

Die besten Milchmomente

Halbjahresbericht

2026

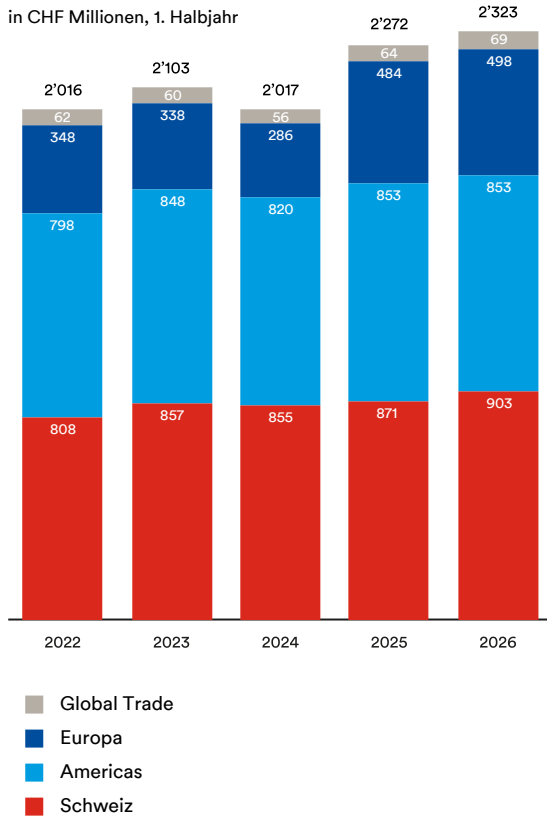
Kennzahlen Emmi Gruppe

in CHF Millionen	1. Halbjahr 2026	1. Halbjahr 2025
Nettoumsatz	2'323.5	2'272.4
Umsatzveränderung in %	2.2	12.7
Organisches Wachstum in %	3.6	4.4
Akquisitionseffekt in %	0.7	11.8
Währungseffekt in %	-2.1	-3.5
Betriebsergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)	230.7	223.1
in % vom Nettoumsatz	9.9	9.8
Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)	152.3	145.4
in % vom Nettoumsatz	6.6	6.4
Reingewinn	100.9	97.2
in % vom Nettoumsatz	4.3	4.3
Geldfluss aus Betriebstätigkeit	202.6	168.0
in % vom EBITDA (Operating Cash Conversion)	87.8	75.3
Free Cashflow (vor Akquisitionen)	118.4	93.6
Investitionen in Anlagevermögen (vor Akquisitionen)	66.3	62.6
in % vom Nettoumsatz	2.9	2.8
Nettoverschuldung im Verhältnis zum annualisierten EBITDA (Nettoverschuldungsgrad)	1.73	1.79 ¹⁾
Kapitalrendite (ROIC) in %	7.9	7.6 ¹⁾
Personalbestand (auf Vollzeitbasis) per 30. Juni	12'831	12'489
Personalbestand (auf Vollzeitbasis) im Halbjahresdurchschnitt	12'851	12'361
Börsenkapitalisierung per 30. Juni	4'713	4'242

¹⁾ Vorjahreswert per 31. Dezember 2025

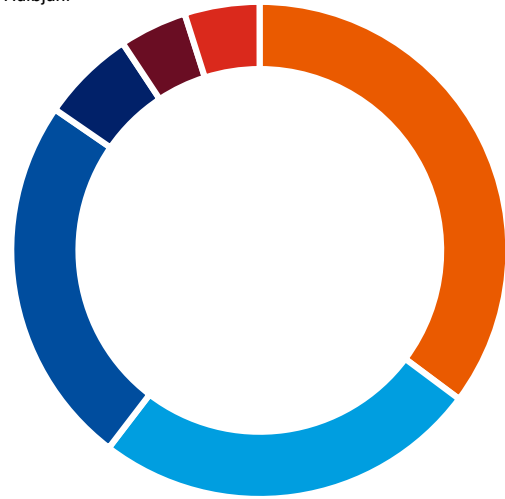
Nettoumsatz

in CHF Millionen, 1. Halbjahr



Nettoumsatz nach Produktgruppen

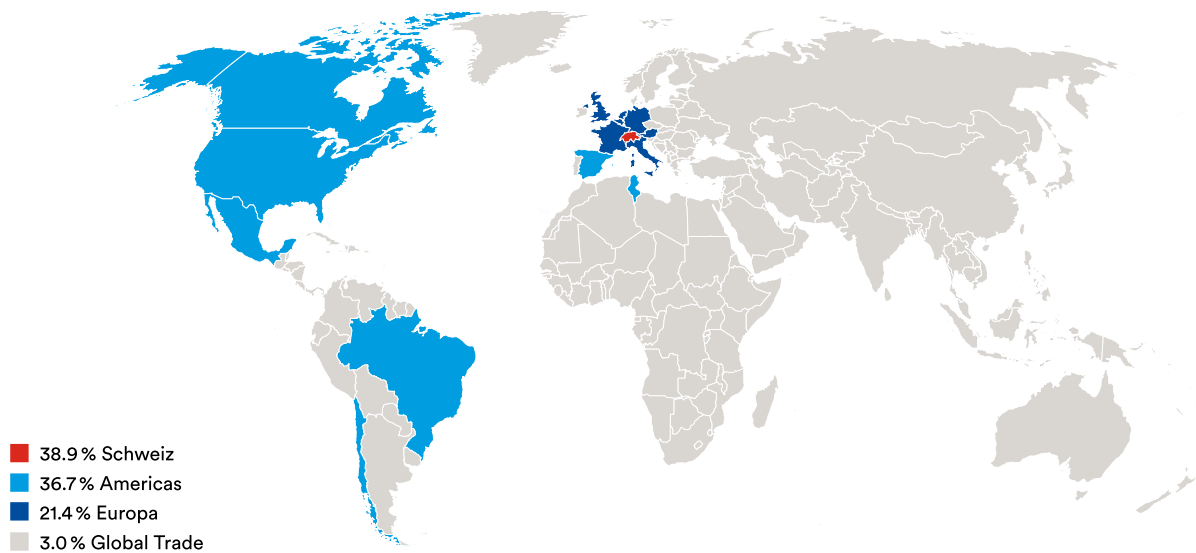
1. Halbjahr



- 35.2 % Frischprodukte
- 25.2 % Käse
- 24.2 % Molkereiprodukte
- 6.1 % Frischkäse
- 4.4 % Pulver/Konzentrate
- 4.9 % Übrige Produkte/Dienstleistungen

Nettoumsatz nach Divisionen

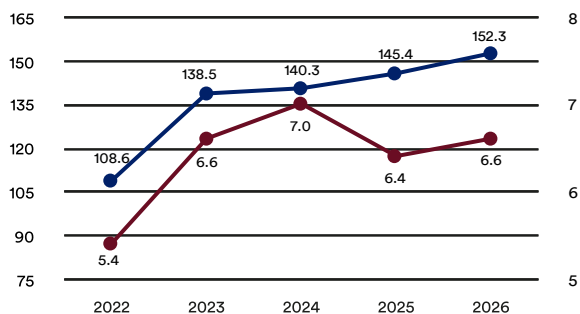
1. Halbjahr



EBIT

in CHF Millionen, 1. Halbjahr

in % vom Nettoumsatz

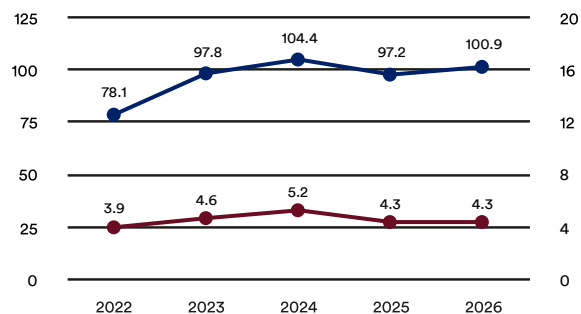


— EBIT
— EBIT in % vom Nettoumsatz

Reingewinn

in CHF Millionen, 1. Halbjahr

in % vom Nettoumsatz



— Reingewinn
— Reingewinn in % vom Nettoumsatz

Unser Nachhaltigkeitsmodell

Positives verstärken

Mitarbeitende entwickeln

Nachhaltige Milchwirtschaft



Nachhaltigkeit ist integraler Bestandteil unseres verantwortungsbewussten Geschäftsmodells und unserer Unternehmensstrategie.



Negatives reduzieren



Treibhausgase reduzieren



Verschwendung vermeiden



Wasserverbrauch reduzieren

Informationen zur Nachhaltigkeitsstrategie und zu den entsprechenden Massnahmen finden sich auf der Website sowie im Nachhaltigkeitsbericht 2025. Die nächste Aktualisierung erfolgt zur Publikation des Nachhaltigkeitsberichts 2026.

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
- 27 Anhang zum Halbjahresabschluss

Aktionärsbrief



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

Geschätzte Aktionärinnen und Aktionäre

Die Art und Weise, wie Menschen essen, verändert sich strukturell. Immer mehr Konsumentinnen und Konsumenten suchen Lebensmittel, die natürlich, gesund und nährstoffreich sind. Produkte, denen sie vertrauen können. Gleichzeitig wollen sie nicht auf Geschmack, Qualität und Genuss verzichten.

Gesundheit und Genuss entwickeln sich zu einer gemeinsamen Erwartungshaltung. Genau darin sehen wir eine grosse Chance für Emmi.

Seit unseren Ursprüngen im Jahr 1907 entwickeln wir unser Portfolio konsequent entlang der Bedürfnisse unserer Konsumentinnen und Konsumenten weiter. Mit hochwertigen Milchprodukten und innovativen Dessertkonzepten verbinden wir die natürliche Stärke der Milch mit bewusstem Genuss. Damit besetzen wir eine attraktive Schnittstelle, die weltweit weiter an Bedeutung gewinnt.

Unsere Strategie folgt genau dieser Logik: Wir stärken gezielt jene Produktkategorien, Märkte und Fähigkeiten, die uns helfen, langfristig relevant zu bleiben und nachhaltig Wert zu schaffen. Das tun wir gemeinsam mit unseren Mitarbeitenden, unseren Kundinnen und Kunden, unseren Handelspartnern, unseren Milchproduzentinnen und Milchproduzenten sowie unseren Partnern entlang der gesamten Wertschöpfungskette.

Das erste Halbjahr 2026 zeigt, dass wir auf diesem Weg Fortschritte machen.

Gesundheit und Genuss als Wachstumstreiber

Die Emmi Gruppe konnte im ersten Halbjahr 2026 die positive Wachstumsdynamik der vergangenen Jahre fortsetzen und ein organisches Wachstum von 3.6 % erzielen. Besonders erfreulich war das starke, regional breit abgestützte Volumenwachstum, das die Grundlage dieser Entwicklung bildete. Der Umsatz erhöhte sich insgesamt um 2.2 % auf CHF 2'323.5 Millionen.

Positive Akquisitionseffekte aus der im Vorjahr erworbenen The English Cheesecake Company Ltd. trugen 0.7 % zum Wachstum bei. Negative Währungseffekte von 2.1 % wirkten hingegen belastend.

«Gesundheit und Genuss sind für Konsumentinnen und Konsumenten längst kein Gegensatz mehr. Sie erwarten beides. Genau an dieser Schnittstelle sehen wir die Zukunft von Emmi. Mit nutrition+, Ready-to-drink-Kaffee, Premium-Desserts und Spezialitätenkäse entwickeln wir unser Portfolio konsequent dort weiter, wo sich Konsumbedürfnisse verändern und neue Wachstumschancen entstehen.»

Ricarda Demarmels

Attraktive Märkte und starke Plattformen

Das Wachstum im ersten Halbjahr war breit abgestützt. Die Schweiz knüpfte an die positive volumengetriebene Entwicklung der vergangenen Jahre an. Im internationalen Geschäft entwickelten sich insbesondere die Wachstumsmärkte Chile, Brasilien und Mexiko sowie Spanien erfreulich. Auch Premium-Desserts sowie das Ziegenmilchpulvergeschäft in den Niederlanden leisteten wichtige Wachstumsbeiträge.

Besonders relevant bleibt die Entwicklung unserer strategischen Nischen nutrition+, Ready-to-drink-Kaffee, Premium-Desserts und Spezialitätenkäse. Sie machen heute rund 40 % des Gruppenumsatzes aus und erzielten im ersten Halbjahr erneut ein überdurchschnittliches Wachstum.

Mit nutrition+ haben wir Anfang 2026 eine neue Wachstumsplattform geschaffen. Hier bündeln wir unsere Kompetenzen rund um hochwertige Proteine, Trinkmahlzeiten, Produkte mit funktionalem Zusatznutzen, natürlichen, einfachen Rezepturen und laktosefreien Produkten. Damit adressieren wir gezielt Konsumbedürfnisse, die weltweit an Bedeutung gewinnen. Mit Innovationen wie Emmi Kefir, Emmi Energy Milk High Protein, Emmi I'm your meal und Emmi good day bedienen wir die steigende Nachfrage nach funktionaler, natürlicher Ernährung und skalieren diese global. Im Schlüsselmarkt Brasilien stärkt unsere Marke Verde Campo als Pionierin im Proteinbereich ihr Portfolio mit funktionalen, hochwertigen Produkten, die Gesundheit und bewussten Genuss verbinden.

Im Dessertgeschäft haben wir mit der Akquisition der B-Corp-zertifizierten Mademoiselle Desserts Gruppe im Jahr 2024 die Grundlage für eine internationale Premium-Dessert-Plattform geschaffen. Mit der Lancierung von Emmi Desserts im Jahr 2026 wurde ein wichtiger Meilenstein erreicht: Erstmals treten alle unsere Dessertgesellschaften unter einer gemeinsamen Identität auf und verfolgen eine gemeinsame Wachstumsagenda. Die bereits realisierten kommerziellen Synergien bestätigen die strategische Logik der Plattform.

Gleichzeitig haben wir die Ausrichtung weiter geschärft. Mit Emmi Desserts verfolgen wir den Anspruch, die Zukunft von Premium-Desserts aktiv mitzugestalten und insbesondere bei «better for you»-Desserts eine führende Rolle einzunehmen. Im Zentrum stehen bewusster Genuss, innovative Rezepturen, verbesserte Nährwertprofile und Produkte, die den sich verändernden Konsumbedürfnissen entsprechen.

Mit der Etablierung von Emmi Desserts ist die Integrationsphase weitgehend abgeschlossen. Der strategische Fokus verschiebt sich auf die Steigerung der Wertschöpfung, die Skalierung erfolgreicher Dessertkonzepte und internationale Vertriebs synergien.

Im Ready-to-drink-Segment, Emmi Caffè Latte, konnten wir weitere Fortschritte erzielen. Mit Emmi Matcha Latte haben wir erfolgreich ein globales Trendprodukt lanciert, das neue Konsumentinnen und Konsumenten anspricht und zusätzliche Konsummomente schafft. Gleichzeitig führte die ikonische Marke ein neues Verpackungskonzept ein. Emmi Caffè Latte ist in einer vollständig recyclingfähigen Verpackung und einem neuen minimalistischen Design erhältlich. So verbindet die Marke Genuss, eine vereinfachte Handhabung mit einer kreislauffähigen Verpackung und stärkt die Wiedererkennbarkeit der Marke.

Auch im Spezialitätenkäsegeschäft behaupteten wir uns in einem anspruchsvollen Marktumfeld mit einem volumengetriebenen Wachstum. Besonders erfreulich entwickelten sich Premiumkäsespezialitäten von Kaltbach, sowohl in der Schweiz als auch in Europa, was unsere Differenzierung über Herkunft, Qualität und Handwerkskompetenz bestätigt.

Gutes Ergebnis in anspruchsvollem Umfeld

Das wirtschaftliche Marktumfeld blieb auch im ersten Halbjahr anspruchsvoll. Geopolitische Unsicherheiten, handelspolitische Spannungen, volatile Beschaffungsmärkte, eine verhaltene Konsumstimmung in Teilen Europas und Nordamerikas sowie ein starker Schweizer Franken prägten unser Geschäft.

Trotz dieser Rahmenbedingungen erzielte Emmi ein gutes Ergebnis. Der Bruttogewinn stieg auf CHF 948.9 Millionen (H1 2025: CHF 908.7 Millionen). Die Bruttogewinnmarge verbesserte sich von 40.0 % auf 40.8 %.

Das EBITDA erhöhte sich auf CHF 230.7 Millionen (H1 2025: CHF 223.1 Millionen), die EBITDA-Marge auf 9.9 % (H1 2025: 9.8 %). Das EBIT stieg auf CHF 152.3 Millionen (H1 2025: CHF 145.4 Millionen), die EBIT-Marge verbesserte sich auf 6.6 % (H1 2025: 6.4 %). Der Reingewinn erhöhte sich auf CHF 100.9 Millionen (H1 2025: CHF 97.2 Millionen) bei einer Reingewinnmarge von 4.3 % (H1 2025 4.3 %).

Erfreulich entwickelte sich auch die Kapitalrendite (ROIC), die von 7.6 % im Geschäftsjahr 2025 auf 7.9 % im ersten Halbjahr 2026 gesteigert werden konnte.

Diese Entwicklung im ersten Halbjahr verdeutlicht: Unsere Portfoliotransformation, unsere Innovationskraft und unsere konsequente Arbeit an Effizienz und Kostendisziplin wirken. Gleichzeitig bleiben wir anspruchsvoll mit uns selbst. Nachhaltiges profitables Wachstum, Margenqualität und Kapitalrendite bleiben unsere zentralen Prioritäten.

Verantwortung über Generationen

Langfristiger Erfolg entsteht nicht allein durch gute Zahlen. Er entsteht durch Vertrauen, Partnerschaften und Verantwortung. Unsere Verantwortung beginnt bei der Zusammenarbeit mit den Milchproduzentinnen und Milchproduzenten. Sie umfasst unsere Mitarbeitenden, unsere Kundinnen und Kunden, unsere Handelspartner sowie alle Partner entlang der Wertschöpfungskette. Gerade in einer Welt, die volatiler wird, sind verlässliche Beziehungen ein wichtiger Teil unserer Stärke.

Gemeinsam mit der Schweizer Milchwirtschaft entwickeln wir den Branchenstandard «Nachhaltige Schweizer Milch» kontinuierlich weiter. Mit Projekten wie KlimaStaR Milch leisten wir einen konkreten Beitrag zur Zukunft unseres wichtigsten Rohstoffs und zur Weiterentwicklung einer nachhaltigen Milchwirtschaft. Die daraus gewonnenen Erkenntnisse fliessen zunehmend auch in unsere internationalen Aktivitäten ein.

Gleichzeitig verstehen wir Nachhaltigkeit als Teil von Innovation. Emmi Matcha Latte verbindet beispielhaft Konsumentenrelevanz, Genuss und eine neue, 100 % recyclingfähige Verpackungslösung. Für uns ist das entscheidend, denn: Nachhaltigkeit wirkt dann am stärksten, wenn sie für Konsumentinnen und Konsumenten greifbar wird.

«Unsere Strategie ist auf langfristige Wertschöpfung ausgelegt. Wir denken in Generationen. Verantwortung, Partnerschaft und Unternehmertum sind seit jeher Teil der DNA von Emmi und bleiben die Grundlage unseres Handelns.»

Urs Riedener

Leicht höhere Umsatzprognosen, Bestätigung der Ertragsprognosen 2026

Die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen dürften auch im zweiten Halbjahr anspruchsvoll bleiben. Geopolitische und handelspolitische Spannungen, volatile Beschaffungsmärkte, eine gedämpfte Konsumstimmung in verschiedenen Märkten sowie der starke Schweizer Franken werden uns weiterhin begleiten. In der Schweiz ist zudem mit anhaltendem Importdruck zu rechnen.

Wir sind dennoch überzeugt, dass Emmi strategisch gut aufgestellt ist. Unser diversifiziertes Portfolio, unsere starke Position in attraktiven Premium-Nischen, unsere Wachstumsmärkte und unsere Innovationskraft bilden eine gute Grundlage, um auch in diesem Umfeld nachhaltig profitabel zu wachsen. Gleichzeitig werden wir unsere Effizienzprogramme und unsere Kostendisziplin konsequent fortsetzen.

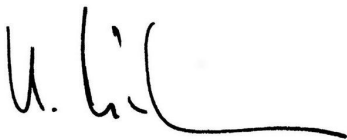
Auf Basis der heute bekannten Rahmenbedingungen erhöht die Emmi Gruppe ihre Prognose für das organische Wachstum auf Gruppenstufe leicht auf 2.0 % bis 3.0 % (bisher: 1.0 % bis 3.0 %). Die Erwartungen für das EBIT von CHF 335 bis CHF 355 Millionen sowie die Reingewinnmarge von 4.8 % bis 5.3 % bleiben unverändert.

Herzlicher Dank

Unser besonderer Dank gilt unseren rund 13'000 Mitarbeitenden. Mit ihrem grossen Engagement, ihrer Kompetenz und ihrem Unternehmergeist schaffen sie Tag für Tag die Grundlage für den nachhaltigen Erfolg der Emmi Gruppe.

Ebenso danken wir unseren Kundinnen und Kunden sowie unseren Handelspartnern für die langjährige und vertrauensvolle Zusammenarbeit.

Ein besonderer Dank gilt unseren Milchproduzentinnen und Milchproduzenten. Mit ihrer täglichen Arbeit, ihrer Sorgfalt und ihrer hohen Qualität schaffen sie die Grundlage für vieles, was Emmi ausmacht. Gemeinsam gestalten wir die Zukunft der Milchwirtschaft und schaffen Wertschöpfung für kommende Generationen.



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 Markenkonzepthen, 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 konnte im ersten Halbjahr 2026 die positive Wachstumsdynamik der vergangenen Jahre fortsetzen und ein organisches Wachstum von 3.6 % erzielen. Dieses war erneut breit abgestützt und wurde von einer starken Volumenentwicklung getragen. Insgesamt erhöhte sich der Umsatz der Emmi Gruppe um 2.2 % auf CHF 2'323.5 Millionen (H1 2025: CHF 2'272.4 Millionen).

Ein bereits Anfang Jahr bekannter Einmaleffekt in der Division Schweiz unterstützte das organische Wachstum der Gruppe um 0.8 %. Gleichzeitig belastete der seit Februar 2026 tiefere Milchpreis in der Schweiz das organische Wachstum der Gruppe mit 0.4 %. Ohne diese beiden Effekte hätte das organische Gruppenwachstum im ersten Halbjahr 3.2 % betragen. Zwar wird der Wegfall des Einmaleffekts das Wachstum im zweiten Halbjahr belasten, die zugrunde liegende Wachstumsdynamik bleibt jedoch intakt. Entsprechend rechnet die Emmi Gruppe weiterhin mit einem erfreulichen organischen Wachstum.

Die im Vorjahr akquirierte The English Cheesecake Company Ltd. steuerte 0.7 % zum Umsatzwachstum bei. Netto negative Währungseffekte von 2.1 % belasteten die Umsatzentwicklung hingegen.

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 2026	Umsatz 1. HJ 2025	Differenz 2026/2025	Akquisiti- onseffekt	Währungs- effekt	Wachstum organisch
Molkereiprodukte	338.2	338.4	-0.1 %	–	–	-0.1 %
Frischprodukte	209.8	200.1	4.8 %	–	–	4.8 %
Käse	202.4	184.9	9.4 %	–	–	9.4 %
Frischkäse	69.3	59.5	16.5 %	–	–	16.5 %
Pulver/Konzentrate	39.4	43.1	-8.7 %	–	–	-8.7 %
Übrige Produkte/Dienstleistungen	44.2	45.6	-3.0 %	–	–	-3.0 %
Total	903.3	871.6	3.6 %	–	–	3.6 %

Die Division **Schweiz** erzielte einen Nettoumsatz von CHF 903.3 Millionen, was gegenüber CHF 871.6 Millionen in der Vorjahresperiode einem organischen Anstieg von 3.6 % entspricht. Neben der erfreulichen Entwicklung bewährter Markenkonzepte wie Emmi Caffè Latte, Emmi Energy Milk und Spezialitätenkäse von Kaltbach trugen auch Innovationen wie Emmi Matcha Latte, Emmi Kefir und Emmi I'm your meal sowie ein positiver Einmaleffekt zum Wachstum bei. Dieser aus einem befristeten Auftrag resultierende Einmaleffekt hatte bereits in der zweiten Jahreshälfte 2025 einen positiven Einfluss und wird im zweiten Halbjahr 2026 wegfallen. Aber auch ohne diesen Einmaleffekt (+2.0 %) sowie den Einfluss des tieferen Milchpreises (-1.1 %) hätte die Division Schweiz im ersten Halbjahr ein starkes organisches Wachstum von 2.7 % erzielt. Der Anteil der Division Schweiz am Gruppenumsatz beträgt 38.9 % (H1 2025: 38.3 %).

Im grössten Segment **Molkereiprodukte** (Milch, Rahm, Butter) reduzierte sich der Umsatz im ersten Halbjahr 2026 leicht um 0.1 %. Der auf Empfehlung der Branchenorganisation Milch per Anfang Februar beschlossene tiefere Milchpreis belastete die Umsatzentwicklung in diesem Segment. Demgegenüber entwickelten sich die Absatzvolumen insgesamt positiv. Zudem verzeichnete die innovative Marke Emmi good day mit ihren laktosefreien Milchprodukten erneut ein starkes Wachstum.

Bei den **Frischprodukten** resultierte ein starkes Umsatzwachstum von 4.8 %. Wesentliche Wachstumstreiber waren bewährte Markenkonzepte wie Emmi Caffè Latte und Emmi Energy Milk sowie Innovationen und funktionelle Produkte wie Emmi Kefir, Emmi Matcha Latte, Emmi I'm your meal und Emmi High Protein Water.

Der deutliche Umsatzanstieg von 9.4 % im Segment **Käse** ist hauptsächlich auf den erwähnten Einmaleffekt zurückzuführen. Ohne diesen Effekt hätte der Umsatz ungefähr auf Vorjahresniveau gelegen. Während die Markenkonzepte Luzerner Rahmkäse, Kaltbach und Scharfer Maxx weiter zulegten, belasteten die anhaltend herausfordernden Marktbedingungen mit steigenden Käseimporten die Entwicklung des AOP-Käsegeschäfts.

Der Umsatz im Segment **Frischkäse** erhöhte sich deutlich um 16.5 %. Wachstumstreiber waren insbesondere Mozzarella sowie proteinreiche Produkte wie Hüttenkäse und Skyr. Der Umsatzrückgang von 8.7 % im Segment **Pulver/Konzentrate** widerspiegelt den tieferen Absatz von Milchpulver im Industriekundengeschäft. Bei den **Übrigen Produkten/Dienstleistungen** reduzierte sich der Umsatz um 3.0 %. Dies ist neben tieferen Umsätzen mit pflanzenbasierten Produkten auch auf die Aufgabe bestimmter Aktivitäten ausserhalb des Kerngeschäfts zurückzuführen, insbesondere auf die Einstellung der Saftabfüllung.

Umsatzentwicklung Americas

in CHF Millionen	Umsatz 1. HJ 2026	Umsatz 1. HJ 2025	Differenz 2026/2025	Akquisiti- onseffekt	Währungs- effekt	Wachstum organisch
Käse	304.4	320.1	-4.9 %	–	-5.8 %	0.9 %
Molkereiprodukte	212.9	210.9	0.9 %	–	-2.4 %	3.3 %
Frischprodukte	197.6	189.7	4.2 %	–	-4.9 %	9.1 %
Frischkäse	57.3	48.4	18.4 %	–	1.9 %	16.5 %
Pulver/Konzentrate	27.7	28.8	-3.7 %	–	1.1 %	-4.8 %
Übrige Produkte/Dienstleistungen	52.9	55.5	-4.8 %	–	0.7 %	-5.5 %
Total	852.8	853.4	-0.1 %	–	-3.7 %	3.6 %

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

Die Division Americas erzielte im ersten Halbjahr ein primär volumengetriebenes organisches Wachstum von 3.6 %. Wesentliche Wachstumstreiber waren erneut die dynamischen Märkte Chile, Brasilien und Mexiko, wobei in Brasilien insbesondere die funktionellen Premium-Milchprodukte von Verde Campo zur positiven Entwicklung beitrugen. Zudem lieferten auch Spanien und Tunesien positive Wachstumsimpulse. Aufgrund der verhaltenen Umsatzentwicklung in den USA lag das organische Wachstum jedoch leicht unter der eigenen Prognose für das Gesamtjahr (4 % bis 6 %). Nach Berücksichtigung negativer Fremdwährungseffekte von 3.7 % resultierte insgesamt ein leichter Umsatzrückgang um 0.1 % auf CHF 852.8 Millionen (H1 2025: CHF 853.4 Millionen). Der Anteil der Division Americas am Gruppenumsatz beträgt 36.7 % (H1 2025: 37.6 %).

Im umsatzstärksten Segment **Käse** resultierte ein organisches Wachstum von 0.9 %. Eine positive Entwicklung verzeichneten insbesondere Chile und Brasilien mit lokal hergestelltem Käse. Auch die in den USA produzierten Käse entwickelten sich volumenmässig positiv, wobei tiefere Milchpreise die Umsatzentwicklung bremsen. Demgegenüber führten die zoll- und wechselkursbedingt notwendigen Preiserhöhungen bei den aus der Schweiz importierten Käsespezialitäten zu rückläufigen Absatzvolumen und wirkten dämpfend auf die Entwicklung des Segments.

Der Umsatz mit **Molkereiprodukten** erhöhte sich organisch um 3.3 %. Wesentlicher Treiber war Chile mit einem primär volumenbedingten Wachstum bei Milch der Marke Surlat. Zusätzliche Wachstumsimpulse kamen aus Spanien mit Milch und Rahm sowie aus Tunesien mit Rahm und Butter. Tiefere Milchpreise in Brasilien hemmten hingegen die Umsatzentwicklung in diesem Segment.

Im Segment **Frischprodukte** resultierte ein starkes organisches Wachstum von 9.1 %. Wesentliche Wachstumstreiber waren Spanien mit Kaiku Caffè Latte und Kefir-Produkten sowie Brasilien mit funktionellen Premium-Milchprodukten der Marke Verde Campo, insbesondere High-Protein-Joghurts und -Drinks. Positive Impulse kamen zudem aus Tunesien mit Joghurts und Desserts, aus Chile mit Joghurts und High-Protein-Produkten sowie von Meyenberg in den USA mit Joghurts und Kefir.

Das organische Wachstum von 16.5 % im Segment **Frischkäse** ist hauptsächlich auf höhere Umsätze mit Mozzarella in Brasilien zurückzuführen. Im Segment **Pulver/Konzentrate** resultierte aufgrund der negativen Milchpreisentwicklung im Milchpulvergeschäft in Brasilien ein organischer Umsatzrückgang von 4.8 %. Im Segment **Übrige Produkte/Dienstleistungen** ist der organische Rückgang von 5.5 % vor allem auf tiefere Umsätze mit pflanzenbasierten Produkten in den USA zurückzuführen, während das Handelswarengeschäft von Mexideli ein deutliches Wachstum verzeichnete.

Umsatzentwicklung Europa

in CHF Millionen	Umsatz 1. HJ 2026	Umsatz 1. HJ 2025	Differenz 2026/2025	Akquisiti- onseffekt	Währungs- effekt	Wachstum organisch
Frischprodukte	389.0	376.3	3.4 %	4.2 %	-3.2 %	2.4 %
Käse	52.5	51.1	2.8 %	1.7 %	-2.7 %	3.8 %
Pulver/Konzentrate	26.6	16.8	58.7 %	–	-4.0 %	62.7 %
Frischkäse	13.5	20.4	-34.0 %	–	-1.7 %	-32.3 %
Molkereiprodukte	2.0	4.1	-51.4 %	–	-1.2 %	-50.2 %
Übrige Produkte/Dienstleistungen	14.7	15.0	-1.8 %	–	-2.4 %	0.6 %
Total	498.3	483.7	3.0 %	3.4 %	-3.1 %	2.7 %

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

Die Division Europa steigerte ihren Umsatz im ersten Halbjahr von CHF 483.7 Millionen auf CHF 498.3 Millionen, was einem organischen Wachstum von 2.7 % entspricht und somit im Rahmen der Erwartungen für das Gesamtjahr liegt (2 % bis 4 %). Wesentliche Treiber des hauptsächlich volumengetriebenen organischen Wachstums waren das Dessertgeschäft, das Geschäft mit Ziegenmilchpulver in den Niederlanden sowie die Käsespezialitäten der Marke Kaltbach. Der Anteil der Division Europa am Gruppenumsatz beträgt 21.4 % (H1 2025: 21.3 %).

Der Umsatz im grössten Segment **Frischprodukte** konnte im ersten Halbjahr 2026 um 3.4 % gesteigert werden. Nach Berücksichtigung des Akquisitionseffekts aus der im November 2025 erworbenen The English Cheesecake Company Ltd. sowie negativer Währungseffekte resultierte ein organisches Wachstum von 2.4 %. Wesentlicher Treiber der positiven Entwicklung war das Dessertgeschäft. Der Grossteil des Wachstums stammte dabei aus dem Exportgeschäft in Märkte ausserhalb Europas, das dank des neu globalen Vertriebsnetzes sowie Synergieeffekten aus der Integration der Mademoiselle Desserts Gruppe deutlich zulegen konnte. Im Gegensatz dazu entwickelten sich die Umsätze in den jeweiligen Heimmärkten angesichts der zurückhaltenden Konsumstimmung in Europa infolge der wirtschaftlichen Unsicherheiten eher verhalten. Auch bei Emmi Caffè Latte blieb die Entwicklung in weiten Teilen Europas angesichts des schwierigen Marktumfelds insgesamt gedämpft. Sehr positive Impulse kamen jedoch aus Belgien mit einem deutlichen Wachstum sowie aus der Einführung der Innovation Emmi Matcha Latte.

Das Segment **Käse** erzielte ein organisches Umsatzwachstum von 3.8 %. Ein bedeutender Teil der Umsatzsteigerung entfällt dabei auf die Marke Kaltbach, welche vor allem in Deutschland, den Niederlanden und Grossbritannien zulegen konnte. Deutschland verzeichnete zudem eine positive Entwicklung mit Sortenkäse. Demgegenüber entwickelten sich die Umsätze mit Sortenkäse und weiteren Käsespezialitäten in Frankreich und Italien rückläufig.

Das Segment **Pulver/Konzentrate** steigerte den Umsatz im ersten Halbjahr 2026 organisch um hohe 62.7 %, was auf den erwartungsgemäss deutlich höheren Absatz von Ziegenmilchpulver aus den Niederlanden zurückzuführen ist.

Im Segment **Frischkäse** ist der organische Umsatzrückgang von 32.3 % auf den tieferen internationalen Absatz von Ziegenkäsebruch aus den Niederlanden zurückzuführen. Im insgesamt unbedeutenden Segment **Molkereiprodukte** führte der tiefere Absatz von Ziegenmilch in den Niederlanden zu einem organischen Rückgang um 50.2 %. Das Segment **Übrige Produkte/Dienstleistungen** wuchs gegenüber der Vorjahresperiode leicht um 0.6 %. Während insbesondere die Umsätze mit pflanzenbasierten Milchalternativen in einem hart umkämpften Markt weiter rückläufig sind, konnten andere Geschäftsaktivitäten diesen Rückgang kompensieren.

Umsatzentwicklung Global Trade

in CHF Millionen	Umsatz 1. HJ 2026	Umsatz 1. HJ 2025	Differenz 2026/2025	Akquisiti- onseffekt	Währungs- effekt	Wachstum organisch
Käse	25.7	27.7	-7.2 %	-3.2 %	–	-4.0 %
Frischprodukte	21.3	19.9	6.9 %	–	-0.7 %	7.6 %
Molkereiprodukte	10.0	6.2	62.6 %	–	–	62.6 %
Pulver/Konzentrate	9.5	7.7	24.2 %	–	–	24.2 %
Frischkäse	0.9	0.6	42.7 %	–	–	42.7 %
Übrige Produkte/Dienstleistungen	1.7	1.6	2.5 %	–	-1.0 %	3.5 %
Total	69.1	63.7	8.5 %	-1.4 %	-0.2 %	10.1 %

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 Gruppenumsatz beträgt 3.0 % (H1 2025: 2.8 %).

Die Division Global Trade steigerte den Umsatz im ersten Halbjahr 2026 um 8.5 % auf CHF 69.1 Millionen (H1 2025: CHF 63.7 Millionen). Bereinigt um den Akquisitionseffekt aus der Verschiebung von Distributionskanälen in die Division Europa betrug das organische Umsatzwachstum 10.1 %.

Der organische Umsatzrückgang von 4.0 % im Segment **Käse** ist auf tiefere Entlastungsexporte von Industriekäse zurückzuführen. Im Segment **Frischprodukte** resultierte hingegen ein organisches Umsatzwachstum von 7.6 %, das vor allem auf die steigende Nachfrage nach mit Schweizer Milch hergestellten Emmi Joghurts im asiatischen Raum zurückzuführen ist. Höhere Entlastungsexporte von Magermilchpulver und Butter trugen zudem zu einer positiven Entwicklung in den Segmenten **Pulver/Konzentrate** respektive **Molkereiprodukte** bei.

Bruttogewinn

Der **Bruttogewinn** stieg im ersten Halbjahr 2026 auf CHF 948.9 Millionen, was einem Zuwachs von CHF 40.2 Millionen beziehungsweise 4.4 % gegenüber dem Vorjahreswert von CHF 908.7 Millionen entspricht. Da der Bruttogewinn stärker zunahm als der Umsatz, erhöhte sich die **Bruttogewinnmarge** von 40.0 % auf 40.8 %. Diese positive Entwicklung widerspiegelt insbesondere die kontinuierliche Portfoliotransformation entlang der strategischen Nischen sowie weitere operative Fortschritte in verschiedenen ausländischen Gesellschaften. Negative Fremdwährungseffekte belasteten den Bruttogewinn, während die infolge des Konflikts im Nahen Osten stark gestiegenen Verpackungsmaterialkosten zusätzlichen Druck auf die Bruttogewinnmarge ausübten. Beschaffungsinitiativen, Produktivitätssteigerungen entlang der Wertschöpfungskette sowie verantwortungsvolle Preiserhöhungen konnten diesen Effekten jedoch erfolgreich entgegenwirken.

Sondereffekte im Halbjahresabschluss 2026

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 724.2 Millionen und lag damit um CHF 33.9 Millionen beziehungsweise 4.9 % über dem Vorjahreswert von CHF 690.3 Millionen. Im Verhältnis zum Umsatz erhöhte sich der Betriebsaufwand auf 31.2 % (H1 2025: 30.4 %), wodurch ein wesentlicher Teil der Verbesserung auf Stufe Bruttogewinnmarge kompensiert wurde. Sowohl der absolute Anstieg als auch der höhere Anteil am Umsatz sind im Wesentlichen auf gestiegene Personal- und Logistikkosten zurückzuführen.

Der **Personalaufwand** erhöhte sich im ersten Halbjahr 2026 von CHF 372.1 Millionen in der Vorjahresperiode auf CHF 385.4 Millionen, was einem Anstieg von 3.6 % entspricht. Im Verhältnis zum Umsatz stieg der Personalaufwand somit von 16.4 % auf 16.6 %. Der anhaltende Lohn- und Sozialkostendruck sowie gezielte Investitionen in Organisation und Fähigkeiten zur Unterstützung des künftigen Wachstums führten zu höheren Personalkosten. Produktivitätsverbesserungen und Effizienzsteigerungen trugen jedoch dazu bei, den Anstieg der Personalkostenquote zu begrenzen.

Der **Sonstige Betriebsaufwand** belief sich in der Berichtsperiode auf CHF 338.8 Millionen und lag damit CHF 20.6 Millionen über dem Vorjahreswert von CHF 318.2 Millionen. Im Verhältnis zum Umsatz stieg der sonstige Betriebsaufwand von 14.0 % auf 14.6 %. Ausschlaggebend hierfür waren insbesondere die als Folge der geopolitischen Situation im Nahen Osten angestiegenen Kosten für Logistik sowie höhere Kosten für Unterhalt und Reparaturen. Die Marketing- und Verkaufsaufwendungen blieben mehrheitlich stabil, ebenso wie die Kosten für Energie und Betriebsmaterialien.

Die **Anderen betrieblichen Erträge** betrugen CHF 6.1 Millionen gegenüber CHF 4.7 Millionen in der Vorjahresperiode. Der Anstieg betrifft verschiedene betriebliche Erträge wie unter anderem erhaltene oder zugesagte Versicherungsleistungen aus Schadenfällen.

Das **Betriebsergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)** erhöhte sich in der Berichtsperiode um CHF 7.6 Millionen auf CHF 230.7 Millionen (H1 2025: CHF 223.1 Millionen). Die **EBITDA-Marge** verbesserte sich leicht von 9.8 % auf 9.9 %. Ausschlaggebend hierfür war die höhere Bruttogewinnmarge, welche den Anstieg des Betriebsaufwands mehr als kompensieren konnte.

Die **Abschreibungen und Amortisationen** beliefen sich auf CHF 78.5 Millionen und lagen damit leicht über dem Vorjahreswert von CHF 77.7 Millionen.

Das **Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)** betrug CHF 152.3 Millionen und lag damit um CHF 6.9 Millionen über dem EBIT der Vorjahresperiode (CHF 145.4 Millionen). Auch die resultierende **EBIT-Marge** von 6.6 % liegt über der EBIT-Marge der Vorjahresperiode (6.4 %).

Ergebnis von assoziierten Gesellschaften, Finanzergebnis und Ertragssteuern

Beim **Ergebnis von assoziierten Gesellschaften und Gemeinschaftsorganisationen** resultierte im ersten Halbjahr 2026 ein Gewinn von CHF 1.6 Millionen gegenüber einem Verlust von CHF 0.2 Millionen in der Vorjahresperiode.

Das **Finanzergebnis** (Nettofinanzaufwand) verbesserte sich gegenüber der Vorjahresperiode um CHF 4.1 Millionen auf CHF 16.6 Millionen (H1 2025: CHF 20.7 Millionen). Ausschlaggebend hierfür war das um CHF 4.2 Millionen verbesserte Fremdwährungsergebnis, nachdem die deutliche Aufwertung des Schweizer Frankens das Vorjahr ausserordentlich stark belastet hatte.

Die **Ertragssteuern** beliefen sich in der Berichtsperiode auf CHF 24.1 Millionen gegenüber CHF 20.5 Millionen in der Vorjahresperiode. Daraus ergibt sich eine für das Gesamtjahr erwartete Steuerquote von 17.5 % (H1 2025: 16.5 %). Die höhere Steuerquote ist vorwiegend auf den gestiegenen Ergebnisbeitrag von Auslandsgesellschaften in Ländern mit höheren lokalen Steuersätzen zurückzuführen.

Reingewinn

Der **Gewinn inklusive Minderheitsanteile** betrug CHF 113.2 Millionen gegenüber CHF 103.9 Millionen in der Vorjahresperiode und konnte damit um deutliche CHF 9.3 Millionen gesteigert werden.

Die **Minderheitsanteile** am Gewinn beliefen sich auf CHF 12.3 Millionen gegenüber CHF 6.7 Millionen in der Vorjahresperiode. Die Zunahme um CHF 5.6 Millionen ist insbesondere auf die höhere Profitabilität der Gesellschaften mit Minderheitsanteilen in Brasilien, Mexiko und Chile zurückzuführen.

Nach Abzug der Minderheitsanteile erzielte die Emmi Gruppe einen **Reingewinn** von CHF 100.9 Millionen (H1 2025: CHF 97.2 Millionen). Neben der operativen Ergebnisverbesserung trug insbesondere das verbesserte Finanzergebnis zum Anstieg des Reingewinns bei. Höhere Ertragssteuern und Minderheitsanteile wirkten diesem Effekt teilweise entgegen. Die **Reingewinnmarge** blieb mit 4.3 % auf dem Niveau der Vorjahresperiode.

Vermögenslage, Finanzierung und Geldfluss

Die **Bilanzsumme** zum 30. Juni 2026 erhöhte sich gegenüber dem Stand per 31. Dezember 2025 um CHF 41.9 Millionen beziehungsweise 1.2 % auf CHF 3'523.1 Millionen. Das **operative Nettoumlaufvermögen** (bestehend aus Vorräten sowie Forderungen und Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen) betrug CHF 765.8 Millionen und stieg somit um CHF 43.6 Millionen beziehungsweise 6.0 % gegenüber dem 31. Dezember 2025. Das Anlagevermögen verzeichnete eine leichte Abnahme um CHF 2.4 Millionen, was vorwiegend auf um CHF 14.2 Millionen tiefere immaterielle Anlagen infolge der ordentlichen Amortisationen zurückzuführen ist. Die Sachanlagen erhöhten sich hingegen leicht um CHF 6.7 Millionen. Dies ist neben positiven Fremdwährungseffekten infolge höherer Stichtagskurse auch auf die Investitionen zurückzuführen, welche leicht über den Abschreibungen lagen. Auf der Passivseite verzeichneten die kurz- und langfristigen Finanzverbindlichkeiten aufgrund von Rückzahlungen insgesamt eine Abnahme. In Kombination mit dem leicht höheren Bestand an flüssigen Mitteln resultierte eine **Nettoverschuldung** von CHF 862.4 Millionen per 30. Juni 2026 gegenüber CHF 882.6 Millionen per 31. Dezember 2025. Im Verhältnis zum annualisierten EBITDA sank die Nettoverschuldung von 1.79 per Ende des Vorjahres auf 1.73 per 30. Juni 2026. Die **Eigenkapitalquote** nach Verrechnung von Goodwill aus Akquisitionen lag per 30. Juni 2026 bei 35.6 % gegenüber 35.2 % per 31. Dezember 2025.

Die **Kapitalrendite (ROIC)** erhöhte sich per 30. Juni 2026 auf 7.9 % gegenüber 7.6 % im Geschäftsjahr 2025. Diese Verbesserung ist auf die höhere Profitabilität bei gleichzeitig leicht tieferem durchschnittlich investiertem Kapital zurückzuführen.

Der **Geldzufluss aus der Betriebstätigkeit** betrug hohe CHF 202.6 Millionen und lag damit um CHF 34.6 Millionen über dem Vorjahreswert von CHF 168.0 Millionen. Während die Zunahme des Geldflusses vor Veränderungen des Nettoumlaufvermögens sowie vor Zinsen und Steuern um CHF 8.5 Millionen die operative Verbesserung auf Stufe EBITDA widerspiegelt, ist der deutlich höhere Geldfluss aus der Betriebstätigkeit vor allem auf die positive Entwicklung des Nettoumlaufvermögens zurückzuführen. Diese wirkte sich im ersten Halbjahr 2026 mit CHF 17.7 Millionen positiv auf den Geldfluss aus, nachdem in der Vorjahresperiode noch ein negativer Effekt von CHF 31.2 Millionen resultiert hatte, was die unverändert hohe Fokussierung auf ein konsequentes Management des Nettoumlaufvermögens unterstreicht. Wesentlich dazu beigetragen hat insbesondere die im Vorjahresvergleich geringere Zunahme der Warenvorräte, dies trotz der weiterhin hohen Butterlagerbestände in der Schweiz. Die bezahlten Steuern stiegen hingegen deutlich an und belasteten den Geldfluss aus der Betriebstätigkeit entsprechend.

Der **Geldabfluss aus der Investitionstätigkeit** betrug CHF 83.9 Millionen gegenüber CHF 106.1 Millionen in der Vorjahresperiode. Die Investitionen in das Sachanlagevermögen erhöhten sich um CHF 6.0 Millionen auf CHF 79.4 Millionen. Aus der Akquisitionstätigkeit resultierte im ersten Halbjahr 2026 ein Geldzufluss von CHF 0.4 Millionen, nachdem in der Vorjahresperiode ein Geldabfluss von CHF 31.6 Millionen angefallen war. Ohne Berücksichtigung des Geldflusses aus der Akquisitionstätigkeit resultierte ein **Free Cashflow** von CHF 118.4 Millionen gegenüber CHF 93.6 Millionen in der Vorjahresperiode.

Der **Geldabfluss aus der Finanzierungstätigkeit** belief sich auf CHF 112.6 Millionen gegenüber CHF 99.3 Millionen in der Vorjahresperiode. Der höhere Mittelabfluss ist insbesondere auf gestiegene Dividendenzahlungen an Aktionäre und Minderheitsaktionäre von insgesamt CHF 95.2 Millionen (H1 2025: CHF 89.2 Millionen) sowie auf höhere Rückzahlungen von Finanzverbindlichkeiten in Höhe von CHF 17.4 Millionen (H1 2025: CHF 10.1 Millionen) zurückzuführen. Als Folge der beschriebenen Geldflüsse erhöhten sich die **flüssigen Mittel** gegenüber dem 31. Dezember 2025 um CHF 7.6 Millionen von CHF 376.5 Millionen auf CHF 384.1 Millionen.

Ausblick Gesamtjahr 2026

Die herausfordernden wirtschaftlichen Rahmenbedingungen dürften auch im zweiten Halbjahr 2026 Bestand haben. Geopolitische und handelspolitische Spannungen, hohe Volatilität an den Beschaffungsmärkten, eine in vielen Märkten weiterhin gedämpfte Konsumstimmung sowie der starke Schweizer Franken sorgen unverändert für Unsicherheit. Auf dem Heimmarkt Schweiz ist zudem weiterhin mit einem erhöhten Importdruck zu rechnen.

Dank ihrer konsequenten Ausrichtung auf attraktive Wachstumsmärkte und strategische Nischen sowie ihres breit diversifizierten Marken- und Produktportfolios sieht sich die Emmi Gruppe jedoch gut positioniert, um auch in diesem anspruchsvollen Umfeld nachhaltig profitabel wachsen zu können. Emmi wird weiterhin vorausschauend und diszipliniert handeln und ihre gruppenweiten Effizienz- und Kostensparprogramme konsequent fortführen. Gleichzeitig setzt die Gruppe ihre Portfoliotransformation entlang der strategischen Prioritäten und Konsumtrends fort.

Die anhaltenden geopolitischen Spannungen im Nahen Osten führen zu weiteren Kostensteigerungen bei verschiedenen Inputkosten, insbesondere in den Bereichen Verpackung, Logistik und Energie. Emmi wird diesen Entwicklungen mit gezielten und verantwortungsvollen Preiserhöhungen begegnen, um die Gruppe zu schützen.

Die Entwicklung im ersten Halbjahr 2026 unterstreicht die Wirksamkeit der konsequenten Strategieumsetzung sowie den Fokus auf wertschöpfungsstarkes Wachstum. Das organische Wachstum lag nach sechs Monaten über der kommunizierten Ganzjahresprognose und war breit über alle Divisionen abgestützt. Wie in der Ganzjahresprognose antizipiert, wird das organische Wachstum des zweiten Halbjahres durch den tieferen Schweizer Milchpreis und den Wegfall eines Einmaleffektes aus dem Vorjahr belastet. Die beiden Effekte werden das Umsatzwachstum der Emmi Gruppe im Gesamtjahr um insgesamt rund -0.8 % belasten (-2.1 % in der Division Schweiz). Während diese beiden Effekte die Umsatzentwicklung im ersten Halbjahr netto noch mit rund 0.4 % stützten (0.9 % in der Division Schweiz), wird die Belastung im zweiten Halbjahr voraussichtlich rund -1.9 % betragen (-4.7 % in der Division Schweiz). Die Emmi Gruppe erwartet, dass die zugrunde liegende Wachstumsdynamik ohne diese temporären Effekte weiterhin erfreulich bleibt.

Auf Basis der heute bekannten Rahmenbedingungen erhöht die Emmi Gruppe ihre Prognose für das organische Wachstum auf Gruppenstufe leicht auf 2.0 % bis 3.0 % (bisher: 1.0 % bis 3.0 %). Die Erwartungen für das EBIT von CHF 335 bis CHF 355 Millionen sowie die Reingewinnmarge von 4.8 % bis 5.3 % bleiben unverändert.

Für die Division Schweiz hebt Emmi die Prognose auf Basis der starken Wachstumsdynamik im ersten Halbjahr auf -1 % bis 1 % an (bisher: -2 % bis 0 %). Die Erwartungen für die Divisionen Americas (4 % bis 6 %) und Europa (2 % bis 4 %) bleiben hingegen unverändert.

Emmi hält zudem an den Mittelfristprognosen hinsichtlich des organischen Umsatzwachstums (Gruppe 2 % bis 3 %, Schweiz 0 % bis 1 %, Americas 4 % bis 6 %, Europa 1 % bis 3 %), der Reingewinnmarge (5.5 % bis 6.0 %), ROIC (10 %) und der Dividendenpolitik (Ausschüttungsquote von 35 % bis 45 % mit jährlichem Anstieg der Dividende in Schweizer Franken) fest.

Konsolidierte Erfolgsrechnung

in Tausend CHF

	1. Halbjahr 2026	%	1. Halbjahr 2025	%
Umsatz aus Verkäufen von Produkten	2'304'959		2'255'528	
Umsatz aus Dienstleistungen	18'505		16'900	
Nettoumsatz	2'323'464	100.0	2'272'428	100.0
Bestandesveränderungen Halb- und Fertigfabrikate	17'319	-0.7	20'427	-0.9
Warenaufwand und Fremdleistungen	-1'391'907	59.9	-1'384'160	60.9
Bruttogewinn	948'876	40.8	908'695	40.0
Andere betriebliche Erträge	6'088	0.3	4'690	0.2
Personalaufwand	-385'442	16.6	-372'070	16.4
Sonstiger Betriebsaufwand	-338'802	14.6	-318'231	14.0
Total Betriebsaufwand	-724'244	31.2	-690'301	30.4
Betriebsergebnis vor Zinsen¹⁾, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)	230'720	9.9	223'084	9.8
Abschreibungen auf Sachanlagen	-63'226	2.6	-62'281	2.7
Amortisationen auf immateriellen Anlagen	-15'226	0.7	-15'448	0.7
Betriebsergebnis vor Zinsen¹⁾ und Steuern (EBIT)	152'268	6.6	145'355	6.4
Anteil am Ergebnis von assoziierten Gesellschaften und Gemeinschaftsorganisationen	1'579		-197	
Finanzergebnis	-16'559		-20'709	
Ergebnis vor Ertragssteuern (EBT)	137'288	5.9	124'449	5.5
Ertragssteuern	-24'079		-20'534	
Gewinn inkl. Minderheitsanteile	113'209	4.9	103'915	4.6
Minderheitsanteile	-12'343		-6'679	
Reingewinn	100'866	4.3	97'236	4.3
Reingewinn pro Aktie (verwässert/unverwässert in CHF)	18.85		18.18	

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

Konsolidierte Bilanz

in Tausend CHF

Aktiven	30.06.2026	%	31.12.2025	%
Flüssige Mittel	384'099		376'535	
Wertschriften	23'290		29'028	
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	507'905		542'006	
Sonstige Forderungen	69'592		70'017	
Vorräte	660'463		599'915	
Aktive Rechnungsabgrenzungen	99'646		83'156	
Umlaufvermögen	1'744'995	49.5	1'700'657	48.9
Beteiligungen an assoziierten Gesellschaften und Gemeinschaftsorganisationen	12'612		11'723	
Darlehen und sonstige Forderungen	21'074		19'153	
Wertschriften	9'845		9'790	
Aktiven aus Arbeitgeberbeitragsreserven	1'943		2'092	
Aktive latente Ertragssteuern	22'330		18'741	
Finanzanlagen	67'804		61'499	
Aktive Rechnungsabgrenzungen	4'440		5'624	
Sachanlagen	1'292'445		1'285'765	
Immaterielle Anlagen	413'462		427'669	
Anlagevermögen	1'778'151	50.5	1'780'557	51.1
Aktiven	3'523'146	100.0	3'481'214	100.0
Passiven				
Bankschulden	47'195		57'389	
Leasingverbindlichkeiten	1'161		1'217	
Darlehen	32		32	
Anleiheobligationen	150'000		150'000	
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	402'540		419'644	
Sonstige Verbindlichkeiten	95'082		104'730	
Passive Rechnungsabgrenzungen	311'535		253'495	
Rückstellungen	8'937		9'077	
Kurzfristiges Fremdkapital	1'016'482	28.8	995'584	28.6
Bankschulden	109'595		114'759	
Leasingverbindlichkeiten	8'143		8'786	
Darlehen	216		601	
Anleiheobligationen	974'520		974'520	
Passive Rechnungsabgrenzungen	3'478		3'544	
Rückstellungen	157'325		159'439	
Langfristiges Fremdkapital	1'253'277	35.6	1'261'649	36.2
Fremdkapital	2'269'759	64.4	2'257'233	64.8
Aktienkapital	53'498		53'498	
Kapitalreserven	2'088		2'088	
Gewinnreserven	1'039'392		1'025'948	
Eigenkapital exkl. Minderheitsanteile	1'094'978	31.1	1'081'534	31.1
Minderheitsanteile	158'409	4.5	142'447	4.1
Eigenkapital inkl. Minderheitsanteile	1'253'387	35.6	1'223'981	35.2
Passiven	3'523'146	100.0	3'481'214	100.0

Konsolidierte Geldflussrechnung

in Tausend CHF

	1. Halbjahr 2026	1. Halbjahr 2025
Gewinn inkl. Minderheitsanteile	113'209	103'915
Nettozinsaufwand	12'573	13'801
Ertragssteuern	24'079	20'534
Erfolg aus Verkauf von Anlagevermögen	-198	-236
Erfolg aus Verkauf von Beteiligungen/Betrieben	-679	–
Abschreibungen und Amortisationen planmässig	78'217	77'636
Abschreibungen und Amortisationen ausserplanmässig	235	93
Veränderung Rückstellungen	1'260	-3'039
Anteil am Ergebnis von assoziierten Gesellschaften und Gemeinschaftsorganisationen	-900	197
Andere nicht liquiditätswirksame Positionen	2'062	8'502
Geldfluss vor Veränderung Nettoumlaufvermögen, Zinsen und Steuern	229'858	221'403
Veränderung Vorräte	-56'793	-79'505
Veränderung Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	38'127	38'159
Veränderung sonstige Forderungen und aktive Abgrenzungen	-8'300	-27'266
Veränderung Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	-3'695	-9'126
Veränderung sonstige Verbindlichkeiten und passive Abgrenzungen	48'354	46'573
Bezahlte Zinsen	-2'844	-2'979
Bezahlte Steuern	-42'060	-19'239
Geldfluss aus Betriebstätigkeit	202'647	168'020
Investitionen in Sachanlagen	-79'443	-73'402
Vermögenswertbezogene Zuwendungen der öffentlichen Hand	–	53
Devestitionen von Sachanlagen	1'033	3'866
Investitionen in immaterielle Anlagen	-3'890	-2'839
Verkauf von assoziierten Gesellschaften	679	–
Erwerb von Minderheitsanteilen	-284	-31'617
Veränderung Aktivdarlehen	-2'995	-2'885
Erhaltene Dividenden	29	225
Erhaltene Zinsen	980	544
Geldfluss aus Investitionstätigkeit	-83'891	-106'055
Veränderung sonstige kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	-12'316	-4'821
Veränderung sonstige langfristige Finanzverbindlichkeiten	-5'133	-5'309
Dividendenzahlungen an Aktionäre Emmi AG	-93'622	-88'272
Dividendenzahlungen an Minderheitsaktionäre	-1'554	-916
Geldfluss aus Finanzierungstätigkeit	-112'625	-99'318
Währungsumrechnungsdifferenzen	1'433	-8'141
Nettoveränderung der Flüssigen Mittel	7'564	-45'494
Flüssige Mittel zu Beginn der Berichtsperiode	376'535	303'661
Flüssige Mittel am Ende der Berichtsperiode	384'099	258'167

Konsolidierter Eigenkapitalnachweis

in Tausend CHF

	Aktien- kapital	Kapital- reserven (Agio)	Einbehaltene Gewinne	Verrechneter Goodwill	Währungs- umrechnungs- differenzen	Total Gewinn- reserven	Eigenkapital exkl. Minderheits- anteile	Minder- heits- anteile	Eigenkapital inkl. Minderheits- anteile
Stand									
1. Januar 2025	53'498	2'088	2'393'282	-1'442'908	-11'907	938'467	994'053	135'748	1'129'801
Übernahme									
Minderheitsanteile	–	–	–	-23'770	–	-23'770	-23'770	-7'847	-31'617
Gewinn	–	–	97'236	–	–	97'236	97'236	6'679	103'915
Währungs- umrechnungs- differenzen	–	–	–	–	-19'920	-19'920	-19'920	-4'017	-23'937
Dividenden	–	–	-88'272	–	–	-88'272	-88'272	-916	-89'188
Stand									
30. Juni 2025	53'498	2'088	2'402'246	-1'466'678	-31'827	903'741	959'327	129'647	1'088'974
Stand									
1. Januar 2026	53'498	2'088	2'532'066	-1'474'521	-31'597	1'025'948	1'081'534	142'447	1'223'981
Verrechnung Goodwill	–	–	–	88	–	88	88	–	88
Übernahme									
Minderheitsanteile	–	–	–	–	–	–	–	-284	-284
Gewinn	–	–	100'866	–	–	100'866	100'866	12'343	113'209
Währungs- umrechnungs- differenzen	–	–	–	–	6'112	6'112	6'112	5'457	11'569
Dividenden	–	–	-93'622	–	–	-93'622	-93'622	-1'554	-95'176
Stand									
30. Juni 2026	53'498	2'088	2'539'310	-1'474'433	-25'485	1'039'392	1'094'978	158'409	1'253'387

Segmentberichterstattung

in Tausend CHF

Nettoumsatz nach Produktgruppen und Divisionen	Schweiz		Americas		Europa		Global Trade		Gruppe	
	1. HJ 2026	1. HJ 2025	1. HJ 2026	1. HJ 2025	1. HJ 2026	1. HJ 2025	1. HJ 2026	1. HJ 2025	1. HJ 2026	1. HJ 2025
Frischprodukte	209'769	200'106	197'634	189'650	389'019	376'326	21'285	19'920	817'707	786'002
in % vom Nettoumsatz	23.2	23.0	23.2	22.2	78.1	77.8	30.8	31.2	35.2	34.6
Käse	202'364	184'949	304'394	320'128	52'486	51'069	25'709	27'704	584'953	583'850
in % vom Nettoumsatz	22.4	21.2	35.7	37.5	10.5	10.5	37.2	43.5	25.2	25.7
Molkereiprodukte	338'179	338'351	212'889	210'921	2'022	4'161	10'025	6'166	563'115	559'599
in % vom Nettoumsatz	37.4	38.8	25.0	24.7	0.4	0.9	14.5	9.7	24.2	24.6
Frischkäse	69'338	59'507	57'254	48'366	13'449	20'364	892	625	140'933	128'862
in % vom Nettoumsatz	7.7	6.8	6.7	5.7	2.7	4.2	1.3	1.0	6.1	5.7
Pulver/ Konzentrate	39'378	43'141	27'749	28'827	26'632	16'782	9'501	7'649	103'260	96'399
in % vom Nettoumsatz	4.4	5.0	3.2	3.4	5.3	3.5	13.8	12.0	4.4	4.2
Übrige Produkte/ Dienstleistungen	44'181	45'530	52'907	55'546	14'718	14'993	1'690	1'647	113'496	117'716
in % vom Nettoumsatz	4.9	5.2	6.2	6.5	3.0	3.1	2.4	2.6	4.9	5.2
Nettoumsatz	903'209	871'584	852'827	853'438	498'326	483'695	69'102	63'711	2'323'464	2'272'428
in % vom Konzern	38.9	38.3	36.7	37.6	21.4	21.3	3.0	2.8	100.0	100.0

Nettoumsatz nach Ländergruppen	1. HJ 2026	in %	1. HJ 2025	in %
Schweiz	904'012	38.9	868'926	38.2
Nord- und Südamerika	704'790	30.4	700'990	30.8
Europa ohne Schweiz	580'732	25.0	590'073	26.0
Afrika	77'411	3.3	74'184	3.3
Asien/Pazifik	56'519	2.4	38'255	1.7
Total	2'323'464	100.0	2'272'428	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, Mexiko, Tunesien und Kanada. Die Division Europa umfasst jene in Frankreich, Italien, Grossbritannien, den Niederlanden, Deutschland, Österreich und Belgien. Die Division Global Trade beinhaltet primär Direktverkäufe 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 2026 beendete Berichtsperiode. Der konsolidierte Zwischenabschluss 2026 wurde in Übereinstimmung mit Swiss GAAP FER 31 «Ergänzende Fachempfehlungen für kotierte Unternehmen» und den in der Konzernrechnung 2025 beschriebenen Konsolidierungs- und Bewertungsgrundsätzen, mit Ausnahme der nachfolgend beschriebenen Anpassungen, erstellt.

Die Ertragssteuern werden basierend auf einer Schätzung des für das Gesamtjahr 2026 erwarteten Ertragssteuersatzes berechnet. Der konsolidierte Halbjahresabschluss sollte in Verbindung mit der für das am 31. Dezember 2025 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 angegeben.

Der konsolidierte Zwischenabschluss wurde vom Verwaltungsrat der Emmi AG am 18. August 2026 genehmigt.

Veränderungen im Konsolidierungskreis oder Kapitalanteil

Regio Molkerei beider Basel AG, Schweiz

Am 5. Februar 2026 hat Emmi ihre Beteiligung an der Regio Molkerei beider Basel AG von 80 % auf 100 % erhöht.

Madriz Km0, S.L., Spanien

Am 6. April 2026 hat die Kaiku Km0, S.L., an der Emmi 73 % der Anteile hält, die Madriz Km0, S.L. gegründet.

Veränderungen im Geschäftsjahr 2025

Hinsichtlich der Veränderungen im Konsolidierungskreis des Geschäftsjahres 2025 verweisen wir auf die Konzernrechnung 2025.

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 negative 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 18. August 2026 sind keine wesentlichen Ereignisse eingetreten, welche die Aussagefähigkeit der Halbjahresrechnung 2026 beeinträchtigen könnten.

Währungsumrechnungskurse in CHF

	1. Halbjahr Durchschnittskurse		Endkurse	
	2026	2025	30.06.2026	31.12.2025
1 BRL	0.15	0.15	0.16	0.14
1 CAD	0.57	0.61	0.57	0.58
1 EUR	0.92	0.94	0.92	0.93
1 GBP	1.06	1.12	1.07	1.07
1 MXN	0.05	0.04	0.05	0.04
1 TND	0.27	0.28	0.27	0.27
1 USD	0.79	0.86	0.81	0.79
100 CLP	0.09	0.09	0.09	0.09

Beste Milchmomente sind Emmi Momente

Verantwortungsbewusstes Handeln und die Leidenschaft für sorgsam hergestellte, hochwertige Milchprodukte und Dessertkreationen zeichnen Emmi aus. Auch unser Purpose bringt dies zum Ausdruck. Tag für Tag leisten unsere rund 13'000 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