

Medienmitteilung

Ad hoc-Mitteilung gemäss Art. 53 KR

Emmi mit starker Wachstumsdynamik und solidem Halbjahresergebnis 2025

Luzern, 20. August 2025 – Die Emmi Gruppe erzielte im ersten Halbjahr 2025 ein gutes, breit abgestütztes organisches Wachstum von 4.4 %, dem eine positive Volumenentwicklung zugrunde liegt. Die nachhaltige Wachstumsdynamik reflektiert die konsequente Strategieumsetzung, ausgeprägte Innovationskraft und unternehmerische Anpassungsfähigkeit der Gruppe. Durch die klare Ausrichtung auf Konsumtrends gelang es Emmi erneut, sich erfolgreich in einem herausfordernden Marktumfeld zu differenzieren. Der Gruppenumsatz stieg um hohe 12.7 % auf CHF 2'272.4 Millionen. Zum hohen Wachstum trugen neben dem guten organischen Wachstum Akquisitionseffekte von insgesamt 11.8 % bei, insbesondere die im Oktober 2024 erworbene Mademoiselle Desserts Gruppe. Negative Fremdwährungseffekte von 3.5 % belasteten die Umsatzentwicklung. In den Wachstumsmärkten Brasilien, Chile und Mexiko sowie in den strategischen Nischen Ready to Drink-Kaffee mit Emmi Caffè Latte sowie Premium-Desserts entwickelte sich der Umsatz besonders erfreulich.

Das Ergebnis auf Stufe EBITDA stieg auf CHF 223.1 Millionen und auf Stufe EBIT auf CHF 145.4 Millionen. Dazu trug auch die Mademoiselle Desserts Gruppe bei, wobei der Ergebnisbeitrag des Dessertgeschäfts im zweiten Halbjahr saisonbedingt höher ist. Die EBITDA-Marge blieb im Vorjahresvergleich stabil bei 9.8 %, trotz Kostendrucks und obwohl substanzielle negative Fremdwährungseffekte im Zuge der starken Aufwertung des Schweizer Frankens die Ergebnisse und Margen auf allen Stufen erheblich belasteten. Die EBIT-Marge lag bei 6.4 %. Für das Gesamtjahr 2025 erwartet die Emmi Gruppe ein leicht höheres organisches Wachstum getrieben durch die Wachstumsmärkte der Division Americas. Emmi bestätigt die kommunizierten Ertragsprognosen auf Stufe EBIT und Reingewinnmarge.

- Gutes Umsatzwachstum +12.7 % auf CHF 2'272.4 Mio. (Vorjahr: CHF 2'017.2 Mio.); gutes, breit abgestütztes organisches Wachstum +4.4 % mit positiver Volumenentwicklung, Akquisitionseffekte +11.8 %, Währungseffekte -3.5 %
- Alle Divisionen mit organischem Wachstum: Schweiz +0.9 %, Americas +8.3 %, Europa +2.2 %; Haupttreiber sind Wachstumsmärkte Brasilien, Chile, Mexiko sowie strategische Nischen Ready to Drink-Kaffee und Premium-Desserts
- Hohes akquisitorisches Wachstum hauptsächlich von Mademoiselle Desserts Gruppe, stark negative Währungseffekte aufgrund der Aufwertung des Schweizer Frankens
- EBITDA CHF 223.1 Mio. (VJ: CHF 197.8 Mio.), EBITDA-Marge 9.8 % (VJ: 9.8 %)
- EBIT CHF 145.4 Mio. (VJ: CHF 140.3 Mio.), EBIT-Marge 6.4 % (VJ: 7.0 %)
- Reingewinn CHF 97.2 Mio. (VJ: CHF 104.4 Mio.), Reingewinnmarge 4.3 % (VJ: 5.2 %)
- Nachhaltigkeit: Fortschritte bei recyclingfähigen Verpackungen, Erneuerung B Corp-Zertifizierung Mademoiselle Desserts, KlimaStaR Milch mit Transfer nach Brasilien und Chile
- Prognose Gesamtjahr 2025: Bestätigung Ertragsprognose mit leichter Erhöhung organisches Umsatzwachstum Gruppe 2.0–3.0 % (bisher: 1.5–2.5 %), EBIT CHF 330–350 Mio. und Reingewinnmarge 4.8–5.3 % (beide unverändert), unveränderte Mittelfristprognose

2/9

«Das solide Halbjahresergebnis in einem anspruchsvollen Marktumfeld bestätigt die Stärke unseres robusten Geschäftsmodells und die Wirksamkeit unserer auf Wachstum ausgerichteten Strategie mit klarem Fokus auf strategische Märkte und attraktive Nischen. Besonders stolz sind wir auf unsere starke Innovationspipeline, die unseren Innovationsgeist und unsere Agilität zeigt. Der weltweite Trend zu gesunder Ernährung, natürlichen Produkten und hochwertigen Proteinen ist klar spürbar – und bietet uns die Chance, das Naturprodukt Milch in seiner ganzen Stärke zu zeigen und Antworten auf aktuelle Ernährungsbedürfnisse zu geben. Mein herzlicher Dank gilt unseren Kunden und Partnern sowie allen Emmi Teams weltweit, die mit grossem Engagement täglich Millionen von Menschen mit genussvollen Milchmomenten begeistern», so Ricarda Demarmels, CEO der Emmi Gruppe.

Kennzahlen

in CHF Millionen	1. Halbjahr 2025	1. Halbjahr 2024
Nettoumsatz	2'272	2'017
Umsatzveränderung in %	12.7	-4.1
davon organisches Wachstum in %	4.4	0.0
davon Akquisitionseffekt in %	11.8	-2.2
davon Währungseffekt in %	-3.5	-1.9
EBITDA	223.1	197.8
in % des Nettoumsatzes	9.8	9.8
EBIT	145.4	140.3
in % des Nettoumsatzes	6.4	7.0
Reingewinn	97.2	104.4
in % des Nettoumsatzes	4.3	5.2
Investitionen in Anlagevermögen (ohne Akquisitionen)	62.5	46.7
in % des Nettoumsatzes	2.8	2.3
Personalbestand (auf Vollzeitbasis) per 30.06.	12'489	9'977

Gutes, breit abgestütztes organisches Wachstum

Die Emmi Gruppe erzielte im ersten Halbjahr 2025 einen Nettoumsatz von CHF 2'272.4 Millionen, was einem zweistelligen Wachstum von 12.7 % gegenüber dem Vorjahr (CHF 2'017.2 Mio.) entspricht. Die Akquisitionseffekte beliefen sich auf 11.8 %, wobei der Grossteil auf die Mademoiselle Desserts Gruppe zurückzuführen ist. Negative Währungseffekte von 3.5 % belasteten das Umsatzwachstum erheblich aufgrund der deutlichen Aufwertung des Schweizer Frankens, insbesondere gegenüber dem brasilianischen Real, dem mexikanischen Peso, dem Euro und dem US-Dollar. Dem guten, breit abgestützten organischen Wachstum von 4.4 % liegt eine positive Volumenentwicklung zugrunde. Die Wachstumsmärkte Brasilien, Chile und Mexiko sowie die

3/9

strategischen Nischen wie Ready to Drink-Kaffee mit Emmi Caffè Latte in allen Märkten sowie Premium-Desserts der italienischen Gesellschaften haben einen wichtigen Beitrag geleistet.

Das gute organische Wachstum spiegelt das robuste, dezentrale Geschäftsmodell und die unternehmerische Anpassungsfähigkeit wider, die sich in einem von geopolitischen Unsicherheiten, handelspolitischen Herausforderungen und verhaltener Konsumstimmung geprägten Umfeld bewähren. Die konsequente Umsetzung der Wachstumsstrategie – die auf innovationsstarken Premium-Marken, attraktiven Nischen mit Wachstumspotenzial, einer ausgewogenen und wachsenden geografischen Präsenz sowie starken Partnerschaften basiert – sowie die Marktnähe der lokal stark verankerten Gruppengesellschaften trugen massgeblich zu dieser positiven Entwicklung bei.

Umsatzentwicklung nach Divisionen

Division Schweiz

in CHF Millionen	Umsatz 1. HJ 2025	Umsatz 1. HJ 2024	Differenz 2025/2024	Akquisitions- effekt	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 %
Total	871.6	854.8	2.0 %	1.1 %	-	0.9 %

Die Division **Schweiz** verzeichnete ein gutes organisches Wachstum von 0.9 % mit einem Umsatz von CHF 871.6 Millionen (VJ: CHF 854.8 Mio.). Führende innovationsstarke Markenkonzepte wie die ikonische Marke Emmi Caffè Latte sowie 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 zudem der seit Mitte des Vorjahres gestiegene Milchpreis.

Division Americas

in CHF Millionen	Umsatz 1. HJ 2025	Umsatz 1. HJ 2024	Differenz 2025/2024	Akquisitions- effekt	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 %
Total	853.4	820.5	4.0 %	3.2 %	-7.5%	8.3 %

4/9

Die Division **Americas** zeigte mit einem organischen Wachstum von 8.3 % und einem Umsatz von CHF 853.4 Millionen (VJ: CHF 820.5 Mio.) eine starke Wachstumsdynamik. Für das organische Wachstum hauptverantwortlich waren die dynamischen Wachstumsmärkte Brasilien, Chile und Mexiko. Durch die Normalisierung des Milchaufkommens in Tunesien verzeichnete zudem Vitalait wieder ein Wachstum. Auch Kaiku Caffè Latte in Spanien und Darey Brands mit der national führenden Marke Meyenberg für Ziegenmilchprodukte in den USA entwickelten sich positiv. Ebenfalls einen erfreulichen Zuwachs verzeichnete das Handelsgeschäft mit Käse in Kanada. Auch der Umsatz mit in den USA lokal hergestellten Käsespezialitäten sowie mit der dortigen Nummer-1-Fetamarke Athenos steigerte sich. Das Geschäft mit aus der Schweiz importierten Käsespezialitäten verzeichnete hingegen infolge des zoll- und wechsellkursbedingt notwendigen Preisanstiegs eine rückläufige Volumen- bzw. Umsatzentwicklung. Die effektive Nachfrageelastizität wird sich jedoch erst im zweiten Halbjahr zeigen.

Division Europa

in CHF Millionen	Umsatz 1. HJ 2025	Umsatz 1. HJ 2024	Differenz 2025/2024	Akquisitions- effekt	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 %
Total	483.7	286.1	69.1 %	70.1 %	-3.2 %	2.2 %

In einem makroökonomisch anspruchsvollen Marktumfeld erreichte die Division **Europa** ein organisches Wachstum von 2.2 % und einen Umsatz von CHF 483.7 Millionen (VJ: CHF 286.1 Mio.). Der signifikante Akquisitionseffekt betrifft die im Oktober 2024 erworbene Mademoiselle Desserts Gruppe, die ab dem vierten Quartal des laufenden Jahres 2025 auch zum organischen Wachstum beitragen wird. Das organische Wachstum der Division wurde in erster Linie getrieben durch die innovationsstarken Dessertgesellschaften in Italien. Auch Emmi Caffè Latte legte in allen europäischen Märkten zu. Ein Umsatzrückgang resultierte hingegen bei Ziegenmilchfrischkäse und -pulver aus den Niederlanden, in der zweiten Jahreshälfte werden aber wieder positive Wachstumsimpulse erwartet. Weiterhin in einer anspruchsvollen Marktdynamik bewegen sich die pflanzenbasierten Milchalternativen aus Österreich.

5/9

Division Global Trade

in CHF Millionen	Umsatz 1. HJ 2025	Umsatz 1. HJ 2024	Differenz 2025/2024	Akquisitions- effekt	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 %
Total	63.7	55.8	14.2 %	2.7 %	-	11.5 %

In der Division **Global Trade** entwickelte sich der Umsatz mit CHF 63.7 Millionen (VJ: CHF 55.8 Mio.) positiv und erreichte ein organisches Wachstum von 11.5 %, was im Wesentlichen durch Entlastungsexporte von Butter, Rahm und Käse gestützt wurde. Der Umsatz mit Käseprodukten in Asien und Südamerika sowie mit Joghurt im asiatischen Raum war hingegen rückläufig, was vor allem auf die deutliche Erstarkung des Schweizer Frankens zurückzuführen war.

Solides Ergebnis in anspruchsvollem Umfeld

Das Marktumfeld war im ersten Halbjahr 2025 von geopolitischen Unsicherheiten, handelspolitischen Herausforderungen und einer verhaltenen Konsumstimmung geprägt. Die Einführung zusätzlicher US-Zölle beeinträchtigte das Exportgeschäft mit Schweizer Käse zwar, der Einfluss auf das Gruppenergebnis blieb aufgrund des hohen Anteils von rund 85 % lokal produzierter Produkte in den USA aber 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 (VJ: CHF 784.2 Mio.), mit einer verbesserten **Bruttogewinnmarge** von 40.0 % (VJ: 38.9 %). Die Verbesserung ist in erster Linie akquisitionsbedingt, insbesondere durch die Integration der Mademoiselle Desserts Gruppe.

Der **Betriebsaufwand** belief sich auf CHF 690.3 Millionen (VJ: CHF 588.7 Mio.). Haupttreiber des deutlichen Anstiegs, der im Verhältnis zum Umsatzwachstum überproportional ausfiel, war der höhere Personalaufwand, der ebenfalls primär auf die akquirierte Mademoiselle Desserts Gruppe zurückzuführen ist. Darüber hinaus blieb der Druck auf die Lohnkosten weiterhin hoch. Der Sonstige Betriebsaufwand konnte im Verhältnis zum Umsatz hingegen reduziert werden.

Das **EBITDA** stieg hauptsächlich akquisitionsbedingt um CHF 25.3 Millionen auf CHF 223.1 Millionen (VJ: CHF 197.8 Mio.). Trotz höherer Betriebsaufwendungen und stark negativer Fremdwährungseffekte konnte die **EBITDA-Marge** von 9.8 % erfolgreich verteidigt werden.

Die ordentlichen Abschreibungen und Amortisationen erhöhten sich auf CHF 77.7 Millionen (VJ: CHF 57.5 Mio.), insbesondere durch die Mademoiselle Desserts Gruppe. Das **EBIT** lag demzufolge bei CHF 145.4 Millionen und übertraf das Vorjahr damit leicht (CHF 140.3 Mio.), während die **EBIT-Marge**

6/9

auf 6.4 % sank (VJ: 7.0 %). Ohne negative Fremdwährungseffekte sowie die nicht liquiditätswirksamen Effekte aus der Kaufpreisallokation der Mademoiselle Desserts Gruppe hätte die EBIT-Marge dem Vorjahreswert entsprochen.

Das **Finanzergebnis** (Nettofinanzaufwand) erhöhte sich deutlich auf CHF 20.7 Millionen (VJ: CHF 7.4 Mio.). Der Anstieg betrifft höhere Zinsaufwendungen als Konsequenz der Finanzierung der Akquisition der Mademoiselle Desserts Gruppe, geringere Zinserträge aufgrund des generell tieferen Zinsniveaus sowie ein deutlich schlechteres Fremdwährungsergebnis mit höheren Absicherungskosten und Währungsverlusten aufgrund der Wechselkursverwerfungen der letzten Monate.

Die Emmi Gruppe verzeichnete einen **Reingewinn** von CHF 97.2 Millionen (VJ: CHF 104.4 Mio.), was einer **Reingewinnmarge** von 4.3 % entspricht (VJ: 5.2 %). Der Margenrückgang auf Stufe Reingewinn ist sowohl auf die höheren Abschreibungen und Amortisationen als auch auf den im Vorjahresvergleich deutlich höheren Nettofinanzaufwand zurückzuführen.

Innovativ auf Konsumtrends ausgerichtet

Der weltweite Trend zu gesunder Ernährung, natürlichen Produkten und hochwertigen Proteinen ist klar spürbar und bietet die Chance, das Naturprodukt Milch in seiner ganzen Stärke zu zeigen und Antworten auf aktuelle Ernährungsbedürfnisse zu geben. Die Emmi Gruppe hat im ersten Halbjahr 2025 ihre führende Position mit Innovationen gestärkt. Das Unternehmen hat sich mit natürlichen Rezepturen, nachhaltigen Verpackungen und trendorientierten Konzepten am Markt differenziert. Emmi erschloss mit Emmi 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 Produkterange 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.

7/9

Mit Nachhaltigkeit am Markt überzeugen

Verantwortungsvolles Handeln ist seit Generationen fest im Geschäftsmodell der Emmi Gruppe verankert. Bei der Umsetzung ihrer Nachhaltigkeitsstrategie erzielte Emmi im ersten Halbjahr weitere Fortschritte. Im Bereich nachhaltige Verpackungen hat Emmi als Gründungsmitglied von RecyPac den Aufbau einer schweizweiten Kreislaufförderung für Kunststoffverpackungen und Getränkekartons vorangetrieben. Der offizielle Start der Sammlung im Januar 2025 ist ein Meilenstein. In Kombination mit PET und Glas können alle Emmi Verpackungen in der Schweiz gesammelt und dem Recycling zugeführt werden. Mit dem neuen Deckelkonzept bei Emmi Caffè Latte Mr. Big vereinfacht Emmi die Handhabung und reduziert Littering, da Becher und Deckel neu fix verbunden sind und die Aluplatine wegfällt. Emmi Dessert Italia hat zudem alle Verpackungen auf 100 % recycelbare Materialien umgestellt.

Bei der im Oktober 2024 akquirierten Mademoiselle Desserts Gruppe ist Nachhaltigkeit ebenfalls 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 CO₂e-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 CO₂-Fussabdrucks der Milch bei gleichzeitiger Reduktion der Nahrungsmittel- und Flächenkonkurrenz. Die Erkenntnisse des Projekts fliessen auch in die internationalen Nachhaltigkeitsbemühungen von Emmi ein. So erheben erste Pilotbetriebe in Brasilien und Chile ihre Ausgangswerte und planen standortspezifische Massnahmen zur Emissionsreduktion. Die brasilianische Gruppengesellschaft 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 Gruppengesellschaft 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.

8/9

Leichte Erhöhung der Umsatzprognosen und Bestätigung der Ertragsprognosen 2025

Für das zweite Halbjahr 2025 rechnet die Emmi Gruppe mit einer weiterhin anspruchsvollen gesamtwirtschaftlichen Lage. Globale Unsicherheiten, darunter geopolitische Spannungen, protektionistische Tendenzen und die US-Zollsituation, bleiben herausfordernd. Der starke Schweizer Franken reduziert einerseits die Gewinne ausländischer Gesellschaften bei der Umrechnung in Schweizer Franken und belastet andererseits das Schweizer Exportgeschäft. Gleichzeitig steigt der Importdruck im Heimmarkt Schweiz. Die Volatilität an den Beschaffungsmärkten sowie eine verhaltene Konsumstimmung in den meisten für Emmi relevanten Märkten verstärken zudem den Margendruck.

Die Emmi Gruppe 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 Francs 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.

Prognose Geschäftsjahr 2025

- Organisches Umsatzwachstum Emmi Gruppe: 2.0 % bis 3.0 % (bisher: 1.5 % bis 2.5 %)
- Organisches Umsatzwachstum Division Schweiz: 0 % bis 1 % (unverändert)
- Organisches Umsatzwachstum Division Americas: 4 % bis 6 % (bisher: 3 % bis 5 %)
- Organisches Umsatzwachstum Division Europa: 1 % bis 3 % (unverändert)
- EBIT: CHF 330 Millionen bis CHF 350 Millionen (unverändert)
- Reingewinnmarge: 4.8 % bis 5.3 % (unverändert)

Emmi veröffentlicht am 29. Januar 2026 um 07:00 Uhr den Jahresumsatz 2025 und am 26. Februar 2026 um 07:00 Uhr das Jahresergebnis 2025 mit der Prognose für das Geschäftsjahr 2026.

9/9

Downloadmaterial und weitere Informationen

- [Emmi Halbjahresbericht 2025](#)
- [Alternative Performancekennzahlen](#)
- [Präsentation zum Halbjahresergebnis 2025](#)
- [Emmi Media Corner](#)

Kontakte

Medien

Simone Burgener, Mediensprecherin & Senior Communications Manager | media@emmi.com

Investoren und Analysten

Oliver Wasem, CFO | ir@emmi.com

Über Emmi

Emmi ist die führende Herstellerin von hochwertigen Milchprodukten in der Schweiz. Ihre Wurzeln reichen bis 1907 zurück, als sie durch milchbäuerliche Genossenschaften in der Region Luzern gegründet wurde. Mit einer klar ausgerichteten Strategie, innovativen Produkten und über die Schweiz hinaus etablierten Markenkonzepten wie Emmi Caffè Latte oder Kaltbach Käse hat sich Emmi zu einer international tätigen, börsennotierten Unternehmensgruppe (EMMN) mit einer starken lokalen Präsenz in 15 Ländern entwickelt.

Das Geschäftsmodell von Emmi basiert traditionell auf einem sorgsamem Umgang mit Natur, Tier und Mensch. So schafft Emmi die besten Milchmomente heute und für kommende Generationen und leistet auch in ländlichen Regionen einen Beitrag zur Wertschöpfung. Seine Qualitätsprodukte vertreibt das Unternehmen in rund 60 Ländern und stellt diese an 72 eigenen Produktionsstandorten in 13 Ländern her. Mit rund 12'000 Mitarbeitenden, von denen rund 75 % ausserhalb der Schweiz tätig sind, erwirtschaftete die Emmi Gruppe 2024 einen Umsatz von CHF 4.3 Milliarden.