschland, Österreich und Belgien.

Im ersten Halbjahr 2025 belief sich der Umsatz in der Division Europa auf CHF 483.7 Millionen. Verglichen mit CHF 286.1 Millionen in der Vorjahresperiode kommt dies einem Wachstum von 69.1 % gleich, was grösstenteils auf die im Oktober 2024 akquirierte Mademoiselle Desserts Gruppe zurückzuführen ist. Bereinigt um Akquisitions- und Währungseffekte resultierte ein organisches Wachstum von 2.2 %, das damit per Halbjahr im Rahmen der eigenen Erwartung für das Gesamtjahr (1 % bis 3 %) liegt. Der grösste Treiber des organischen Wachstums der Division Europa ist das Geschäft mit italienischen Dessertspezialitäten, was sich in einem starken organischen Wachstum im Segment Frischprodukte niederschlägt. Erfreulich ist zudem auch, dass Emmi Caffè Latte trotz des herausfordernden makroökonomischen Umfelds den Wachstumspfad erfolgreich fortsetzen konnte. Der Anteil der Division Europa am Konzernumsatz beträgt 21.3 % (Vorjahr: 14.2 %).

Der Umsatz mit **Frischprodukten** belief sich im ersten Halbjahr 2025 auf CHF 376.3 Millionen und hat sich damit im Vergleich zur Vorjahresperiode (CHF 171.6 Millionen) mehr als verdoppelt – hauptsächlich aufgrund des Akquisitionseffekts von Mademoiselle Desserts. Aber auch organisch wurde mit 6.4 % ein sehr erfreuliches Wachstum erzielt. Den grössten Beitrag dazu leisteten die innovationsstarken Dessertspezialitäten aus Italien. Ebenfalls positiv entwickelte sich Emmi Caffè Latte, das in allen europäischen Märkten – Deutschland, Grossbritannien, Österreich und Benelux – zulegen konnte.

Im Segment **Käse** sank der Umsatz von CHF 52.7 Millionen in der Vorjahresperiode auf CHF 51.1 Millionen. Unter Ausklammerung von negativen Währungseffekten resultierte ein organischer Umsatzrückgang von 1.0 %. Das anspruchsvolle Marktumfeld schlug sich vor allem in Frankreich, Österreich und Grossbritannien in tieferen Umsätzen mit Käse nieder.

Im Segment **Frischkäse** belief sich der Umsatz auf CHF 20.4 Millionen, verglichen mit CHF 24.3 Millionen im Vorjahreszeitraum. Der Rückgang von 16.5 % beziehungsweise organisch von 13.8 % ist auf den rückläufigen internationalen Absatz von Ziegenmilchfrischkäse und Ziegenkäsebruch aus den Niederlanden zurückzuführen.

Der mit **Pulver/Konzentraten** erwirtschaftete Umsatz sank um 9.7 % auf CHF 16.8 Millionen gegenüber CHF 18.6 Millionen in der Vorjahresperiode. Der organische Umsatzrückgang von 7.8 % ist vor allem auf zeitlich verzögerte Lieferungen von Ziegenmilchpulver aus den Niederlanden in den asiatischen Markt zurückzuführen.

Der Umsatz im Segment **Molkereiprodukte** stieg auf CHF 4.1 Millionen. Das organische Wachstum von 35.3 % ist hauptsächlich auf einen höheren Absatz von Ziegenmilch in den Niederlanden zurückzuführen. Bei den **Übrigen Produkten/Dienstleistungen** erwirtschaftete die Division Europa einen Umsatz von CHF 15.0 Millionen verglichen mit CHF 15.7 Millionen in der Vorjahresperiode. Der organische Umsatzrückgang von 2.2 % widerspiegelt vor allem das hart umkämpfte Geschäft mit pflanzenbasierten Milchalternativen.

## Umsatzentwicklung Global Trade

in CHF Millionen	Umsatz 1. HJ 2025	Umsatz 1. HJ 2024	Differenz 2025/2024	Akquisiti- onseffekt	Währungs- effekt	Wachstum organisch
Käse	27.7	26.8	3.4 %	–	–	3.4 %
Frischprodukte	19.9	20.3	-1.6 %	5.1 %	–	-6.7 %
Pulver/Konzentrate	7.7	7.6	0.3 %	–	–	0.3 %
Molkereiprodukte	6.2	0.4	1'489.2 %	4.0 %	–	1'485.2 %
Frischkäse	0.6	0.2	204.9 %	100.5 %	–	104.4 %
Übrige Produkte/Dienstleistungen	1.6	0.5	217.3 %	42.3 %	–	175.0 %
<b>Total Global Trade</b>	<b>63.7</b>	<b>55.8</b>	<b>14.2 %</b>	<b>2.7 %</b>	<b>–</b>	<b>11.5 %</b>

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 2.8 % (Vorjahr: 2.7 %).

In der Division Global Trade resultierte im ersten Halbjahr 2025 ein Umsatz von CHF 63.7 Millionen. Verglichen mit CHF 55.8 Millionen in der Vorjahresperiode entspricht dies einem Umsatzwachstum von 14.2 %. Bereinigt um den Akquisitionseffekt aus der Verschiebung von Distributionskanälen der Division Europa betrug das organische Umsatzwachstum 11.5 %.

Das organische Umsatzwachstum von 3.4 % im Segment **Käse** widerspiegelt höhere Entlastungsexporte von Industriekäse, welche den leichten Rückgang mit Sortenkäse und Schmelzkäse vor allem in Südamerika und im asiatischen Raum überkompensierten. Im Segment **Frischprodukte** wurde ein organischer Rückgang von 6.7 % verzeichnet, der vor allem auf die rückläufige Entwicklung im Joghurtgeschäft im asiatischen Raum zurückzuführen ist. Der markante Anstieg im Segment **Molkereiprodukte** ist ebenfalls auf Entlastungsexporte zurückzuführen, insbesondere von Butter und Rahm.

## Bruttogewinn

Der **Bruttogewinn** stieg im ersten Halbjahr 2025 auf CHF 908.7 Millionen, was einem Zuwachs von CHF 124.5 Millionen beziehungsweise 15.9 % gegenüber dem Vorjahreswert von CHF 784.2 Millionen entspricht. Dieser überproportionale Anstieg im Vergleich zur Umsatzentwicklung führte zu einer deutlich höheren **Bruttogewinnmarge** von 40.0 % (Vorjahr: 38.9 %). Die positive Entwicklung ist in erster Linie auf Akquisitionseffekte zurückzuführen – insbesondere auf die Integration der Mademoiselle Desserts Gruppe. Gleichzeitig verharrten Inputkosten auf einem hohen Niveau oder stiegen für gewisse Rohstoffe wie Kaffee, Kakao, Eier oder Früchte im Vorjahresvergleich gar deutlich an. Zudem führte die markante Aufwertung des Schweizer Frankens zu erheblichen negativen Fremdwährungseffekten, was sich ebenfalls belastend auf die Bruttogewinnmarge auswirkte. Gezielte Verkaufspreiserhöhungen, intensivierete Massnahmen in der Beschaffung sowie Produktivitätssteigerungen entlang der gesamten Wertschöpfungskette konnten diesen negativen Einflüssen jedoch teilweise entgegenwirken.

## Sondereffekte im Halbjahresabschluss 2025

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

## Betriebsergebnis

Der **Betriebsaufwand** belief sich in der Berichtsperiode auf insgesamt CHF 690.3 Millionen, was einem deutlichen Anstieg von CHF 101.6 Millionen beziehungsweise 17.3 % verglichen mit dem Vorjahreswert von CHF 588.7 Millionen entspricht. Im Verhältnis zum Umsatz beträgt der Betriebsaufwand 30.4 % (Vorjahr: 29.2 %), was den Margenzuwachs auf Stufe Bruttogewinnmarge somit kompensierte. Sowohl der absolute Anstieg als auch der höhere Anteil am Umsatz sind im Wesentlichen auf die im Vorjahr getätigten Akquisitionen zurückzuführen. Aufgrund ihrer Grösse fällt insbesondere die Mademoiselle Desserts Gruppe ins Gewicht, die im Vergleich zur Emmi Gruppe nicht nur eine überdurchschnittliche Bruttogewinnmarge, sondern auch höhere Betriebsaufwendungen im Verhältnis zum Umsatz aufweist.

Der **Personalaufwand** erhöhte sich im ersten Halbjahr 2025 deutlich von CHF 297.5 Millionen in der Vorjahresperiode auf CHF 372.1 Millionen. Der Anstieg um CHF 74.6 Millionen ist in erster Linie auf Akquisitionseffekte zurückzuführen. Diese führten auch zu einem Anstieg des Personalaufwands im Verhältnis zum Umsatz, der sich von 14.8 % im Vorjahr auf 16.4 % in der Berichtsperiode erhöhte. Darüber hinaus blieb der Druck auf die Lohnkosten zwar weiterhin hoch, was jedoch mit Effizienzmassnahmen im Personalbereich weitgehend kompensiert werden konnte.

Der **Sonstige Betriebsaufwand** belief sich in der Berichtsperiode auf CHF 318.2 Millionen und lag damit CHF 27.0 Millionen über dem Vorjahreswert von CHF 291.2 Millionen. Der absolute Anstieg ist im Wesentlichen wiederum auf akquisitionsbedingte Effekte zurückzuführen. Im Verhältnis zum Umsatz reduzierte sich der Sonstige Betriebsaufwand jedoch von 14.4 % auf 14.0 %. Ausschlaggebend dafür waren insbesondere tiefere Marketing- und Verkaufsaufwendungen – einerseits aufgrund des geringeren relativen Kostenanteils bei der Mademoiselle Desserts Gruppe, andererseits wegen höherer Aufwendungen im Vorjahr, etwa für die Emmi Caffè Latte Jubiläumskampagne 2024. Aber auch die Energiekosten sowie die Aufwendungen für Unterhalt und Reparaturen entwickelten sich im Verhältnis zum Umsatz rückläufig. Demgegenüber stiegen die Logistikkosten, ebenfalls bedingt durch die jüngsten Akquisitionen.

Die **Anderen betrieblichen Erträge** betrugen im ersten Halbjahr CHF 4.7 Millionen gegenüber CHF 2.3 Millionen in der Vorjahresperiode.

Das **Betriebsergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)** verzeichnete in der Berichtsperiode einen deutlichen Anstieg um CHF 25.3 Millionen auf CHF 223.1 Millionen (Vorjahr: CHF 197.8 Millionen), wobei dieser Zuwachs wiederum in erster Linie akquisitionsbedingt ist. Dass die **EBITDA-Marge** des Vorjahres von 9.8 % in der Berichtsperiode trotz der anspruchsvollen Konsumstimmung in vielen relevanten Märkten erfolgreich verteidigt werden konnte, ist dem Anstieg der Bruttogewinnmarge auf erstmalig 40.0 % zu verdanken, womit die höheren relativen Betriebsaufwendungen kompensiert werden konnten.

Der Anstieg der ordentlichen **Abschreibungen und Amortisationen** von CHF 57.5 Millionen in der Vorjahresperiode auf CHF 77.7 Millionen ist durch die im Vorjahr erfolgten Akquisitionen getrieben. Dies betrifft insbesondere die Abschreibungen der neu bewerteten Sachanlagen und die Amortisationen der im Rahmen der Kaufpreisallokation neu aktivierten Kundenbeziehungen der Mademoiselle Desserts Gruppe.

Das **Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)** betrug CHF 145.4 Millionen und lag damit um CHF 5.1 Millionen über dem EBIT der Vorjahresperiode (CHF 140.3 Millionen). Als Folge der beschriebenen höheren Abschreibungen und Amortisationen sank die **EBIT-Marge** auf 6.4 % im ersten Halbjahr 2025 (Vorjahr: 7.0 %). Ohne negative Fremdwährungseffekte sowie die nicht liquiditätswirksamen Effekte aus der Kaufpreisallokation der Mademoiselle Desserts Gruppe hätte die EBIT-Marge dem Vorjahreswert entsprochen.

## Ergebnis von assoziierten Gesellschaften, Finanzergebnis und Ertragssteuern

Beim **Ergebnis von assoziierten Gesellschaften und Gemeinschaftsorganisationen** resultierte im ersten Halbjahr 2025 ein Verlust von CHF 0.2 Millionen gegenüber einem Verlust von CHF 0.8 Millionen in der Vorjahresperiode.

Das **Finanzergebnis** (Nettofinanzaufwand) stieg im Vergleich zur Vorjahresperiode um CHF 13.3 Millionen auf CHF 20.7 Millionen (Vorjahr: CHF 7.4 Millionen), was in erster Linie auf den um CHF 7.5 Millionen höheren Nettozinsaufwand zurückzuführen ist. Dieser Anstieg resultierte einerseits aus den Zinsaufwendungen für die im zweiten Halbjahr 2024 zur Finanzierung der Akquisition von Mademoiselle Desserts ausgegebenen Anleihen, andererseits aus tieferen Zinserträgen infolge des allgemein gesunkenen Zinsniveaus. Während die Entwicklung des Zinsergebnisses den Erwartungen entsprach, fiel das negative Fremdwährungsergebnis um deutliche CHF 5.8 Millionen schlechter als noch im Vorjahr aus. Ausschlaggebend dafür waren höhere Absicherungskosten sowie die generelle Aufwertung des Schweizer Frankens.

Die **Ertragssteuern** betragen in der Berichtsperiode CHF 20.5 Millionen im Vergleich zu CHF 19.8 Millionen in der Vorjahresperiode. Die für das Gesamtjahr 2025 erwartete Steuerquote beträgt damit 16.5 %.

## Reingewinn

Der **Unternehmensgewinn inklusive Minderheitsanteile** betrug CHF 103.9 Millionen gegenüber CHF 112.2 Millionen in der Vorjahresperiode.

Die **Minderheitsanteile** am Unternehmensgewinn beliefen sich auf CHF 6.7 Millionen und haben sich somit gegenüber dem Vorjahr um CHF 1.2 Millionen reduziert, was insbesondere auf den Auskauf von Minderheitsanteilen in der Berichtsperiode zurückzuführen ist.

Nach Abzug der Minderheitsanteile erzielte die Emmi Gruppe einen **Reingewinn** von CHF 97.2 Millionen (Vorjahr: CHF 104.4 Millionen), was einer **Reingewinnmarge** von 4.3 % entspricht (Vorjahr: 5.2 %). Der Margenrückgang auf Stufe Reingewinn ist nebst den höheren Abschreibungen und Amortisationen auch auf den im Vorjahresvergleich deutlich höheren Nettofinanzaufwand zurückzuführen.

## Vermögenslage, Finanzierung und Geldfluss

Die **Bilanzsumme** zum 30. Juni 2025 reduzierte sich gegenüber dem Stand per 31. Dezember 2024 um 1.2 % beziehungsweise CHF 41.3 Millionen auf CHF 3'318.2 Millionen, wobei dieser Rückgang überwiegend auf negative Fremdwährungseffekte infolge der deutlichen Aufwertung des Schweizer Frankens seit dem Jahresende 2024 zurückzuführen ist. Das **operative Nettoumlaufvermögen** (bestehend aus Vorräten sowie Forderungen und Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen) betrug CHF 747.8 Millionen und stieg somit um CHF 38.9 Millionen beziehungsweise 5.5 % gegenüber dem 31. Dezember 2024. Das Anlagevermögen verzeichnete eine Abnahme um CHF 60.1 Millionen, was neben über den Investitionen liegenden Amortisationen vor allem durch negative Fremdwährungseffekte getrieben ist. Auf der Passivseite verzeichneten die kurz- und langfristigen Finanzverbindlichkeiten insgesamt eine leichte Abnahme, was nebst Rückzahlungen auch auf negative Fremdwährungseffekte zurückzuführen ist. In Kombination mit dem tieferen Bestand an flüssigen Mitteln resultierte eine **Nettoverschuldung** von CHF 1'001.4 Millionen per 30. Juni 2025 gegenüber CHF 1'003.7 Millionen per 31. Dezember 2024. Die **Eigenkapitalquote** lag per 30. Juni 2025 bei 32.8 % gegenüber leicht höheren 33.6 % per 31. Dezember 2024.

Der **Geldzufluss aus der Betriebstätigkeit** betrug CHF 168.0 Millionen und lag damit um CHF 11.3 Millionen unter dem Vorjahreswert von CHF 179.3 Millionen. Während die Zunahme von CHF 29.0 Millionen beim Geldfluss vor Veränderung Nettoumlaufvermögen, Zinsen und Steuern im Wesentlichen die operative Verbesserung auf Stufe EBITDA widerspiegelt, ist der tiefere Geldfluss aus der Betriebstätigkeit auf die Entwicklung des Nettoumlaufvermögens sowie höhere bezahlte Steuern zurückzuführen. Die Entwicklung des Nettoumlaufvermögens hatte im ersten Halbjahr 2025 insgesamt einen negativen Effekt von CHF 31.2 Millionen gegenüber einem positiven Effekt von CHF 2.6 Millionen in der Vorjahresperiode. Während die bezahlten Zinsen leicht unter dem Vorjahreswert lagen, belasteten höhere bezahlte Steuern den Geldfluss aus der Betriebstätigkeit zusätzlich. Der **Geldabfluss aus der Investitionstätigkeit** lag mit CHF 106.1 Millionen um CHF 37.8 Millionen über dem Vorjahreswert von CHF 68.3 Millionen. Die Investitionen in das Sachanlagevermögen erhöhten sich um CHF 20.0 Millionen und betragen in der Berichtsperiode CHF 73.4 Millionen. Eine Zunahme verzeichnete auch der Geldabfluss aus der Akquisitionstätigkeit, der CHF 31.6 Millionen betrug (Vorjahr: CHF 11.0 Millionen) und den Auskauf von Minderheitsanteilen betraf. Ohne Berücksichtigung des Geldflusses aus der Akquisitionstätigkeit resultierte damit ein **Free Cashflow** in der Höhe von CHF 93.6 Millionen gegenüber CHF 122.0 Millionen in der Vorjahresperiode. Der **Geldabfluss aus der Finanzierungstätigkeit** belief sich auf CHF 99.3 Millionen. Dieser ergab sich aus den erhöhten Dividendenzahlungen an Aktionäre sowie Minderheitsaktionäre von insgesamt CHF 89.2 Millionen und dem Geldabfluss aus tieferen Finanzverbindlichkeiten in der Höhe von CHF 10.1 Millionen. Im Vorjahr betrug der Geldabfluss aus der Finanzierungstätigkeit CHF 91.4 Millionen, wobei die Erhöhung im Berichtsjahr hauptsächlich die gestiegenen Dividendenzahlungen betrifft. Als Konsequenz der beschriebenen Geldflüsse sanken die **Flüssigen Mittel** im Vergleich zum 31. Dezember 2024 um CHF 45.5 Millionen, von CHF 303.7 Millionen auf CHF 258.2 Millionen.

## Ausblick Gesamtjahr 2025

Der Ausblick auf das Gesamtjahr 2025 bleibt von einem unsicheren und herausfordernden wirtschaftlichen Umfeld geprägt. In vielen für Emmi relevanten Märkten schlägt sich dies in einer zurückhaltenden Konsumstimmung nieder, unter anderem bedingt durch die in den vergangenen Jahren in vielen Ländern gesunkenen Reallöhne. Beim Betriebsaufwand wird der Druck auf die Personalkosten daher weiterhin hoch bleiben. Auch die hohe Volatilität an den Beschaffungsmärkten und in den globalen Lieferketten dürfte anhalten, was neben handelspolitischen Entwicklungen wie insbesondere der dynamischen US-Zollsituation auch auf bestehende und neue geopolitische Unsicherheiten zurückgeführt werden kann. Die Stärkung des Schweizer Frankens gegenüber anderen für Emmi wichtigen Währungen hat im ersten Halbjahr 2025 zudem Dimensionen erreicht, die nicht mehr der Tagesordnung entsprechen und besonderer Massnahmen bedürfen, um die Profitabilität der Gruppe zu schützen.

Emmi wird deshalb auch weiterhin gezielte Verkaufspreiserhöhungen vornehmen, um die Profitabilität des Exportgeschäftes zu schützen, dabei aber ein gutes Auge auf die Preiselastizität der kommenden Monate haben. Die Effizienz- und Kosteneinsparungsinitiativen werden zudem nochmals deutlich intensiviert, um die Margen der Gruppe zu schützen. Emmi wird dabei wie gewohnt diszipliniert und umsichtig agieren und dem Margendruck auch mit der kontinuierlichen Portfoliotransformation entlang der strategischen Prioritäten begegnen. Bei Emmi sind wir der Überzeugung, dass höchste Qualität, starke Marken und innovative Konzepte gerade in Zeiten zurückhaltender Konsumstimmung von besonderer Bedeutung sind.

Bei der Umsatzentwicklung geht Emmi im zweiten Halbjahr aufgrund der anspruchsvollen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen und der starken Umsätze in der Vorjahresperiode von einer leicht tieferen Wachstumsdynamik als im ersten Halbjahr aus. Für das Gesamtjahr 2025 erwartet Emmi auf Gruppenstufe aufgrund des guten Wachstums im ersten Halbjahr aber neu ein leicht höheres organisches Wachstum von 2.0 % bis 3.0 % (bisher 1.5 % bis 2.5 %).

In der Schweiz agiert Emmi weiterhin in einem wettbewerbsintensiven Markt mit einem von der Frankenstärke zusätzlich erhöhten Import- und Preisdruck. Zudem fällt der im ersten Halbjahr umsatzstützend wirkende Milchpreiseffekt im zweiten Halbjahr weg. Emmi prognostiziert für die Division Schweiz dennoch unverändert ein organisches Umsatzwachstum zwischen 0 % bis 1 %. In der Division Americas erwartet Emmi auf Basis der starken Umsätze des ersten Halbjahrs ein leicht höheres organisches Wachstum für das Gesamtjahr von 4 % bis 6 % (bisher 3 % bis 5 %), getrieben durch die Wachstumsmärkte Brasilien, Chile und Mexiko. Es bestehen jedoch weiterhin grosse Unsicherheiten im Zusammenhang mit der US-Zollpolitik. In der Division Europa erwartet Emmi unverändert ein organisches Wachstum von 1 % bis 3 %.

Mit Blick auf die Ergebnisse erwartet die Emmi Gruppe, dass negative Effekte aus der Aufwertung des Schweizer Frankens und aus der US-Zollpolitik durch die leicht höheren organischen Umsätze sowie weiteren Effizienz- und Kostensparmassnahmen teilweise kompensiert werden können. Auf Basis der heute bekannten Rahmenbedingungen hält Emmi an den im Februar kommunizierten Ertragsprognosen fest und erwartet für das Gesamtjahr 2025 einen EBIT zwischen 330 Millionen bis 350 Millionen und eine Reingewinnmarge zwischen 4.8 % und 5.3 %. Auch an der Mittelfristprognose hält Emmi unverändert fest.

# Konsolidierte Erfolgsrechnung

in TCHF

	1. Halbjahr 2025	%	1. Halbjahr 2024	%
Umsatz aus Verkäufen von Produkten	2'255'528		2'001'119	
Umsatz aus Dienstleistungen	16'900		16'067	
<b>Nettoumsatz</b>	<b>2'272'428</b>	<b>100.0</b>	<b>2'017'186</b>	<b>100.0</b>
Bestandesveränderungen Halb- und Fertigfabrikate	20'427	-0.9	1'610	-0.1
Warenaufwand und Fremdleistungen	-1'384'160	60.9	-1'234'609	61.2
<b>Bruttogewinn</b>	<b>908'695</b>	<b>40.0</b>	<b>784'187</b>	<b>38.9</b>
<b>Andere betriebliche Erträge</b>	<b>4'690</b>	<b>0.2</b>	<b>2'309</b>	<b>0.1</b>
Personalaufwand	-372'070	16.4	-297'544	14.8
Sonstiger Betriebsaufwand	-318'231	14.0	-291'157	14.4
<b>Total Betriebsaufwand</b>	<b>-690'301</b>	<b>30.4</b>	<b>-588'701</b>	<b>29.2</b>
<b>Betriebsergebnis vor Zinsen<sup>1)</sup>, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)</b>	<b>223'084</b>	<b>9.8</b>	<b>197'795</b>	<b>9.8</b>
Abschreibungen auf Sachanlagen	-62'281	2.7	-51'783	2.5
Amortisationen auf immateriellen Anlagen	-15'448	0.7	-5'737	0.3
<b>Betriebsergebnis vor Zinsen<sup>1)</sup> und Steuern (EBIT)</b>	<b>145'355</b>	<b>6.4</b>	<b>140'275</b>	<b>7.0</b>
Anteil am Ergebnis von assoziierten Gesellschaften und Gemeinschaftsorganisationen	-197		-827	
Finanzergebnis	-20'709		-7'380	
<b>Ergebnis vor Steuern (EBT)</b>	<b>124'449</b>	<b>5.5</b>	<b>132'068</b>	<b>6.5</b>
Ertragssteuern	-20'534		-19'830	
<b>Unternehmensgewinn inkl. Minderheitsanteile</b>	<b>103'915</b>	<b>4.6</b>	<b>112'238</b>	<b>5.6</b>
Minderheitsanteile	-6'679		-7'861	
<b>Reingewinn</b>	<b>97'236</b>	<b>4.3</b>	<b>104'377</b>	<b>5.2</b>
<b>Reingewinn pro Aktie (verwässert/unverwässert in CHF)</b>	<b>18.18</b>		<b>19.51</b>	

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

# Konsolidierte Bilanz

in TCHF

Aktiven	30.6.2025	%	31.12.2024	%
Flüssige Mittel	258'167		303'661	
Wertschriften	36'240		3'088	
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	486'855		539'793	
Sonstige Forderungen	75'658		73'963	
Vorräte	624'782		562'299	
Aktive Rechnungsabgrenzungen	89'617		69'725	
<b>Umlaufvermögen</b>	<b>1'571'319</b>	<b>47.4</b>	<b>1'552'529</b>	<b>46.2</b>
Beteiligungen an assoziierten Gesellschaften und Gemeinschaftsorganisationen	11'342		11'760	
Darlehen und sonstige Forderungen	22'125		19'855	
Wertschriften	9'784		10'487	
Aktiven aus Arbeitgeberbeitragsreserven	2'120		2'150	
Aktive latente Ertragssteuern	12'245		16'305	
Total Finanzanlagen	57'616		60'557	
Aktive Rechnungsabgrenzungen	5'855		5'864	
Sachanlagen	1'250'762		1'283'324	
Immaterielle Anlagen	432'635		457'253	
<b>Anlagevermögen</b>	<b>1'746'868</b>	<b>52.6</b>	<b>1'806'998</b>	<b>53.8</b>
<b>Total Aktiven</b>	<b>3'318'187</b>	<b>100.0</b>	<b>3'359'527</b>	<b>100.0</b>
<b>Passiven</b>				
Bankschulden	57'941		63'118	
Leasingverbindlichkeiten	1'420		2'102	
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	363'872		393'235	
Sonstige Verbindlichkeiten	87'078		65'707	
Passive Rechnungsabgrenzungen	280'846		251'570	
Rückstellungen	6'661		7'946	
<b>Kurzfristiges Fremdkapital</b>	<b>797'818</b>	<b>24.1</b>	<b>783'678</b>	<b>23.3</b>
Bankschulden	124'382		129'693	
Leasingverbindlichkeiten	9'461		10'187	
Darlehen	250		710	
Anleiheobligationen	1'124'520		1'124'520	
Passive Rechnungsabgrenzungen	3'764		3'873	
Rückstellungen	169'018		177'065	
<b>Langfristiges Fremdkapital</b>	<b>1'431'395</b>	<b>43.1</b>	<b>1'446'048</b>	<b>43.1</b>
<b>Fremdkapital</b>	<b>2'229'213</b>	<b>67.2</b>	<b>2'229'726</b>	<b>66.4</b>
Aktienkapital	53'498		53'498	
Kapitalreserven	2'088		2'088	
Gewinnreserven	903'741		938'467	
<b>Eigenkapital exkl. Minderheitsanteile</b>	<b>959'327</b>	<b>28.9</b>	<b>994'053</b>	<b>29.6</b>
Minderheitsanteile	129'647	3.9	135'748	4.0
<b>Eigenkapital inkl. Minderheitsanteile</b>	<b>1'088'974</b>	<b>32.8</b>	<b>1'129'801</b>	<b>33.6</b>
<b>Total Passiven</b>	<b>3'318'187</b>	<b>100.0</b>	<b>3'359'527</b>	<b>100.0</b>

# Konsolidierte Geldflussrechnung

in TCHF

	1. Halbjahr 2025	1. Halbjahr 2024
Unternehmensgewinn inkl. Minderheitsanteile	103'915	112'238
Nettozinsaufwand	13'801	6'324
Ertragssteuern	20'534	19'830
Erfolg aus Verkauf von Anlagevermögen	-236	-377
Abschreibungen und Amortisationen planmässig	77'636	56'648
Abschreibungen und Amortisationen ausserplanmässig	93	872
Veränderung Rückstellungen	-3'039	1'812
Anteil am Ergebnis von assoziierten Gesellschaften und Gemeinschaftsorganisationen	197	827
Andere nicht liquiditätswirksame Positionen	8'502	-5'727
<b>Geldfluss vor Veränderung Nettoumlaufvermögen, Zinsen und Steuern</b>	<b>221'403</b>	<b>192'447</b>
Veränderung Vorräte	-79'505	-65'356
Veränderung Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	38'159	44'067
Veränderung sonstige Forderungen und aktive Abgrenzungen	-27'266	-13'427
Veränderung Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	-9'126	14'346
Veränderung sonstige Verbindlichkeiten und passive Abgrenzungen	46'573	23'003
Bezahlte Zinsen	-2'979	-4'010
Bezahlte Steuern	-19'239	-11'747
<b>Geldfluss aus Betriebstätigkeit</b>	<b>168'020</b>	<b>179'323</b>
Investitionen in Sachanlagen	-73'402	-53'371
Vermögenswertbezogene Zuwendungen der öffentlichen Hand	53	578
Devestitionen von Sachanlagen	3'866	815
Investitionen in immaterielle Anlagen	-2'839	-2'987
Erwerb von vollkonsolidierten Beteiligungen/Betrieben	-	-9'216
Erwerb von Minderheitsanteilen	-31'617	-1'750
Veränderung Aktivdarlehen	-2'885	-5'109
Erhaltene Dividenden	225	28
Erhaltene Zinsen	544	2'706
<b>Geldfluss aus Investitionstätigkeit</b>	<b>-106'055</b>	<b>-68'306</b>
Veränderung sonstige kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	-4'821	-6'184
Veränderung sonstige langfristige Finanzverbindlichkeiten	-5'309	-968
Dividendenzahlungen an Aktionäre	-88'272	-82'922
Dividendenzahlungen an Minderheitsaktionäre	-916	-1'321
<b>Geldfluss aus Finanzierungstätigkeit</b>	<b>-99'318</b>	<b>-91'395</b>
Einfluss aus Währungsumrechnung	-8'141	3'622
<b>Nettoveränderung der Flüssigen Mittel</b>	<b>-45'494</b>	<b>23'244</b>
<b>Flüssige Mittel zu Beginn der Berichtsperiode</b>	<b>303'661</b>	<b>349'115</b>
<b>Flüssige Mittel am Ende der Berichtsperiode</b>	<b>258'167</b>	<b>372'359</b>

# Konsolidierter Eigenkapitalnachweis

in TCHF

	Aktien- kapital	Kapital- reserven (Agio)	Einbehaltene Gewinne	Verrechneter Goodwill	Kumulierte Währungs- differenzen	Total Gewinn- reserven	<b>Total exkl. Minderheits- anteile</b>	Minder- heits- anteile	<b>Total inkl. Minderheits- anteile</b>
<b>Eigenkapital per</b>									
<b>1. Januar 2024</b>	53'498	2'088	2'255'916	-1'018'539	-	1'237'377	<b>1'292'963</b>	121'921	<b>1'414'884</b>
Veränderung									
Konsolidierungskreis	-	-	-	8'205	-	8'205	<b>8'205</b>	10'638	<b>18'843</b>
Übernahme									
Minderheitsanteile	-	-	-	-904	-	-904	<b>-904</b>	-1'034	<b>-1'938</b>
Unternehmensgewinn	-	-	104'377	-	-	104'377	<b>104'377</b>	7'861	<b>112'238</b>
Währungsdifferenzen	-	-	-	-	2'976	2'976	<b>2'976</b>	-2'168	<b>808</b>
Dividenden	-	-	-82'922	-	-	-82'922	<b>-82'922</b>	-1'321	<b>-84'243</b>
<b>Eigenkapital per</b>									
<b>30. Juni 2024</b>	53'498	2'088	2'277'371	-1'011'238	2'976	1'269'109	<b>1'324'695</b>	135'897	<b>1'460'592</b>
<b>Eigenkapital per</b>									
<b>1. Januar 2025</b>	53'498	2'088	2'393'282	-1'442'908	-11'907	938'467	<b>994'053</b>	135'748	<b>1'129'801</b>
Übernahme									
Minderheitsanteile	-	-	-	-23'770	-	-23'770	<b>-23'770</b>	-7'847	<b>-31'617</b>
Unternehmensgewinn	-	-	97'236	-	-	97'236	<b>97'236</b>	6'679	<b>103'915</b>
Währungsdifferenzen	-	-	-	-	-19'920	-19'920	<b>-19'920</b>	-4'017	<b>-23'937</b>
Dividenden	-	-	-88'272	-	-	-88'272	<b>-88'272</b>	-916	<b>-89'188</b>
<b>Eigenkapital per</b>									
<b>30. Juni 2025</b>	53'498	2'088	2'402'246	-1'466'678	-31'827	903'741	<b>959'327</b>	129'647	<b>1'088'974</b>

# Segmentberichterstattung

in TCHF

Nettoumsatz nach Produktgruppen und Divisionen	Schweiz		Americas		Europa		Global Trade		Konzern	
	1. HJ 2025	1. HJ 2024	1. HJ 2025	1. HJ 2024	1. HJ 2025	1. HJ 2024	1. HJ 2025	1. HJ 2024	1. HJ 2025	1. HJ 2024
<b>Frischprodukte</b>	<b>200'106</b>	191'438	<b>189'650</b>	180'334	<b>376'326</b>	171'601	<b>19'920</b>	20'238	<b>786'002</b>	563'611
in % vom Nettoumsatz	<b>23.0</b>	22.4	<b>22.2</b>	22.0	<b>77.8</b>	60.0	<b>31.2</b>	36.3	<b>34.6</b>	27.9
<b>Käse</b>	<b>184'949</b>	188'414	<b>320'128</b>	300'195	<b>51'069</b>	52'668	<b>27'704</b>	26'795	<b>583'850</b>	568'072
in % vom Nettoumsatz	<b>21.2</b>	22.0	<b>37.5</b>	36.6	<b>10.5</b>	18.4	<b>43.5</b>	48.0	<b>25.7</b>	28.2
<b>Molkereiprodukte</b>	<b>338'351</b>	334'095	<b>210'921</b>	207'943	<b>4'161</b>	3'157	<b>6'166</b>	388	<b>559'599</b>	545'583
in % vom Nettoumsatz	<b>38.8</b>	39.1	<b>24.7</b>	25.3	<b>0.9</b>	1.1	<b>9.7</b>	0.7	<b>24.6</b>	27.0
<b>Frischkäse</b>	<b>59'507</b>	56'067	<b>48'366</b>	49'693	<b>20'364</b>	24'383	<b>625</b>	205	<b>128'862</b>	130'348
in % vom Nettoumsatz	<b>6.8</b>	6.6	<b>5.7</b>	6.1	<b>4.2</b>	8.5	<b>1.0</b>	0.4	<b>5.7</b>	6.5
<b>Pulver/ Konzentrate</b>	<b>43'141</b>	46'914	<b>28'827</b>	24'012	<b>16'782</b>	18'590	<b>7'649</b>	7'623	<b>96'399</b>	97'139
in % vom Nettoumsatz	<b>5.0</b>	5.5	<b>3.4</b>	2.9	<b>3.5</b>	6.5	<b>12.0</b>	13.7	<b>4.2</b>	4.8
<b>Übrige Produkte/ Dienstleistungen</b>	<b>45'530</b>	37'924	<b>55'546</b>	58'333	<b>14'993</b>	15'657	<b>1'647</b>	519	<b>117'716</b>	112'433
in % vom Nettoumsatz	<b>5.2</b>	4.4	<b>6.5</b>	7.1	<b>3.1</b>	5.5	<b>2.6</b>	0.9	<b>5.2</b>	5.6
<b>Nettoumsatz</b>	<b>871'584</b>	854'852	<b>853'438</b>	820'510	<b>483'695</b>	286'056	<b>63'711</b>	55'768	<b>2'272'428</b>	2'017'186
in % vom Konzern	<b>38.3</b>	42.4	<b>37.6</b>	40.7	<b>21.3</b>	14.2	<b>2.8</b>	2.7	<b>100.0</b>	100.0

Nettoumsatz nach Ländergruppen	1. HJ 2025	in %	1. HJ 2024	in %
Schweiz	<b>871'584</b>	<b>38.3</b>	854'852	42.4
Nord- und Südamerika	<b>702'678</b>	<b>30.9</b>	664'366	32.9
Europa ohne Schweiz	<b>594'370</b>	<b>26.2</b>	394'808	19.6
Afrika	<b>72'696</b>	<b>3.2</b>	69'954	3.5
Asien/Pazifik	<b>31'100</b>	<b>1.4</b>	33'206	1.6
<b>Total</b>	<b>2'272'428</b>	<b>100.0</b>	2'017'186	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, Brasilien, Chile, Spanien, Tunesien, Mexiko und Kanada. Die Division Europa umfasst jene in Frankreich, Italien, Grossbritannien, den Niederlanden, Deutschland, Österreich und Belgien. 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 2025 beendete Berichtsperiode. Der konsolidierte Zwischenabschluss 2025 wurde in Übereinstimmung mit Swiss GAAP FER 31 «Ergänzende Fachempfehlungen für kotierte Unternehmen» und den in der Konzernrechnung 2024 beschriebenen Konsolidierungs- und Bewertungsgrundsätzen, mit Ausnahme der nachfolgend beschriebenen Anpassungen, erstellt.

Die Ertragssteuern werden basierend auf einer Schätzung des für das Gesamtjahr 2025 erwarteten Ertragssteuersatzes berechnet. Der konsolidierte Halbjahresabschluss sollte in Verbindung mit der für das am 31. Dezember 2024 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 19. August 2025 genehmigt.

## Veränderungen im Konsolidierungskreis oder Kapitalanteil

### Emmi Dessert USA Gruppe, USA

Am 28. Februar 2025 hat Emmi ihre Beteiligung an der Emmi Dessert USA LLC von 88 % auf 100 % erhöht. Dadurch erhöhten sich für Emmi auch die Anteile der vollständig von der Emmi Dessert USA LLC gehaltenen Bello LLC, Classe Foods LLC, Luce Foods LLC, Luna Foods LLC und Vivi Foods LLC von jeweils 88 % auf 100 %.

### Veränderungen im Geschäftsjahr 2024

Hinsichtlich der Veränderungen im Konsolidierungskreis des Geschäftsjahres 2024 verweisen wir auf die Konzernrechnung 2024.

## 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

Nach dem Bilanzstichtag und bis zur Verabschiedung des konsolidierten Zwischenabschlusses durch den Verwaltungsrat der Emmi AG am 19. August 2025 sind keine wesentlichen Ereignisse eingetreten, welche die Aussagefähigkeit der Halbjahresrechnung 2025 beeinträchtigen könnten.

## Währungsumrechnungskurse in CHF

	1. Halbjahr Durchschnittskurse		Endkurse	
	2025	2024	30.6.2025	31.12.2024
1 BRL	<b>0.15</b>	0.17	<b>0.15</b>	0.15
1 CAD	<b>0.61</b>	0.65	<b>0.58</b>	0.63
1 EUR	<b>0.94</b>	0.96	<b>0.93</b>	0.94
1 GBP	<b>1.12</b>	1.12	<b>1.09</b>	1.14
1 MXN	<b>0.04</b>	0.05	<b>0.04</b>	0.04
1 TND	<b>0.28</b>	0.29	<b>0.27</b>	0.29
1 USD	<b>0.86</b>	0.89	<b>0.79</b>	0.91
100 CLP	<b>0.09</b>	0.09	<b>0.09</b>	0.09

# **Beste Milchmomente sind Emmi Momente**

Verantwortungsbewusstes Handeln und die Leidenschaft für sorgsam hergestellte, hochwertige Milchprodukte zeichnen Emmi aus. Auch unser Purpose bringt dies zum Ausdruck. Tag für Tag leisten unsere über 12'000 MACHERINNEN UND MACHER bester Milchmomente ihren Beitrag, dass dies so bleibt – für unsere Konsumentinnen und Konsumenten, Kunden, Partner sowie die Gesellschaft als Ganzes.

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



**Redaktion**

Emmi Konzernkommunikation, Luzern

**Konzept, Design, Usability und Realisation**

Farner Consulting AG, Zürich

**Technische Umsetzung**

NeidhartSchön AG, Zürich

**Übersetzung**

Apostroph Group, Luzern

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