

Die besten Milchmomente

Kurzbericht

2022



Online-Bericht

Der gesamte Emmi Geschäftsbericht sowie der
Kurzbericht 2022 sind auch online verfügbar:
report.emmi.com

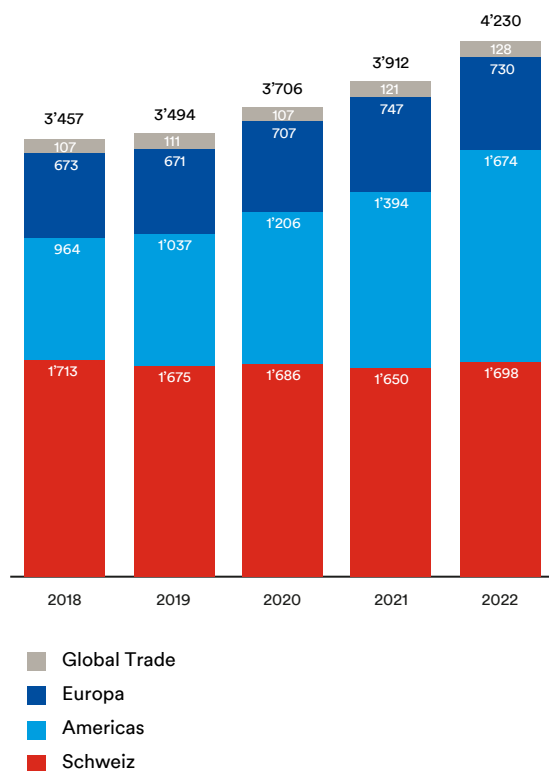
Kennzahlen Emmi Gruppe

in CHF Millionen	2022	2022 bereinigt ¹⁾	2021
Nettoumsatz	4'230		3'912
Umsatzveränderung in %	8.1		5.6
Organisches Umsatzwachstum in %	7.0		3.6
Akquisitionseffekt in %	2.1		2.3
Währungseffekt in %	-1.0		-0.3
Betriebsergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)	379.3		394.7
in % vom Nettoumsatz	9.0		10.1
Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)	253.0	266.1	284.1
in % vom Nettoumsatz	6.0	6.3	7.3
Reingewinn	182.5	194.3	216.7
in % vom Nettoumsatz	4.3	4.6	5.5
Investitionen in Anlagevermögen (ohne Akquisitionen)	206.2		152.6
in % vom Nettoumsatz	4.9		3.9
Personalbestand (auf Vollzeitbasis) per 31.12.	9'368		9'230
Personalbestand (auf Vollzeitbasis) im Jahresdurchschnitt	9'299		8'868
Nettoumsatz je Mitarbeiter in TCHF (Durchschnittswert)	455		441
	31.12.2022		31.12.2021
Bilanzsumme	2'635		2'471
davon Eigenkapital inkl. Minderheitsaktionäre	1'284		1'182
in % der Bilanzsumme	48.7		47.8
Börsenkapitalisierung	4'189		5'756

¹⁾ Der Bereinigungseffekt im Berichtsjahr bezieht sich auf eine ausserplanmässige Wertberichtigung des Anlagevermögens bei der Gläsernen Molkerei. Er beträgt CHF 13.1 Millionen auf Stufe EBIT beziehungsweise CHF 11.8 Millionen beim Reingewinn. Im Vorjahr waren keine wesentlichen Sondereffekte aufgetreten.

Nettoumsatz

in CHF Millionen



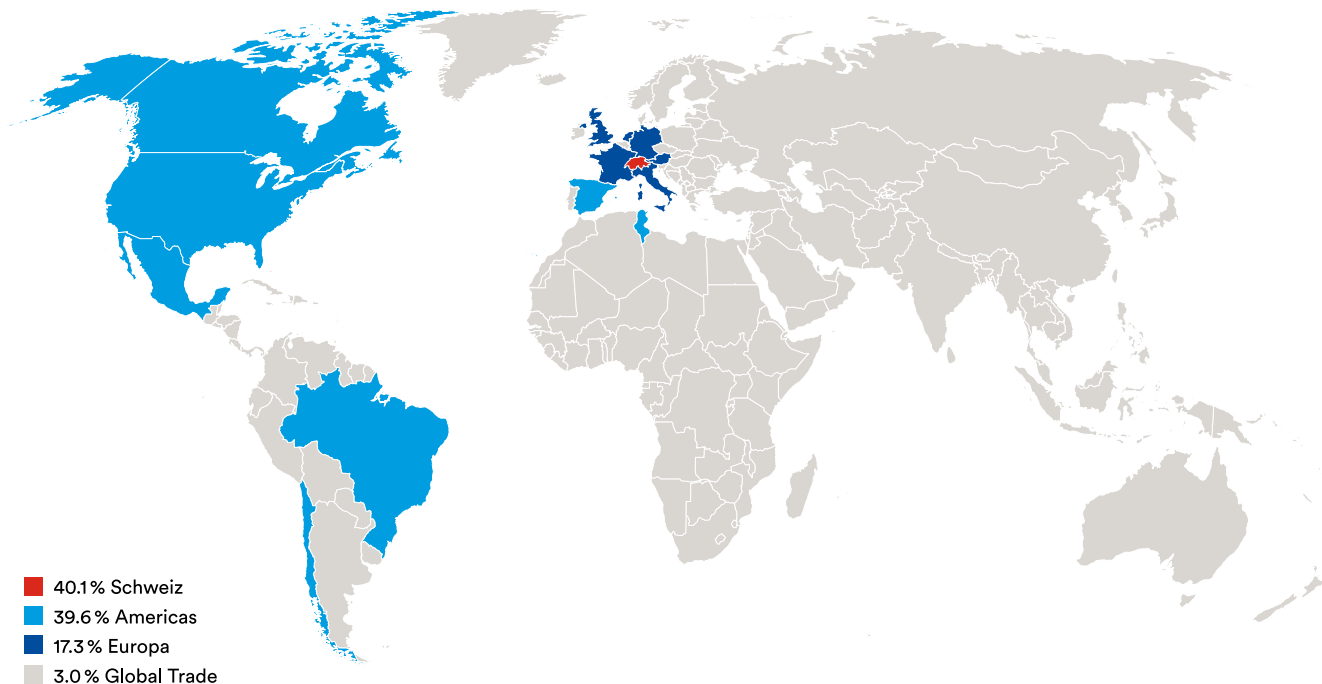
Die Gesellschaften in Frankreich gehören seit dem 1. Januar 2022 der Division Europa an (zuvor Division Americas). Die Vorjahreszahlen wurden entsprechend angepasst.

Nettoumsatz nach Produktgruppen



- 30.3 % Käse
- 27.7 % Molkereiprodukte
- 26.3 % Frischprodukte
- 5.8 % Friskäse
- 4.4 % Pulver/Konzentrate
- 5.5 % Übrige Produkte/Dienstleistungen

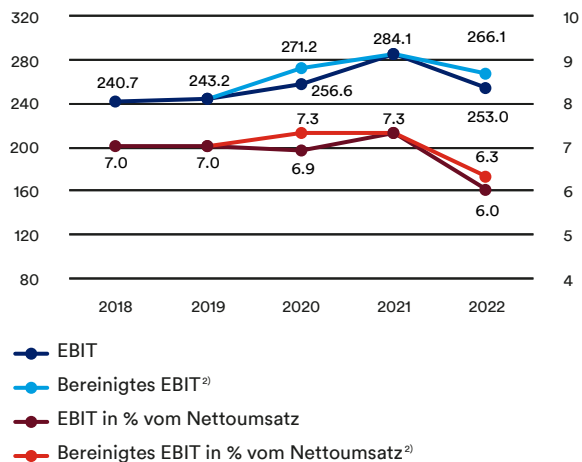
Nettoumsatz nach Divisionen



EBIT

in CHF Millionen
(Vorjahre angepasst)¹⁾

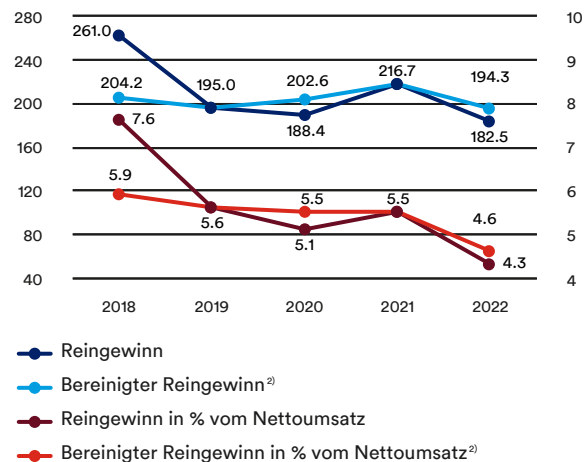
in % vom Nettoumsatz



Reingewinn

in CHF Millionen
(Vorjahre angepasst)¹⁾

in % vom Nettoumsatz



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

²⁾ Der Bereinigungseffekt im Berichtsjahr bezieht sich auf eine ausserplanmässige Wertberichtigung des Anlagevermögens bei der Gläsernen Molkerei. Jener im Jahr 2020 betraf den Verlust aus dem Verkauf der Mehrheitsbeteiligung an der Lácteos Caprinos S.A. und jener im Jahr 2018 resultierte aus dem Gewinn aus dem Verkauf des Minderheitsanteils an der Icelandic Milk and Skyr Corporation («siggi's»).

Nachhaltigkeitsziele mit Zeithorizont 2027



Mitarbeitende entwickeln

100 % der Mitarbeitenden verfügen über einen Entwicklungsplan

International¹⁾

46 %

Schweiz

75 %

Vorjahr: 58 %

50 % aller offenen Stellen werden mit internen Kandidaten besetzt

International¹⁾

29 %

Schweiz

37 %

Vorjahr: 45 %



Wasserverbrauch reduzieren

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

1 %

Vorjahr: 3 %

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

-7 %

Vorjahr: -2 %



Treibhausgase reduzieren

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

28 %

Vorjahr: 20 %

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

-3 %

Vorjahr: -2 %

Vision netZERO 2050



Verschwendung vermeiden

50 % Reduktion von Abfall (ggü. 2017)

22 %

Vorjahr: 19 %

Keine Abfallentsorgung auf Deponien

11 %

Vorjahr: 4 %

50 % weniger Food Waste (ggü. 2017)²⁾

18 %

Vorjahr: 13 %

100 % recycelbare Verpackungen^{1), 2)}

45 %

30 % Rezyklat in Kunststoffverpackungen^{1), 2)}

4 %



Nachhaltige Milchwirtschaft

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

International¹⁾

initiiert

Schweiz

87 %

Vorjahr: 85 %

Weiterentwicklung des Schweizer Branchenstandards

Provisorische Zielerreichungsgrade per 31.12.2022

¹⁾ Erstmals berücksichtigt (ohne Vorjahreswert) | ²⁾ Aktuell nur Schweiz berücksichtigt | ³⁾ Korrigiert aufgrund neuer Datengrundlage

Beste Milchemomente im Herzen

Verantwortungsbewusstes Handeln und die Leidenschaft für sorgsam hergestellte, hochwertige Milchprodukte prägen Emmi. Auch unser Purpose bringt dies zum Ausdruck. Tag für Tag leisten unsere über 9'000 MACHER:INNEN bester Milchemomente ihren Beitrag, dass dem so bleibt – für unsere Konsument:innen, Kund:innen und Partner:innen sowie die Gesellschaft als Ganzes.

GEMEINSAM SCHAFFEN WIR
— DIE BESTEN —
MILCHEMOMENTE
HEUTE UND FÜR KOMMENDE
GENERATIONEN

Alina Fischer
Lernende Strassen-
transportfachfrau

In ihrer Lehre lenkt Alina einen CO₂-neutralen Lastwagen und leistet damit einen Beitrag zur nachhaltigen Zukunft.

› Seite 14–15



Burton Christenson
Leiter Verpackungen

Die von Burton entwickelten nachhaltigen Initiativen reduzieren Food Waste und gleichzeitig unseren Wasserverbrauch.

› Seite 16–17



Stefania Cheng
Junior Product Manager

Im Rahmen des Talent-Programms bei Emmi wird Stefania gefördert und entwickelt sich zu einer Führungskraft von morgen.

› Seite 18–19



Alain Gabiña
Brand Manager Begetal

Alain inspiriert Menschen mit pflanzenbasierten, nachhaltig verpackten Produkten aus natürlichen Zutaten.

› Seite 20–21



Bernhard Ledermann
Teamleiter Produktion
Frischprodukte

Mit frisch gebrühtem Kaffee und hochwertiger Schweizer Milch stellt Bernhard genussvolle Emmi Caffè Latte-Kreationen her.

› Seite 22–23

Inhalt

Das Jahr bei Emmi

- 6 Editorial
- 9 Unsere Strategie
- 10 Unser Nachhaltigkeitsmodell
- 11 ESG bei Emmi
- 12 Unsere Highlights
- 14 Unser verantwortungsvolles
Geschäftsmodell
- 18 Unsere Mitarbeitenden
- 20 Unsere Marken
- 22 Unsere Produktion
- 24 Unsere Präsenz



Konrad Graber
VR-Präsident (links)

Urs Riedener
CEO (rechts)

Geschätzte Aktionärinnen und Aktionäre

Im vergangenen Jahr wurden wir mit überwunden geglaubten Risiken konfrontiert – von Inflation und einer Energiemangellage über geopolitische Konfrontationen bis hin zu einem Krieg in Europa. Verstärkt durch coronabedingte Unsicherheiten war auch Emmi gefordert, sich den daraus erwachsenden Verwerfungen vehement entgegenzustemmen. Unsere Teams haben dies umsichtig sowie mit gewohnt viel Herzblut, Expertise und Flexibilität getan. Entlang unserer geschärften Strategie und getragen von einer Kultur des Miteinanders ist es uns gelungen, die Geschäftsdynamik aufrechtzuerhalten und Menschen mit hochwertigen Produkten sowie einzigartigen Marken zu begeistern.

› **Unsere Mitarbeitenden, Seite 18–19**

Robustes Geschäftsmodell

Im erwähnt anspruchsvollen Umfeld hat sich Emmi respektabel behauptet. Mit einem breit abgestützten und stärker als erwarteten organischen Umsatzwachstum von 7.0 % konnten wir erstmals die historische 4-Milliarden-Umsatzschwelle überschreiten. Der Umsatz von CHF 4.2 Milliarden reflektiert die konsequente Strategieumsetzung und die differen-

zierten Marktpositionen mit innovationsstarken Markenkonzepten sowie einem ausgewogenen Produkte-, Länder- und Kundenportfolio.

› **Unsere Strategie, Seite 9**

Im Auslandsgeschäft hielt die hohe Dynamik mit organischen Wachstumsraten von 13.1 % in der Division Americas beziehungsweise 6.7 % in der Division Europa an. Insbesondere unsere Wachstumsmärkte Brasilien, Mexiko und Chile aber auch die USA und Spanien verzeichneten deutliches Wachstum. Dank führender Markenkonzepte und enger Zusammenarbeit mit unseren Kundinnen und Kunden sowie der wiedergewonnenen Dynamik im Food Service- und Industriekundenbereich entwickelte sich auch das Geschäft im Heimmarkt Schweiz erfreulich mit einem organischen Wachstum von 2.9 %.

Attraktive Marken- und Nischengeschäfte

Als Wachstumstreiber bestätigten sich einmal mehr die strategischen Nischengeschäfte allen voran Ready to Drink-Kaffee mit unserer Flagship-Marke Emmi Caffè Latte sowie Premium-Desserts mit

italienischen Dessertkreationen. Während das Geschäft mit Spezialitätenkäse im für Emmi wichtigen Thekenbereich in Europa die coronabedingten Rekordmarken aus den Vorjahren nicht mehr ganz erreichte, konnten sich bei den pflanzenbasierten Milchalternativen unsere veganen Marken Beleaf in der Schweiz und Begetal in Spanien weiter etablieren.

› **Unsere Marken, Seite 20–21**

Dank der nahtlosen Integration des in den USA führenden Feta-Geschäfts von Athenos konnten wir unser Angebot für Spezialitätenkäse im für Emmi bedeutendsten Auslands- und Schlüsselmarkt ergänzen sowie neue Kundinnen und Kunden erreichen. In der Schweiz sehen wir uns mit der erfolgreichen Inbetriebnahme unserer neuen, ressourcenschonenden hochmodernen Grosskäserei in Emmen gerüstet für weiteres Wachstum. Im Rahmen der Transformation unseres Portfolios haben wir zudem den Verkauf der strategisch nicht mehr prioritären Minderheitsbeteiligung am italienischen Käsespezialisten Ambrosi SpA angekündigt.

Beschaffungskostenexplosion dämpfen Ergebnis

Als Reaktion auf die massiv höheren Einkaufskosten für Rohstoffe, Verpackungsmaterial, Energie und Logistikleistungen haben wir unsere Effizienzprogramme auf allen Stufen weiter beschleunigt. Auch dank anhaltend hoher Disziplin beim Kostenmanagement ist es uns gelungen, einen Teil der Mehrkosten abzufedern. In Verbindung mit notwendigen Verkaufspreiserhöhungen resultierte so ein bereinigtes Ergebnis innerhalb der von uns im Halbjahr kommunizierten Bandbreite mit deutlichen Verbesserungen in der zweiten Jahreshälfte.

› **Unsere Produktion, Seite 22–23**

Das Betriebsergebnis auf Stufe EBIT betrug CHF 253.0 Millionen beziehungsweise bereinigt um eine ausserplan-

«Emmi wird auch in Zukunft gewohnt umsichtig und verantwortungsvoll agieren.»

Konrad Graber

mässige Wertberichtigung bei der Gläsernen Molkerei aufgrund struktureller Marktveränderungen CHF 266.1 Millionen. Dies entspricht auf Basis bereinigter Werte einer Abnahme von CHF 18.0 Millionen und einer EBIT-Marge von 6.3 % (Vorjahr 7.3 %). Der Reingewinn lag bei CHF 182.5 Millionen (bereinigt CHF 194.3 Millionen) und die Reingewinnmarge bei 4.3 % (bereinigt 4.6 %). Im Vorjahr betrug der Reingewinn CHF 216.7 Millionen und die Reingewinnmarge 5.5 %. Aufgrund unserer starken Aufstellung, der soliden Bilanz, den intakten Perspektiven sowie im Sinne einer kontinuierlichen Ausschüttungspolitik und Dividendenentwicklung schlägt der Verwaltungsrat eine Erhöhung der Dividende um 3.6 % auf CHF 14.50 pro Aktie (Vorjahr CHF 14.00) vor.

Unsicherer Ausblick für 2023

Für 2023 bleiben die Perspektiven mit konjunkturellen Unsicherheiten bis hin zu rezessiven Risiken behaftet. Im Gegensatz zur Inflation dürfte die Beschaffungskostenentwicklung den Höhepunkt dabei noch nicht erreicht haben. Emmi wird deshalb weiterhin diszipliniert sowie gewohnt vorausschauend agieren und dem anhaltenden Kostendruck mit intensivierten Produktivitätsmassnahmen und verantwortungsvollen Verkaufspreiserhöhungen begegnen. Darüber hinaus wird Emmi auch die kontinuierliche strategische Weiterentwicklung konsequent fortsetzen. Für das Geschäftsjahr 2023 rechnet Emmi mit einem organischen Umsatzwachstum von 3 % bis 4 %. Dies liegt weiterhin über den Mittelfristerwartungen von 2 % bis 3 %. In der Schweiz dürfte das Wachstum 1 % bis 2 % betragen.

Das Auslandsgeschäft wird inflationsgestützt voraussichtlich in der Division Americas mit 6 % bis 8 % und in der Division Europa mit 3 % bis 5 % wachsen. Auf Stufe EBIT rechnet Emmi trotz anhaltendem Kostendruck mit einem Ergebnis zwischen CHF 275 Millionen bis 295 Millionen und einer Reingewinnmarge zwischen 4.5 % bis 5.0 %.

«In einem äusserst anspruchsvollen Umfeld hat sich Emmi respektabel behauptet.»

Urs Riedener

Verantwortungsvoll agieren

Wetterextreme und Naturkatastrophen haben auch im vergangenen Jahr die Risiken durch den Klimawandel allgegenwärtig gemacht. Wir sehen uns bestärkt, dass nachhaltiges Handeln und die Verknüpfung wirtschaftlicher, sozialer und ökologischer Aspekte unumgänglich bleiben. Aus dieser, auch dem Emmi Purpose entspringenden Überzeugung heraus, haben wir unser langjähriges Engagement für Nachhaltigkeit zum integralen Bestandteil unserer Strategie gemacht.

Wir haben deshalb auch 2022 Zeit, Arbeit und Ressourcen in die nachhaltige Gestaltung unserer Produkte, Prozesse und unserer Wertschöpfungskette investiert. Fortschritte konnten wir insbesondere bei der Dekarbonisierung unserer Energieversorgung und der Reduktion unserer Treibhausgasemissionen erzielen. In der Schweiz haben wir zudem die Brancheninitiative «KlimaStaR Milch» mitlanciert und sind neu der internationalen «Pathways to Dairy Net Zero»-Initiative beigetreten. Dies erlaubt uns, im Verbund mit über 100 privaten, öffentlichen und wissenschaftlichen Akteuren die Entwicklung evidenzbasierter Methoden zur Reduktion von Treibhausgasemissionen bei der Milchproduktion zu beschleunigen.

› Unser verantwortungsvolles Geschäftsmodell,
Seite 14–17

Kontinuität in der Führung

Emmi steht heute strategisch wie operativ grundsolide da und ist als international erfolgreich agierende Herstellerin von Premium-Milchprodukten mit starken Marken ausgezeichnet positioniert. Nach rund 15 Jahren im Amt als CEO beziehungsweise Präsident des Verwaltungsrats der Emmi Gruppe erachten wir deshalb den Zeitpunkt als ideal, die Verantwortung für den nächsten Entwicklungsschritt von Emmi in neue Hände zu übergeben. Wie angekündigt hat Ricarda Demarmels als neue CEO ihr Amt zum Jahreswechsel angetreten.

Zusammen mit einem starken Führungsteam und über 9'000 Mitarbeitenden bringt sie die idealen Voraussetzungen mit, den Erfolgskurs von Emmi fortzuführen.

CEO-Stabwechsel

Am 1. Januar 2023 hat Ricarda Demarmels als CEO der Emmi Gruppe die Nachfolge von Urs Riedener angetreten.

Zuvor zeichnete die HSG-Absolventin mehrere Jahre als Chief Financial Officer sowie Mitglied der Konzernleitung mitverantwortlich für die strategische und operative Weiterentwicklung von Emmi. Davor bekleidete sie Führungsfunktionen bei verschiedenen Lebensmittel-, Beteiligungs- und Strategieberatungsunternehmen.

Die 43-jährige gebürtige Bündnerin ist Mutter von zwei Mädchen und lebt mit ihrer Familie in der Zentralschweiz.



Konrad Graber
Präsident des Verwaltungsrats

Urs Riedener
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.

Unsere Ambition für die Zukunft

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

Unser langfristiger Erfolg hängt von nachhaltigem und profitabilem Wachstum sowie einem intakten Planeten ab. Als wichtige Akteurin in der Milchwirtschaft wollen wir unsere Branche weiterhin positiv beeinflussen, indem wir wirtschaftliche, soziale sowie ökologische Aspekte in Einklang bringen und nachhaltige Praktiken über unseren innerbetrieblichen Wirkungskreis hinaus vorantreiben. Wir setzen dabei auf wissenschaftsbasierte Ziele (SBTi) und eine **Vision netZERO** 2050 zur Begrenzung der globalen Erwärmung in Übereinstimmung mit dem Ziel des Pariser UN-Abkommens.



Unterstützung der UN-Ziele für nachhaltige Entwicklung



Gemeinsam für eine nachhaltige Zukunft



Für unsere Mitarbeitenden sorgen

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



Für die Gesellschaft sorgen

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



Für die Umwelt sorgen

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

Informationen zum Emmi Nachhaltigkeitsmodell, unseren Zielen und dem bisher erreichten Fortschritt sowie den Emmi Nachhaltigkeitsbericht finden Sie unter emmi.com/nachhaltigkeit

Nachhaltigkeit und Verantwortung

Code of Conduct

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

Corporate Governance

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

UK Modern Slavery Act

Unsere Verantwortung nehmen wir auch hinsichtlich fundamentaler Menschenrechte wahr.

Nachhaltigkeitsbericht (GRI)

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

Emmi Nachhaltigkeitsmodell

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

Umweltkennzahlen (KPIs)

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

Materialitätsmatrix

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

Stakeholdermatrix

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

netZERO 2050 Roadmap

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

Emmi Supplier

Code of Conduct

Der Emmi Lieferantenkodex ist Ausdruck unseres Engagements für eine integre Geschäftsführung und stärkt unsere Bemühungen um eine nachhaltige Beschaffung in Zusammenarbeit mit unseren Partnern und Lieferanten. So können wir gemeinsam Risiken minimieren und Vertrauen bei unseren Anspruchsgruppen aufbauen.

Whistleblowing Hotline

Eine auf unseren Unternehmenswerten basierende offene Dialog-Kultur ist in Verbindung mit einem Höchstmass an Professionalität und Integrität zentral für Emmi. Bei der Emmi Whistleblower-Hotline können weltweit Missstände und Regelverstösse anonym gemeldet werden.

Unsere Highlights



Gemeinsam nachhaltige Milch zur Norm machen

Wissenschaftlich abgestützte Erkenntnisse gewinnen und die Schweizer Milchwirtschaft im Hinblick auf den Klimaschutz und die Ressourceneffizienz wettbewerbsfähiger machen. Diese Ziele verfolgt die Brancheninitiative «KlimaStaR Milch», die wir gemeinsam mit Nestlé sowie unseren Milchlieferanten aaremilch und den Zentralschweizer Milchproduzenten initiiert haben. Das Projekt wird vom Bundesamt für Landwirtschaft unterstützt, von wissenschaftlichen Partnern begleitet und umfasst rund 240 landwirtschaftliche Pilotbetriebe.

Impulsgeber für Ziegenkäse

Die amerikanische Supermarktkette Whole Foods kürzt Cypress Grove zum besten Zulieferer 2022 in der Kategorie Innovation. Die Ziegenkäsemanufaktur setzt Massstäbe mit ihren raffinierten Käsespezialitäten mit innovativen Kombinationen wie Lavendel und Fenchelsamen oder Klassikern mit Asche. Der Preis wird an Hersteller mit bahnbrechenden, Branchenimpulse setzenden Innovationen verliehen.

Neuer Purpose und geschärfte Strategie

Langfristig Verantwortung übernehmen: Dafür steht Emmi seit jeher und dies drückt neu auch unser Purpose aus. Gemeinsam schaffen wir die besten Milchmomente – heute und für kommende Generationen. Auch haben wir unsere bewährte Strategie weiterentwickelt und Zukunftsthemen sowie Bedürfnisse unserer Anspruchsgruppen noch stärker ins Zentrum unseres Geschäftsmodells gerückt.

Emmi Desserts räumen ab

Drei Awards haben die Dessertkreationen von Emmi Dessert USA und unserer italienischen Manufaktur Pasticceria Quadrifoglio an den renommierten Food & Beverage Innovator (FABI) Awards in den USA gewonnen. Mit dem FABI Award werden Unternehmen für die Entwicklung aussergewöhnlicher Lebensmittel und Getränke ausgezeichnet, die in Bezug auf neue Geschmacksrichtungen, Geschmacksprofile, Kreativität und Innovationspotenzial innerhalb ihrer Kategorie wegweisend sind.





● **Pionierin auch bei veganen Käsealternativen**

Mit der innovativen pflanzlichen Halbhartkäse-Alternative auf Haferdrinkbasis der Marke Beleaf beschreitet Emmi neue Wege und erweitert ihr Sortiment im wachsenden Segment von pflanzlichen Milchalternativen. Dank ausgeklügeltem Fermentationsverfahren und der Zugabe von pflanzlichen Proteinen sowie Schweizer Hafer ist das Produkt geschmacklich und bezüglich Nährwerten eine Alternative zum Original.

● **Emmi Dessert Italia gewinnt Bio-Preis**

Das gekühlte Tiramisù von Rachelli erhielt in Deutschland die renommierte Auszeichnung «Bestes Bio 2023», die jährlich für die besten Bio-Produkte vergeben wird. Rachelli, eine Premiummarke von Emmi Dessert Italia, steht für authentische italienische Dessertkreationen, unter Verwendung sorgsam ausgewählter, biologisch hergestellter Rohstoffe und ethischer Produktionsmethoden. Die Anerkennung ist Ausdruck der Innovationskraft der italienischen Desserts von Emmi.

● **Nahtlose Integration des Feta-Geschäfts von Athenos**

Nach der Akquisition des Athenos-Geschäfts im Jahr 2021 wurde der im US-Feta-Markt führende Spezialitätenkäse rasch und erfolgreich bei Emmi Roth USA integriert. Emmi kann so ihr Portfolio im strategischen Bereich Spezialitätenkäse und im für uns bedeutendsten Auslandsmarkt weiter gezielt ausbauen. Die Integration schafft zudem Synergien und weitere Effizienzgewinne, was die Marktposition von Emmi Roth zusätzlich stärkt.

● **Solarthermische Pionieranlage**

Als erstes Schweizer Privatunternehmen hat Emmi eine industrielle solarthermische Anlage der Genfer Firma TVP in Betrieb genommen. Am Standort Langnau, wo unter anderem Gerber Fondue-Spezialitäten hergestellt werden, wandelt die mit rund 100 Solarthermiekollektoren bestückte Anlage Sonnenlicht in CO₂-freie Wärme um. Als Schritt in Richtung Netto-Null dekarbonisieren wir so unsere Energieversorgung weiter.



Vorbild sein im Bereich Nachhaltigkeit

Nachhaltigkeit ist etablierter Bestandteil unseres Geschäftsmodells und neu auch unserer Strategie. Nur wenn wir Mensch und Natur mit Sorgfalt begegnen, können wir die besten Milchmomente auch kommenden Generationen erlebbar machen.

Vermehrte Wetterextreme und Naturkatastrophen haben die Risiken und drohenden Langzeitschäden durch den Klimawandel auch 2022 spürbar gemacht. Entsprechend sehen wir uns bestärkt, dass nachhaltiges Handeln und die Verknüpfung wirtschaftlicher, sozialer und ökologischer Aspekte unumgänglich bleiben. Im Verbund mit unseren Milchlieferanten und Partnern sowie unter Einbindung der Konsumentinnen und Konsumenten können wir so langfristig dem Sorge tragen, was uns ernährt – eine intakte Natur.

Unser Nachhaltigkeitsmodell in der Praxis

Aus dieser Überzeugung heraus haben wir unser langjähriges Engagement für Nachhaltigkeit im Rahmen der weiterentwickelten Unternehmensstrategie zu deren integralen Bestandteil gemacht. Basierend auf dem Emmi Nachhaltigkeitsmodell und unserem Netto-Null-Reduktionpfad wollen wir unser Geschäft weiterhin ressourceneffizient, ökologisch sowie sozial verträglich betreiben.

Damit uns dies und weitere Fortschritte gelingen, ist Nachhaltigkeit bei allen Emmi Gesellschaften in die zentralen Geschäftsprozesse eingebunden. Darin sehen wir den Schlüssel, um gemeinsam unsere ambitionierten Nachhaltigkeitsziele in den Handlungsfeldern Mitarbeitende, Gesellschaft und Umwelt zu erreichen.

Fortschritte und Herausforderungen

Erfreuliche Entwicklungen sehen wir im Bereich Mitarbeitende, wo wir neu die Entwicklung unserer Teams in allen Emmi Märkten erfassen. Bis 2027 wollen wir Mitarbeitende mit einem Entwicklungsplan ausrüsten und die Hälfte der Stellen intern besetzen. In der Schweiz verfügen heute bereits drei von vier Mitarbeitende (+17% ggü. Vorjahr) über einen Entwicklungsplan – international sind es beinahe die Hälfte. Zudem konnten wir im Berichtsjahr gruppenweit fast jede dritte Stelle intern besetzen.

Im Handlungsfeld Gesellschaft und unserem Fokusthema nachhaltige Milchwirtschaft verzeichnen wir ebenfalls Fortschritte. Neu verfügen alle Emmi Gesellschaften über qualitative Ziele für eine nachhaltigere Milchproduktion. Damit diese Entwicklung auch quantitativ messbar wird, setzen wir auf einen wissenschaftsbasierten Kriterienkatalog, welchen bereits jede vierte unserer Gesellschaften anwendet.

Während in der Schweiz die Zahl unserer nach dem Branchenstandard Swissmilk Green produzierenden Milchlieferanten leicht zunahm, blieb die verarbeitete Menge an Milch mit 94 % zum Vorjahr konstant. Im Verbund mit Branchenorganisationen und Partnern der Wertschöpfungskette arbeiten wir darauf hin, diesen Standard insbesondere mit

Blick auf Klimaschutz, Biodiversität und Tierwohl weiterzuentwickeln. Erfolgreich gestartet ist die gemeinsam mit Nestlé, Milchlieferanten und wissenschaftlichen Partnern initiierte Brancheninitiative «KlimaStaR Milch». Diese zielt darauf ab, die Schweizer Milchwirtschaft im Hinblick auf Klimaschutz sowie Nahrungsmittel- und Flächenkonkurrenz wettbewerbsfähiger zu machen. Im Bereich Umwelt gelang es uns dank zusätzlichem Volumen an erneuerbarem Strom, weiterer Photovoltaik-Anlagen und Fernwärme

sowie intensivierten Reduktionsmassnahmen die Treibhausgasemissionen (Scope 1 und 2) gegenüber dem Vorjahr um 10 % zu reduzieren. Negativ haben sich demgegenüber ein erhöhter Kältemittelverlust sowie Gasverbrauch ausgewirkt. Die Scope 3 Emissionen sind zum Vorjahr praktisch konstant geblieben. Hier versprechen wir uns in Zukunft unter anderem dank Projekten wie «KlimaStaR Milch» Fortschritte. Abfall konnten wir zum Vorjahr um 4 % reduzieren sowie Müll auf Deponien um 7 %. Damit wir wie

«Ich bin stolz, für
Emmi unterwegs zu sein
und meinen Beitrag zu einer
nachhaltigen Zukunft
zu leisten.»

Alina Fischer

Lernende Strassentransportfachfrau

📍 Emmen, Emmi Schweiz

In ihrer dreijährigen Lehre gehört das Lenken von CO₂-neutralen Lastwagen zum Standardprogramm. Nebst deren Fahrdynamik begeistert nicht nur Alina die fast lautlose Fortbewegung.





«Mit dem Nachhaltigkeits-
team entwickle ich innovative
Lösungen, um Food Waste
und gleichzeitig unseren
Wasserverbrauch zu
reduzieren.»

Burton Christenson
Leiter Verpackungen

📍 Monroe, Wisconsin, Emmi Roth USA

Im Rahmen unseres Nachhaltigkeitsmodells entwickelt Burton Initiativen, um Food Waste, etwa aus der Produktion, und gleichzeitig den Wasserverbrauch zu reduzieren. Damit leistet er Tag für Tag einen Beitrag zur Reduktion unseres ökologischen Fussabdrucks.

angestrebt sämtliche Verpackungen bis 2027 recyclebar machen können, haben wir im Berichtsjahr eine entsprechende Datengrundlage aufgebaut. In der Schweiz setzen wir in unseren Kunststoffverpackungen bereits heute 4 % Rezyklat ein und die Rezyklierbarkeit liegt bei rund 45 %. Bei der Reduktion von Food Waste verzeichneten wir in der Schweiz einen Rückgang von 5 %. Unseren Wasserverbrauch konnten wir in Risikogebieten absolut um 6 % reduzieren.

Blick in die Zukunft

Vor dem Hintergrund der anhaltenden Unsicherheiten im Bereich der Energieversorgung, legen wir 2023 einen verstärkten Fokus auf die Themen Energie, Dekarbonisierung und Treibhausgasreduktion. Eine Diversifizierung der Ener-

gieversorgung mit erneuerbaren Energien steht dabei im Vordergrund. Ausgerichtet auf unseren Netto-Null-Reduktionspfad wollen wir so die Abhängigkeit von fossilen Brennstoffen weiter verringern und gleichzeitig die Herstellung unserer Milchprodukte nachhaltiger machen. Als bedeutende Akteurin der Milchwirtschaft sowie in Anbetracht des Ausmasses und der Bedeutung der kollektiven Herausforderungen, werden wir unser Engagement weiterhin gemeinsam mit unseren Milchbauern, Lieferanten und Partnern vorantreiben. Bei Emmi sehen wir die nachhaltige Gestaltung der Wertschöpfungskette als Mandat, um langfristig Wert zu schaffen und Verantwortung mit Blick auf kommende Generationen zu übernehmen.

Gemeinsam zu Netto-Null in der Milchgemeinschaft

Dieser Ambition und unserem Netto-Null-Absenkungspfad verpflichtet, ist Emmi der Initiative der Global Dairy Platform (GDP) «Pathways to Dairy Net Zero» beigetreten. Diese zählt über 100 Branchenunternehmen, Organisationen sowie Akteure der Wissenschaft und Forschung. Im Verbund mit diesem Netzwerk und gemeinsam mit unseren Milchlieferanten können wir so unser Engagement gezielt weiter vorantreiben und die Entwicklung evidenzbasierter Methoden zur Reduktion von Treibhausgasemissionen bei der Milchproduktion verbessern und beschleunigen.

Biodiversitätsinitiative «Unsere Wiesen leben!»

Intakte Ökosysteme sind für die Milchwirtschaft von zentraler Bedeutung. Deswegen hat unsere deutsche Tochtergesellschaft Gläserne Molkerei das Pilotprojekt «Unsere Wiesen leben!» gestartet. Ziel ist, auf 8'000 Hektaren landwirtschaftlicher Fläche die Artenvielfalt nachhaltig zu erhöhen. Bei beteiligten Pilotbauernbetrieben wurden im Schnitt 40 Prozent der Betriebsflächen als wertvolle Lebensräume für seltene und bedrohte Tier- sowie Pflanzenarten ausgewiesen. Die Betriebe erhalten zudem Unterstützung bei der Umsetzung von Schutzmassnahmen.

Energie-Ökosystem

Gemeinsam mit regionalen Partnern plant Emmi in Dagersellen ein schweizweit einzigartiges Ökosystem aus erneuerbaren Energien. Herzstück ist ein grosses Holzheizkraftwerk, das ab 2027 Wärme und erneuerbare Energie produzieren soll. Das Projekt ist ein wichtiger Schritt zur Erreichung unserer CO₂-Reduktionssziele.

Vereint gegen Food Waste

Im Verbund mit weiteren Unternehmen und Verbänden bekennen wir uns zum Ziel des Bundes, Lebensmittelabfälle in der Schweiz bis 2030 zu halbieren. Das Ziel ist bereits Teil unseres Nachhaltigkeitsmodells, verleiht aber den bestehenden Massnahmen zusätzlichen Schub.

«Pact» zur Kreislaufschliessung

Bis 2027 wollen wir 100 Prozent unserer Verpackungen recyclebar machen und Wertstoffkreisläufe schliessen. Dafür braucht es ein Zusammenwirken von Akteuren entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Um die Schaffung einer nachhaltigen Kreislaufwirtschaft für Kunststoffverpackungen und Getränkekartons in der Schweiz zu beschleunigen, haben wir gemeinsam mit 50 Akteuren unter dem Dach von «Drehscheibe Kreislaufwirtschaft», einem Projekt von «Swiss Recycling», die «Pact»-Initiative ins Leben gerufen.

Klimafreundliche Energie

Unsere Tochtergesellschaft Quillayes Surlat in Chile hat auf dem Dach ihrer Käserei eine Photovoltaikanlage installiert. Der damit erzeugte Strom deckt rund zehn Prozent des Stromverbrauchs des Gesamtwerkes. Damit skalieren wir unsere Expertise im Umgang mit nachhaltigen Energiequellen auch ausserhalb der Schweiz, senken unseren CO₂-Fussabdruck und stellen auf klimafreundliche Energieträger um.

Milch in einem nachhaltigen Lebensmittelsystem

Die Etablierung nachhaltiger Praktiken in der Milchwirtschaft ist komplex und erfordert eine Kooperation über die gesamte Wertschöpfungskette. Genau dies bezweckt Emmi Roth USA mit der Initiative «Dairy Sustainability Alliance». Die Multi-Akteurinitiative im Bundesstaat Wisconsin zielt auf systemische Veränderungen in der Milchwirtschaft ab. In diesem Rahmen fördert Emmi Roth auch eine Studie zur Messung der Kohlenstoffaufnahme der Böden bei ihren Milchbauern.

Wir sind Emmi. Ganz persönlich.

Als Teil einer grossen Familie sind unsere Mitarbeitenden unser wertvollstes Gut. Eine verbindende, auf Wertschätzung beruhende Kultur, vielfältige Arbeits- und Entwicklungsperspektiven oder eine gezielte Nachwuchsförderung: Die Grundlagen des Erfolgs gilt es stetig zu erneuern.

Unsere über Jahrzehnte aufgebaute und kontinuierlich entlang den Werten von Emmi weiterentwickelte, einzigartige Unternehmenskultur ist ein tragendes

Element unseres Erfolgs. Der wertschätzende, kollaborative Umgang ist dafür elementar. So stärken wir die Verbundenheit, übernehmen als Teil einer grossen

«Als grosse Liebhaberin von Lebensmitteln bin ich stolz darauf, Teil des Emmi Talentprogramms zu sein. Dadurch kann ich mich beruflich weiterentwickeln und mit unseren köstlichen Produkten Menschen Freude bereiten.»

Stefania Cheng
Junior Product Manager

📍 Gattico (ITA), Emmi Dessert Italia

Als Teil des Emmi Future Talent Programms konzentriert sich Stefania auf den Bereich Marketing, entwickelt aber auch ihre funktionsübergreifenden und strategischen Fähigkeiten weiter mit dem Traum, Tiramisù international zur nächsten italienischen Lebensmittellikone zu machen.



Familie heute gemeinsam Verantwortung für morgen und begeistern Menschen mit hochwertigen Lebensmitteln. Aus Mitarbeitenden werden anpackende Emmi MACHERINNEN und MACHER, die sich mit Herzblut für die besten Milchmomente einsetzen.

Wir entwickeln uns weiter

Als Arbeitgeberin bietet Emmi vielfältigste Entwicklungsmöglichkeiten für unterschiedlichste Berufsgruppen mit Entwicklungsperspektiven im In- und Ausland. Wir fördern Mitarbeitende gezielt und individuell, ausgerichtet auf ihren Entwicklungsstand und den Kompetenzbedarf des Unternehmens. Im Rahmen unseres Nachhaltigkeitsmodells wollen wir bis 2027 dafür sorgen, dass alle Mitarbeitenden über einen Entwicklungsplan verfügen. Auch der Erhalt der Arbeitsmarktfähigkeit aller Mitarbeitenden ist uns ein Anliegen. Wir investieren zudem in eine bereichs- und länderübergreifende Talentförderung sowie eine gezielte Nachfolgeplanung für wichtige Funktionen.

Nachwuchs in Zeiten von Fachkräftemangel fördern

In Zeiten des Fachkräftemangels legen wir grossen Wert darauf, attraktive Lern- und Ausbildungsangebote für den Nachwuchs zu entwickeln. Dazu gehört der kontinuierliche Ausbau von Lehrstellen in der Schweiz oder der Trainee-Programme bei Emmi Dessert Italia, bei Laticínios Porto Alegre in Brasilien und in der Schweiz. Mit dem Entwicklungsprogramm «Young Professionals» können junge Mitarbeitende ihren Erfahrungshorizont an einem anderen Emmi Standort im Ausland erweitern.

Gesund sein und gesund bleiben

Gesundheit ist alles. Deshalb sensibilisieren und begleiten wir Mitarbeitende mithilfe verschiedener Präventionsinitiativen. Mit dem in der Schweiz neu lancierten

Führungstraining «Gesundheitsorientierte Führung» lernen Führungskräfte, Belastungen und Gefahrenquellen frühzeitig zu erkennen sowie zu reduzieren und diesen auch mit geeigneten Massnahmen zu begegnen. Auch Kaiku in Spanien realisierte ein ganzheitliches «Health & Safety»-Trainingsprogramm für Führungskräfte und bei Bettinehoeve in den Niederlanden unterstützen gezielte Massnahmen gesundes Arbeiten bis hin zur Pensionierung. Wir stärken zudem den gruppenweiten Austausch und das Teilen von Best Practice-Erfahrungen zu Gesundheits- und Sicherheitsthemen.

Talente fördern und binden

Das 2020 ins Leben gerufene Trainee-Programm von Emmi Dessert Italia verfolgt das Ziel, jungen Erwachsenen nach Abschluss ihres Studiums einen vertieften Einblick in diverse Fachbereiche zu gewähren. Alle erfolgreichen Erstabgängerinnen und -abgänger konnten 2022 in Festanstellung übernommen werden. Gleichzeitig starteten fünf neue Trainees. Zudem nahmen 14 Mitarbeitende aus der gesamten Gruppe am interdisziplinären Management Practice Programm teil und entwickeln sich so zu unseren Führungskräften und Fachexperten von morgen.

Rekordzahl an Lernenden

50 junge Menschen haben 2022 ihre Berufsbildung bei Emmi in der Schweiz begonnen – ein neuer Rekord. Dies in einer Zeit, in der es vielerorts an Arbeitskräften fehlt. Dass wir bei Lernenden hoch im Kurs liegen, ist auch der intensiven Arbeit unserer Teams zu verdanken: Sie setzen sich tagtäglich für unseren Nachwuchs ein und investieren in die Bekanntheit unserer Lehrberufe mit Informationsveranstaltungen, Schulbesuchen oder Schnuppertagen.



«Mit Herzblut und viel Kreativität Sorge ich dafür, dass unsere pflanzenbasierten Begetal-Kreationen Menschen begeistern und glücklich machen.»

Alain Gabiña
Brand Manager Begetal

📍 Bilbao (ESP), Kaiku Corporación Alimentaria

Alain und sein Team verstehen die Bedürfnisse der Konsument:innen. Ihre Passion ist es, den Geschmack von pflanzlichen Produkten weiter zu optimieren und einen nachhaltigen Lebensstil mit einer wachsenden Produktpalette von Joghurts bis Desserts zu fördern.

Akzente setzen, Relevanz schaffen und begeistern

Mit differenzierten, innovationsstarken Markenkonzepthen Akzente setzen und Vertrauen schaffen – Menschen mit hochstehenden, auf individuelle Präferenzen zugeschnittenen und zunehmend nachhaltig hergestellten Produkten begeistern.

Mit etablierten Markenkonzepthen, hochwertigen und zunehmend nachhaltig hergestellten Produkten sowie einer Palette von Innovationen ist es uns gelungen, auch in unsicheren Zeiten Menschen für unsere Marken zu begeistern.

Mit gezielten Investitionen in unser Markengeschäft konnten wir zudem in für uns wichtigen Märkten die Relevanz unseres Portfolios weiter stärken. Dabei richten wir uns konsequent auf Trends in Wachstumsfeldern aus, fokussieren

auf profitable Märkte und strategische Nischen mit Konzepten und Innovationen, die sich am Konsumnutzen orientieren.

Markenkonzepte in profitablen Nischen

Bei den strategischen Fokusplattformen hielt bei Ready to drink-Kaffee das Momentum von Emmi Caffè Latte in allen Märkten an. Zur weiteren Profilierung trugen neben den «limited editions» auch das fortgeführte Engagement im alpinen Weltcup-Skirennsport und die Kooperationen mit Castingshows wie «Germany's next Topmodel» oder «Love Island» in Grossbritannien bei. Bei Spezialitätenkäse konnten wir in den USA im Ziegenkäse-Segment mit Cypress Grove Akzente setzen wie auch bei Emmi Roth mit Markenkäse sowie dem neu integrierten Feta-Geschäft von Athenos. In der Schweiz hielt die Beliebtheit von Luzerner Rahmkäse an während die international beliebten höhlengereiften Kaltbach Käse die coronabedingt hohen Heimkonsummarken aus dem Vorjahr nicht mehr ganz erreichten.

Innovationen als Wachstumstreiber

Anhaltend dynamisch wuchs das Geschäft mit Premium-Desserts. Unsere innovationsstarken italienischen Dessertspezialitäten werden in unserem Dessertnetzwerk mit spezialisierten Manufakturen in Italien und seit 2021 auch den USA hergestellt und international vertrieben. Bei den pflanzenbasierten Milchalternativen konnten sich unsere veganen Marken Beleaf und Begetal weiter etablieren. Während das Geschäft mit Trinkmilch-Alternativen weiter zulegte, lancierte Beleaf die erste Schweizer Käsealternative mit einer Basis aus Schweizer Hafer und einem hohen Proteinanteil. Neben diesen Premium-Konzepten konnten wir in Wachstumsmärkten wie Brasilien oder Mexiko unser Geschäft mit lokal führenden Marken und Sortimenten im Basisbereich weiter stärken. Unabhängig von Marke und Markt bleibt unsere Leidenschaft für die besten Milch- und Genussmomente Garant für zukünftigen Erfolg.

Weniger Material für grosse Wirkung

Emmi Caffè Latte setzt in vielen Ländern Massstäbe. Auch was die Optimierung der Verpackung betrifft. 2022 gelang es den Verpackungsentwicklern nochmals 14 % weniger Material pro Becher einzusetzen. Damit wird Emmi Caffè Latte leichter für den Transport und besser stapelbar. Auf Jahresbasis können so rund 350 Tonnen Polypropylen gespart und 65 Lastwagenfahrten vermieden werden.



3 Zutaten für grossen Geschmack

Im Jogurtbereich zweistellig zu wachsen ist die Bestätigung dafür, dass das Konzept unseres Jogurtpur mit seiner auf ein Minimum reduzierten Zutatenliste den Nerv der Zeit trifft. Das aus Fruchtarten bestehende Portfolio haben wir neu mit Schokolade und Mocca erweitert.



Mehr Protein für aktive Menschen

Für aktive Menschen mit bewusstem Lebensstil erweiterten wir das Emmi Energy Milk-Sortiment mit der neuen Geschmacksrichtung Banane-Nougat. Das proteinangereicherte, laktosefreie Milchsgetränk mit Vitaminen und ohne zugesetzten Zucker unterstützt den Muskelaufbau.



Mit vorausschauender Planung und lokaler Vernetzung zum Erfolg

Kostensteigerungen sowie Engpässe bei Lieferanten haben sich 2022 fortgesetzt und auch Emmi gefordert. Dank unserem internationalen Einkaufsnetzwerk und der engen Zusammenarbeit mit lokalen Lieferanten haben sich unsere Versorgungsketten erneut als robust erwiesen.

Die weiterhin massiv über dem Langzeitrend verharrenden Rohstoff-, Material-, Logistik- und Energiepreise sowie ein inflationäres Umfeld sind auch an Emmi nicht spurlos vorbeigezogen. Nebst negativen Kostenimplikationen haben uns eingeschränkte Verfügbarkeiten oder längere Lieferzeiten gefordert.

Mit Planung zum Erfolg

Die auf der Beschaffungs- wie auch auf der Absatzseite äusserst volatilen Märkte haben unsere Teams und unsere Planungsprozesse erneut auf die Probe gestellt. Dank enger Zusammenarbeit über die gesamte Gruppe hinweg

sowie weiterer Fortschritte bei unseren Exzellenz- und Effizienzprogrammen ist es unseren Teams in den Bereichen Herstellung, Beschaffung und Logistik wiederum gelungen, den herausfordernden Rahmenbedingungen zu trotzen. Ohne Abstriche bei Qualität und Sicherheit konnten wir so die Versorgung mit unseren hochwertigen und zunehmend nachhaltig hergestellten Lebensmitteln jederzeit sicherstellen.

Unsere intensivierten Initiativen zur Schaffung einer bereichs- und unternehmensübergreifenden, effizienten und nachhaltigen Beschaffung sind Teil unserer Unternehmensstrategie und ein Pfeiler unseres langfristigen Erfolgs. Erfahrene, strategische Einkaufsexpertinnen und -experten, gut durchdachte Beschaffungsstrategien, nachhaltige und hocheffiziente Prozesse und eine enge Verzahnung mit unseren regionalen Partnern ermöglichen einen ressourcen- und umwelteffizienten Betrieb unserer weltweit über 50 Produktionsstandorte.

Im Netzwerk arbeiten

Die gruppenweite Expertise und der unternehmensweite Austausch in Kombination mit den lokal verankerten Supply-Chain-Teams ist ein wesentlicher Erfolgsfaktor von Emmi. So können Lösungen multipliziert und skaliert, die Kultur des Miteinanders gestärkt und alle Beteiligten motiviert werden. Dies erlaubt uns, auch künftig Effizienzpotenziale zu erschliessen

Klimaneutrale Produktion

Die ersten Standorte, die Käserei Studer und Mexideli, produzieren dank erneuerbarer Energie und innovativen Kühlsystemen klimaneutral. Der in der Käserei Studer benötigte Wärmebedarf wird durch eine Holzschnitzelheizung und eine Photovoltaikanlage abgedeckt. Ab 2024 wird der Betrieb dank einer Wärmepumpe CO₂-neutral produzieren. Unsere mexikanische Tochtergesellschaft Mexideli betreibt ihre Kühlanlagen mit dem natürlichen Kältemittel CO₂ und setzt damit neue Massstäbe für klimafreundliche Kühlung.



«Ich setze alles daran,
aus hochwertigen Zutaten die
feinsten Emmi Caffè Latte-
Kreationen in stets bester
Qualität herzustellen.»

Bernhard Ledermann
Teamleiter Produktion Frischprodukte

📍 Ostermundigen, Emmi Schweiz

Für den kompromisslosen Genuss vereint
Bernhard aus zertifizierten Bohnen hergestellten,
frisch gebrühten Kaffee in Barista-Qualität mit
hochwertiger Schweizer Milch – schonend
verarbeitet und ganz ohne künstliche Zusatzstoffe.

und den steigenden Anforderungen in
einem zunehmend volatilen Umfeld ge-
recht zu werden.

Unsere Kultur der kontinuierlichen Ver-
besserung zeigt in verschiedenen Pro-
jekten weltweit eindruckliche Wirkung.
Funktionsübergreifend und in vernetzten
Teams tätig, können unsere Mitarbeiten-
den ihre Kenntnisse weiterentwickeln
und einbringen. Dies fördert zugleich den
Wissensaustausch innerhalb der Grup-
pe und schafft wichtige und vielfältige
Entwicklungsperspektiven im interna-
tionalen Kontext. Damit wirken wir dem
Fachkräftemangel entgegen und schaffen
optimale Voraussetzungen für nachhaltig
exzellente Ergebnisse und die besten
Milchmomente.

Neue Grosskäserei in Emmen

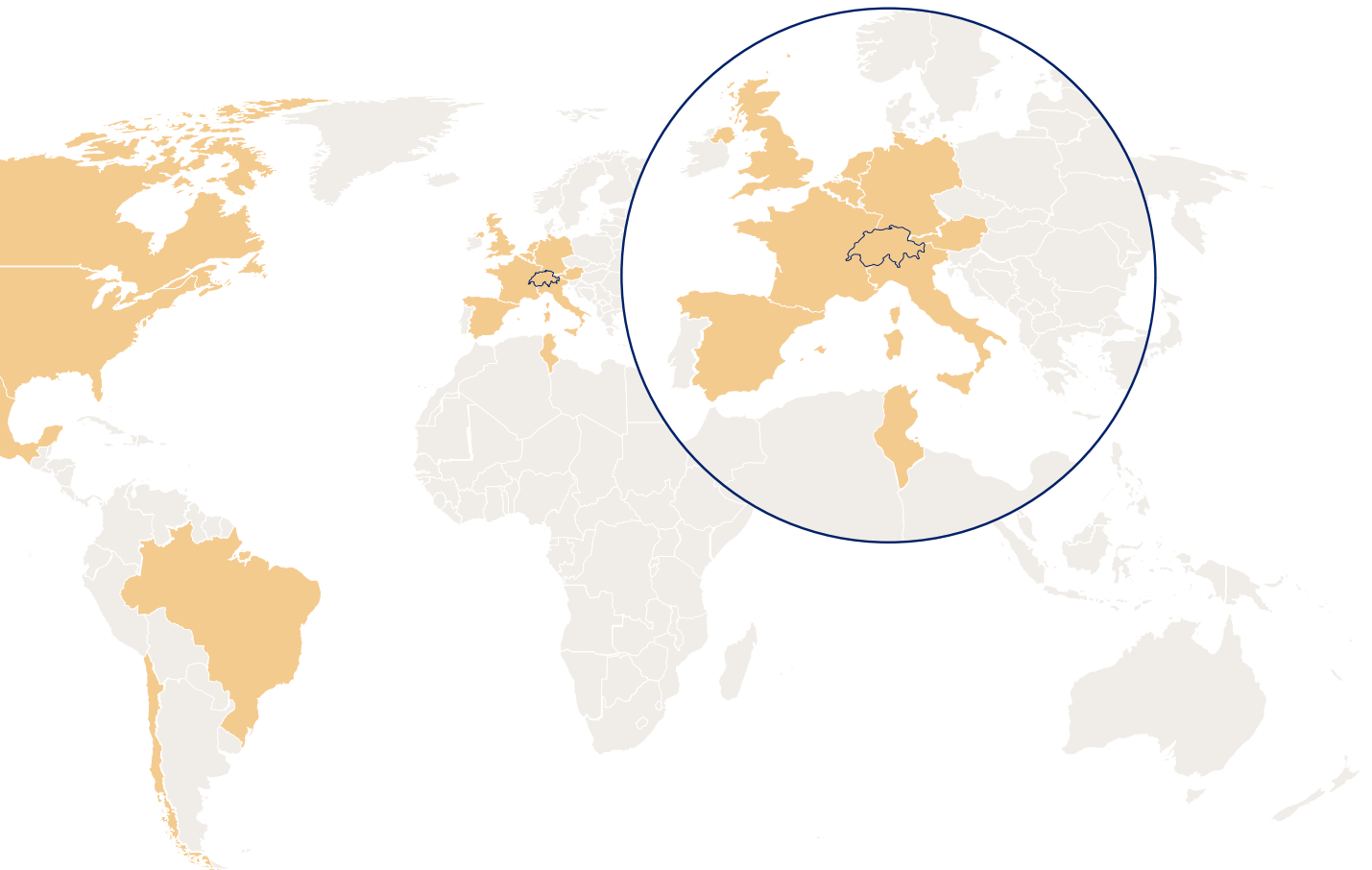
Emmi hat die neue, ressourcenscho-
nende Käserei am Traditionsstandort
Emmen feierlich in Betrieb genommen.
Mit 50 Millionen Franken gehört der
Neubau zu unseren bedeutendsten
Investitionsprojekten in der Geschichte.
Die hochmoderne Anlage ist auf die lang-
fristigen Wachstumspläne im Bereich
Spezialitätenkäse wie Luzerner Rahmkäse
ausgerichtet und trägt als Bekenntnis
zur Schweizer Käsetradition zur nach-
haltigen Wertschöpfung in der Zentral-
schweiz bei.

Lokal verankert, international etabliert

Nahe am Markt, agil und vernetzt in der Zusammenarbeit –
darauf basieren die Erfolgsprinzipien von Emmi.

Von einer regional verankerten Organisation in der Schweiz haben wir uns zu einer international erfolgreichen Gruppe entwickelt. Heute sind wir die führende Schweizer Milchverarbeiterin mit einer eigenen Präsenz in 14 Ländern. Zur Emmi Gruppe zählen in der Schweiz 25 und im

Ausland rund weitere 30 Produktionsbetriebe. Aus der Schweiz heraus exportieren wir unsere hochwertigen Produkte in rund 60 Länder. Damit Millionen von Menschen Tag für Tag zuverlässig das finden, was sie zum Leben brauchen: hochwertige und genussvolle Lebensmittel.



Redaktion

Emmi Konzernkommunikation, Luzern

Konzept, Design, Usability und Realisation

Farner Consulting AG, Zürich

Technische Umsetzung

NeidhartSchön AG, Zürich

Übersetzung

Lionbridge Switzerland AG, Basel

Dies ist eine Kurzversion des Geschäftsberichts 2022 der Emmi Gruppe und beinhaltet einen identischen Auszug des kompletten, auf emmi.com verfügbaren und unseren Aktionärinnen und Aktionären zugänglich gemachten Dokuments.

Der Geschäftsbericht erscheint in Deutsch und in Englisch. Die deutsche Version ist verbindlich.

Der Geschäftsbericht 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 Geschäftsbericht zum spezifizierten 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