

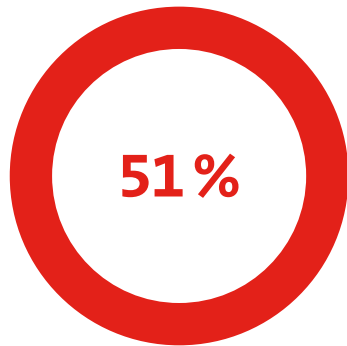
Kurzporträt Zahlen und Fakten 2017



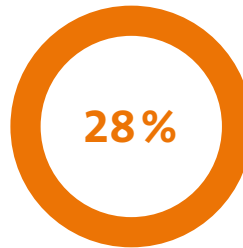
Wir sind eine global agierende Unternehmensgruppe.

Wir haben uns in den letzten 20 Jahren von einem mittelständischen, regional orientierten Unternehmen zu einer internationalen Unternehmensgruppe entwickelt. Der Fokus unserer Aktivitäten liegt heute auf unserem Heimmarkt Schweiz, den umliegenden europäischen Ländern sowie Nordamerika.

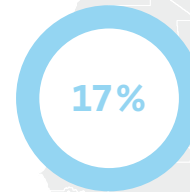
- Produktionsstätten ausserhalb der Schweiz (konsolidierte Firmen)



Schweiz



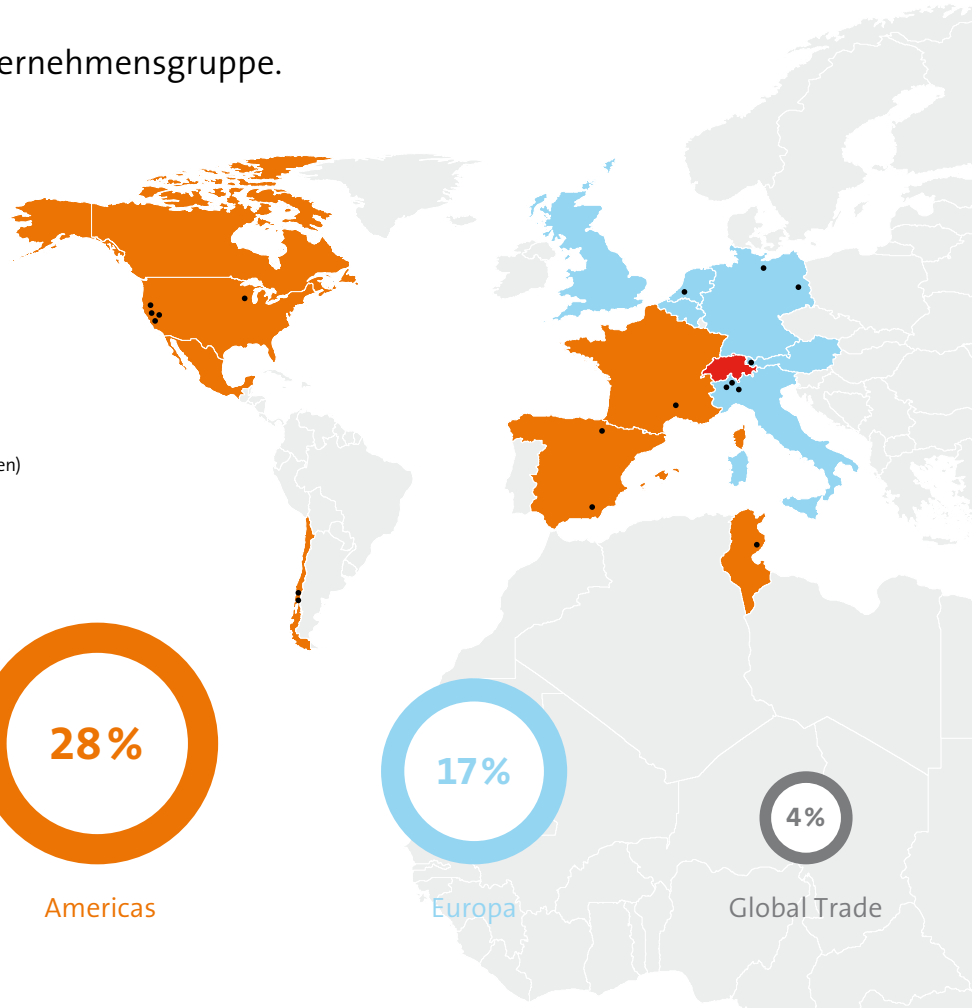
Americas



Europa



Global Trade



1.6 Mrd.

der total 3.3 Mrd. Franken Umsatz werden im Ausland erwirtschaftet.

30 %

des Auslandumsatzes werden durch Exporte aus der Schweiz generiert.

60

Länder weltweit, in welche Emmi ihre Produkte aus der Schweiz exportiert.

3 200

der total 6 150 Mitarbeitenden der Emmi Gruppe sind im Ausland beschäftigt.

14

Länder ausserhalb der Schweiz mit Tochtergesellschaften oder Beteiligungen.

820 Mio.

Kilogramm Milch werden in den ausländischen Emmi Betrieben verarbeitet.

Unsere Strategie basiert auf drei Pfeilern.

Wir streben an, als unabhängiges Unternehmen in offenen Märkten erfolgreich zu sein.
Erreichen möchten wir dies mit einer Strategie, die auf drei Pfeilern basiert.

Starker Heimmarkt

Heute und in Zukunft:

- Starke Basis
- Grösster Absatzmarkt
- Wichtigstes Produktionsland

Wachstum im Ausland

Heute:

- Tochtergesellschaften oder Beteiligungen in 14 Ländern
- USA, Spanien und Deutschland sind die wichtigsten Auslandsmärkte
- Starkes akquisitorisches Wachstum

In Zukunft:

- Ausweitung der Präsenz auf 15 bis 18 Märkte
- Höhere Bedeutung von Wachstumsmärkten ausserhalb Europas
- Verstärkter Fokus auf organisches Wachstum

Kostenmanagement

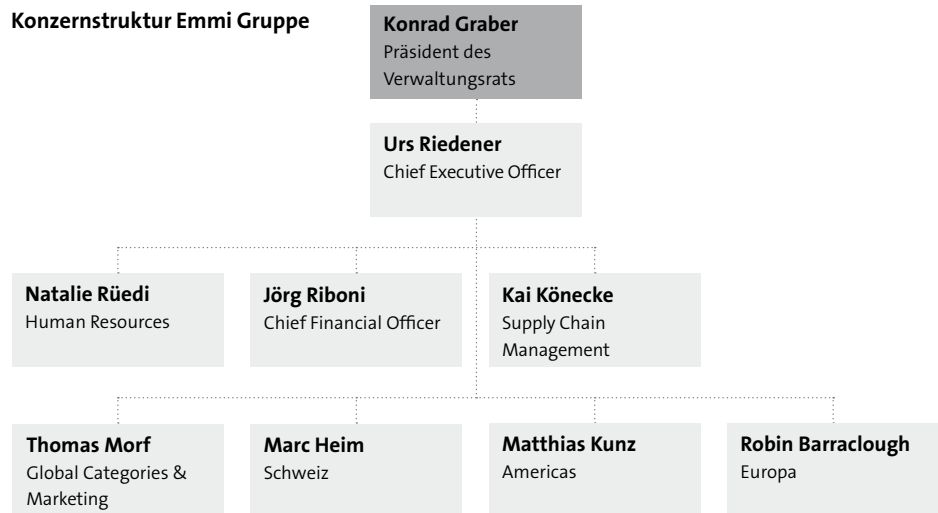
Emmi Operational Excellence (EOE)

- Kontinuierliche und dynamische Optimierung aller Prozesse und Systeme entlang der Wertschöpfungskette
- Produktivitätssteigerung
- Jährliche Kosteneinsparungen von mehreren Millionen Franken
- Erfahrungstransfer von der Schweiz in die ausländischen Produktionsstätten

Unsere Organisation zeigt, was wir tun.

Die fortschreitende Internationalisierung unseres Geschäfts zeigt sich in unserer Organisation. In deren Zentrum stehen die vier geografischen Divisionen Schweiz, Americas, Europa und Global Trade (vor allem Exportgeschäft aus der Schweiz in Länder, in denen wir keine Tochtergesellschaften oder wesentlichen Beteiligungen haben).

Konzernstruktur Emmi Gruppe



Mitglieder der Erweiterten Konzernleitung:

- Othmar Dubach: Molkereiprodukte & Käse Schweiz
- Max Peter: Handel & SCM Schweiz
- Markus Willmann: Industrie Schweiz

Wer sich für Emmi entscheidet, entscheidet sich auch für die Schweizer Bauern und Käser



Hof Lindenfeldweid, Luzern

Adrian und Ruth Unternährer bewirtschaften am Rande der Stadt Luzern den Bio-Hof Lindenfeldweid. Ihre Bio-Milch wird von uns zumeist im nahe gelegenen Emmen weiterverarbeitet.



Dorfkäserei Dürrenroth (BE)

Im Emmental stellt Urs Kämpfer in seiner Dorfkäserei Dürrenroth verschiedene Käse, Jogurt, Butter und Milch her. Sein wichtigstes Produkt ist der traditionelle Emmentaler AOP, von dem er jeden Tag zehn bis zwölf 100-Kilogramm-Laibe käst.



Hof Habsburg (AG)

Marina Boller und Gerry Reutimann bewohnen im aargauischen Habsburg den gleichnamigen Hof. Ihre Milch wird vornehmlich nach Suhr geliefert, wo wir sie zu Milch, Butter und Rahm verarbeiten. Das Paar legt grossen Wert auf das Tierwohl und eine hohe Transparenz.



Badhof, Wilihof (LU)

Ruedi Stofer betreibt auf dem Badhof Ackerbau, Futterbau, Schweinemast und Milchwirtschaft. Seine Milch verarbeiten wir vor allem in Dagmersellen und Emmen, beispielsweise zu Mozzarella und Luzerner Rahmkäse.



Fromagerie de Mézières (FR)

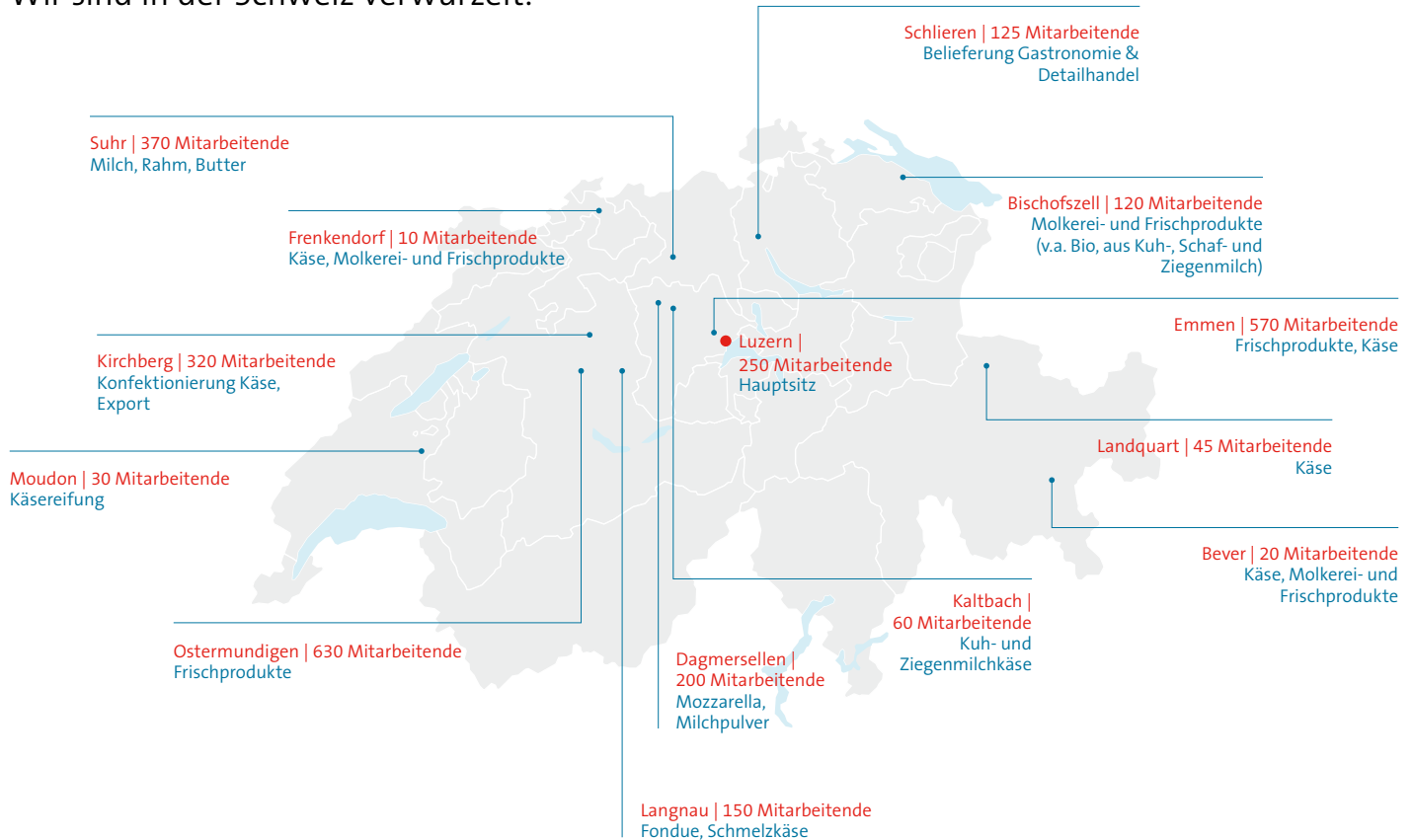
Der Familienbetrieb stellt unter anderem Vacherin Fribourgeois AOP und Raclettekäse her. Kassenschlager ist jedoch Le Gruyère AOP. Nicolas Schmoutz ist einer von sieben Dorfkäsern, der seine Käse nach Kaltbach liefert, wo sie in der Höhle veredelt werden.



Eichhof, Grasswil (BE)

Auf dem Eichhof dreht sich alles um die Milchwirtschaft. Die Milch von Remo Webers 65 Milchkühen kommt zu uns nach Ostermundigen, wo daraus unter anderem Emmi Caffè Latte hergestellt wird.

Wir sind in der Schweiz verwurzelt.



1907

gründeten 62 Genossenschaften den Zentralschweizerischen Milchverband Luzern (MLV) – die Vorgängerorganisation der heutigen Emmi.

53 %

der Emmi Aktien befinden sich im Besitz der Milchbauern aus der Zentralschweiz.

40 %

Abfall haben die Emmi Betriebe in der Schweiz in den letzten 5 Jahren reduziert.

90

Personen absolvieren ihre berufliche Grundausbildung bei Emmi.

25

Emmi Produktionsbetriebe sind auf die ganze Schweiz verteilt. Von Bever GR bis Saignelégier JU.

1 000 000 000

Kilogramm Schweizer Milch werden von Emmi verarbeitet.

Wir stehen auf einer soliden wirtschaftlichen Basis.

Trotz der stetig wachsenden Auslandspräsenz ist unser Geschäftsgang wesentlich von der Situation in der Schweiz abhängig. Die Schweiz ist nicht nur unser umsatzstärkster Absatzmarkt, sondern auch das Land, in dem wir mit Abstand am meisten Mitarbeitende beschäftigen und die meisten Produkte herstellen.

In einem wirtschaftlich stabilen, wohlhabenden Land wie der Schweiz verwurzelt zu sein, hat für ein Unternehmen wie Emmi zahlreiche Vorteile. Der starke Schweizer Franken, der eine Folge dieser Stabilität und Sicherheit ist, ist hingegen eine grosse Herausforderung für

uns. Unsere Kosten und somit auch diejenigen unserer Produkte sind wesentlich höher als die unserer ausländischen Konkurrenz. Wir müssen deshalb sehr gute Argumente haben, um unsere Kunden und die Konsumenten im In- und Ausland zum Kauf von Schweizer Milchprodukten bewegen zu können. Wir setzen dabei auf Qualität und Innovation.

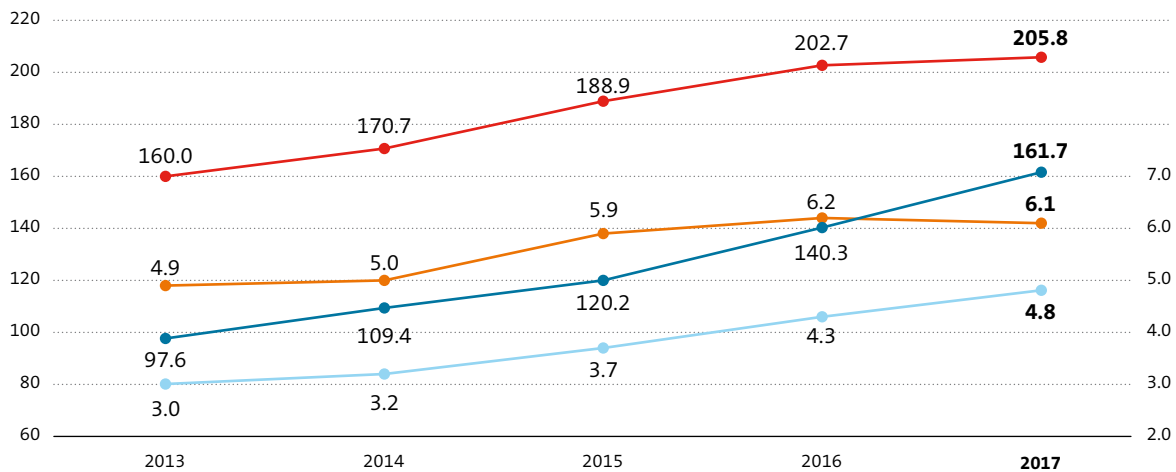
Dass wir für ausländische Kunden und Konsumenten vermehrt auch im Ausland produzieren, hat unsere Abhängigkeit von der Schweiz reduziert und unserer wirtschaftlichen Basis noch grössere Stabilität verliehen.

So können wir nicht nur auf eine gute Umsatz- und Gewinnentwicklung in den letzten Jahren zurückblicken, sondern sind trotz anhaltend anspruchsvoller Rahmenbedingungen auch für die Zukunft gerüstet.

Entwicklung von Betriebsergebnis (EBIT) und Reingewinn

in CHF Millionen

in % des Nettoumsatzes



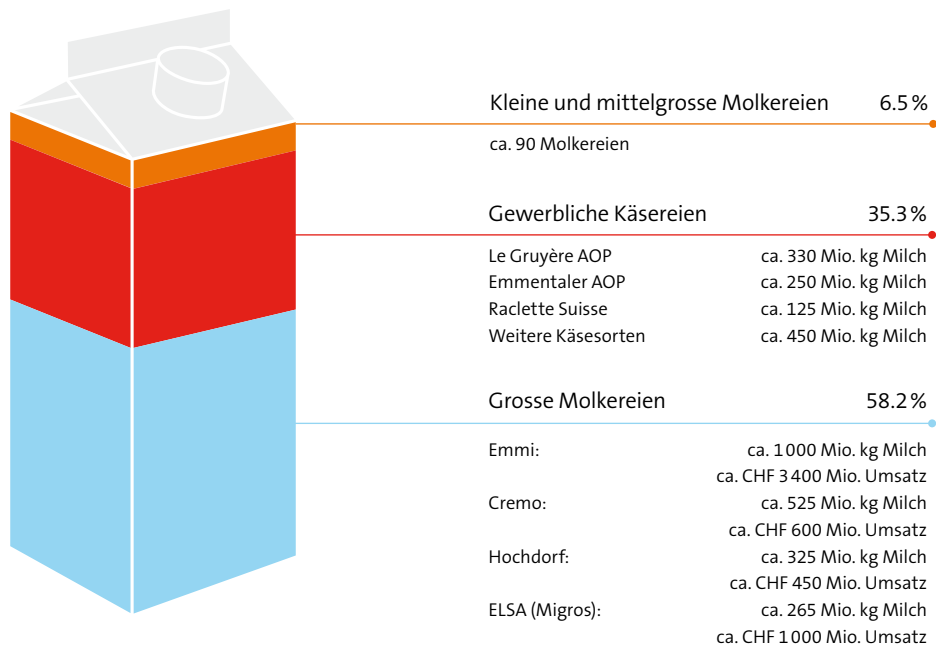
- Bereinigtes EBIT ● Bereinigtes EBIT in % des Nettoumsatzes
- Bereinigter Reingewinn ● Bereinigter Reingewinn in % des Nettoumsatzes

Wir sind die grösste Milchverarbeiterin der Schweiz.

In der Schweiz werden jährlich rund 3.4 Millionen Tonnen Kuhmilch produziert. Ein Drittel dieser Milch wird in rund 600 gewerblichen Käsereien verarbeitet – vor allem zu Sortenkäse wie Emmentaler AOP oder Le Gruyère AOP. Knapp 1 Million Tonnen Milch gelangt in unsere Schweizer Betriebe. Hinzu kommt Milch, die wir in der Form von Schweizer Käse zukaufen, affinieren, konfektionieren und dann auf der ganzen Welt vertreiben.

Wir sind uns bewusst, dass diese gewichtige Position in der Schweizer Milchbranche mit Verantwortung – insbesondere gegenüber den Milchbauern – verbunden ist.

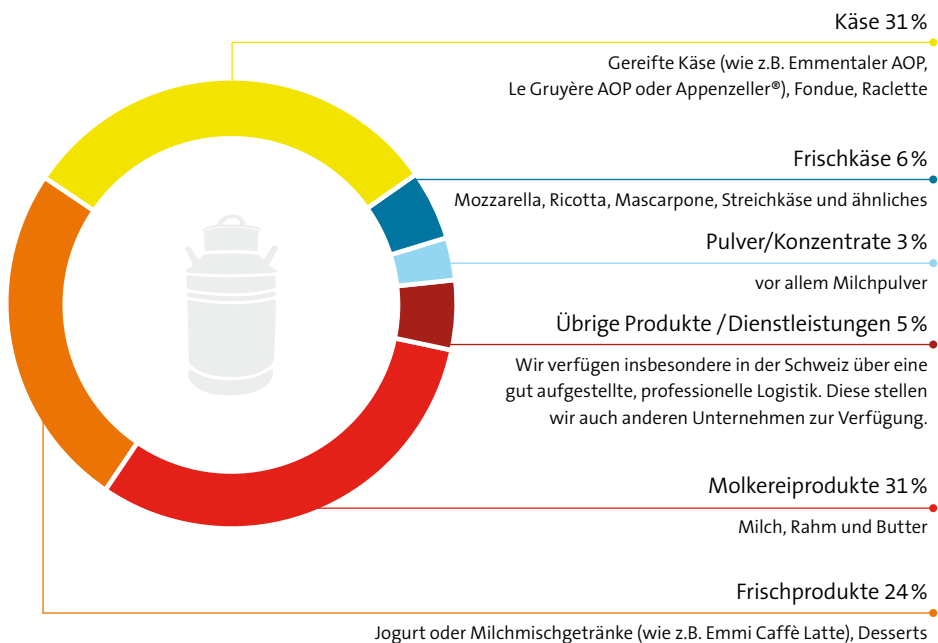
Milchmenge Schweiz



Wir bieten alles rund um Milchprodukte.

Der Grossteil unserer Produkte wird aus Kuhmilch hergestellt. In den letzten Jahren ist die Nachfrage nach Produkten aus Ziegen- und Schafmilch stetig gestiegen. Deshalb haben auch wir uns in diesen Bereichen verstärkt. So verarbeiten wir heute in der Schweiz neben Kuhmilch auch immer mehr Ziegenmilch (vor allem zu Frischkäse, aber auch zu Käse, Jogurt und Trinkmilch) und etwas Schafmilch (zu Käse, Jogurt, Butter und Trinkmilch). Auch im Ausland (Niederlande, Spanien und USA) haben wir einige Betriebe, die seit Jahrzehnten auf die Verarbeitung von Ziegenmilch spezialisiert sind.

Produktgruppen



Wir verpflichten uns der Nachhaltigkeit.

Jeder Konsument hat andere Gründe, weshalb er sich im Laden für oder gegen ein bestimmtes Produkt entscheidet. Wir möchten für unsere Produkte neben Qualität und Genuss ein weiteres Argument ins Feld führen: Nachhaltigkeit.

Aus diesem Grund haben wir in den letzten Jahren die Entwicklung unseres Nachhaltigkeitsengagements stark voran getrieben. Zuletzt durch die Formulierung konkreter Zielsetzungen.

Dabei fokussieren wir uns bis 2020 auf vier Bereiche, welche die grösste Relevanz haben und in denen wir am meisten bewegen können.

Über allem steht unsere Verpflichtung, offen und transparent zu agieren. Ein wichtiger Baustein ist der Dialog mit verschiedenen Anspruchsgruppen. Unter anderem mit dem WWF, der unser Nachhaltigkeitsengagement als kritischer Partner begleitet.

25 % weniger CO₂

Um unseren CO₂-Ausstoss zu reduzieren, setzen wir hauptsächlich bei der Energie an, die wir in unseren Produktionsbetrieben benötigen. Erstens tätigen wir keine Investitionen mehr in Technologien, die fossile Energieträger benötigen. Und zweitens achten wir auch beim Strom, den wir einkaufen, auf Nachhaltigkeit.

20 % weniger Verschwendung

Um dieses Ziel zu erreichen, achten wir bereits in der Produktion darauf, dass weniger Verpackungs- und Rohstoffverluste anfallen. Nebenprodukte wie beispielsweise Molke, die bei der Käseherstellung anfällt, sollen so hochwertig wie möglich verwertet werden. Auch tragen wir dazu bei, Food Waste bei unseren Kunden und den Konsumenten zu vermeiden.



100 % nachhaltige Schweizer Milch

Die Nachhaltigkeit von Milchprodukten steht und fällt mit der Herstellung der Milch. Einerseits entstehen in der Landwirtschaft die grössten Umweltauswirkungen. Andererseits wird Einfluss auf wichtige Nachhaltigkeitsaspekte, wie die wirtschaftliche Situation der Bauern und das Wohl der Tiere genommen. Deshalb wollen wir bei Emmi die nachhaltigsten Milchlieferanten haben.

100 % geförderte Mitarbeitende

Die Fähigkeiten unserer Mitarbeitenden gehören zu unseren wichtigsten Ressourcen. Deshalb sind wir darum bemüht, diese mit Blick auf die künftigen Anforderungen stetig weiterzuentwickeln. Bis 2020 sollen alle unsere Mitarbeitenden Entwicklungsziele erhalten, um die eigenen Vorstellungen zur beruflichen Zukunft konkretisieren zu können.



Emmi
Landenbergstrasse 1
CH-6002 Luzern
Telefon +41 58 227 27 27
info@emmi.com
www.emmi.com

Redaktion

Emmi Konzernkommunikation & IR, Luzern

Konzeption, Gestaltung und Realisation

Farner Consulting AG, Zürich

Fotografien

André Scheidegger: Seiten 6, 7

Übersetzung

CLS Communication AG, Basel

Druck

Heller Druck AG, Cham

Dieses Kurzporträt erscheint in
deutscher und englischer Sprache.

© Emmi, Luzern, März 2018

