

## Medienmitteilung

### Jahresergebnis 2016

### Gewinnsteigerung dank internationalem Geschäft

*Luzern, 22. März 2017* – Der Umsatz von Emmi stieg 2016 dank Akquisitionen um 1.4 % auf CHF 3259 Millionen. Die Erträge verbesserten sich stärker als der Umsatz. Das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) stieg um 7.3 % auf CHF 202.7 Millionen. Der Reingewinn lag mit CHF 140.3 Millionen 16.7 % über dem Vorjahr. Aufgrund dieses guten Ergebnisses – das leicht über den Erwartungen liegt – wird der Generalversammlung vom 20. April 2017 beantragt, eine Dividendenausschüttung aus Kapitaleinlagereserven von brutto CHF 5.90 (2016: CHF 4.90) je Namenaktie zu beschliessen. Emmi erwartet für das laufende Jahr ein anhaltend hartes Umfeld. Trotzdem will das Unternehmen 2017 leicht höhere Umsätze erzielen und die verbesserte Ertragskraft stabilisieren.

Im Jahr 2016 erzielte Emmi einen Nettoumsatz von CHF 3259 Millionen (2015: CHF 3214 Millionen). Dies entspricht einem Wachstum von 1.4 %. Organisch, das heisst bereinigt um Währungs- und Akquisitionseffekte, resultierte ein Rückgang von 1.0 %, was am unteren Rand der im August 2016 veröffentlichten Prognosen liegt (-1 % bis +1 %).

Die Akquisitionseffekte sind auf die folgenden Unternehmen zurückzuführen:

- Kauf Käsegeschäft von J.L. Freeman (Kanada, 15. April 2015)
- Akquisition Redwood Hill (USA, 31. Dezember 2015)
- 60%-Beteiligung Bettinehoeve (Niederlande, 2. Februar 2016)
- Beteiligungserhöhung SDA Chile (Chile, 19. Mai 2016)
- Akquisition Cowgirl Creamery (USA, 31. Mai 2016)

Im Gegensatz zum Umsatz lagen die Erträge über den Erwartungen: Das EBIT stieg um 7.3 %, von CHF 188.9 Millionen auf CHF 202.7 Millionen. Die EBIT-Marge belief sich auf 6.2 % (2015: 5.9 %). Weiter resultierte ein Reingewinn von CHF 140.3 Millionen gegenüber CHF 120.2 Millionen im Vorjahr. Die Reingewinnmarge betrug 4.3 % (2015: 3.7 %).

**Urs Riedener, CEO Emmi Gruppe**, erläutert: «Angesichts des Drucks auf das Schweizer Geschäft ist das Resultat erfreulich. Weitere Fortschritte im Ausland, die geographische Ausweitung der Operational-Excellence-Programme und der Erfolg von margenstarken Marken sind die Treiber des Erfolgs. Die Schweiz bleibt das Kernelement unserer Strategie.»

## Umsatzentwicklung nach Division

### Schweiz\*: Konstant hoher Import- und Wettbewerbsdruck

In der Division **Schweiz** ging der Umsatz, wie im Februar kommuniziert, um 2.9 % auf CHF 1741.3 Millionen zurück (2015: CHF 1793.3 Millionen). Diese Entwicklung resultierte aus einem Preiseffekt von -1.3 % und einem Mengeneffekt von -1.6 %. Der Anteil der Division Schweiz am Konzernumsatz betrug 53 % (2015: 56 %).

### Americas\*: Solides Wachstum in den USA und in Tunesien

Der Umsatz in der Division **Americas** stieg von CHF 798.1 Millionen auf CHF 865.6 Millionen. Dies entspricht einem Wachstum von 8.5 %, respektive organisch (bereinigt um Währungs- und Akquisitionseffekte) von 2.8 %. Der Anteil der Division Americas am Konzernumsatz betrug 27 % (2015: 25 %).

### Europa\*: Brexit hemmt Umsatz bei Desserts aus Italien

In der Division **Europa** erhöhte sich der Umsatz um 6.5 % auf CHF 519.0 Millionen (2015: CHF 487.3 Millionen). Organisch resultierte hingegen ein Rückgang von 0.2 %. Dies war primär eine Folge des tiefen Britischen Pfunds, das insbesondere die Dessertexporte der italienischen A-27 nach Grossbritannien erschwerte. Der Anteil der Division Europa am Konzernumsatz betrug 16 % (2015: 15 %).

### Global Trade\*: Wirtschaftliche Abkühlung und schwache Währungen

Der Umsatz in der Division **Global Trade** reduzierte sich um 1.7 % (organischer Rückgang um 1.0 %) auf CHF 132.9 Millionen (2015: CHF 135.2 Millionen). Ein Grossteil dieser negativen Entwicklung ist auf die wirtschaftliche Abkühlung und schwache Währungen in verschiedenen Schwellenmärkten zurückzuführen. Der Anteil von Global Trade am Konzernumsatz betrug 4 % (2015: 4 %).

*\*Details zur Umsatzentwicklung 2016 entnehmen Sie bitte der [Medienmitteilung vom 2. Februar 2017](#).*

**Effizienzgewinne und verbessertes Produktportfolio bewirkten eine Steigerung der Profitabilität**

Der **Bruttogewinn** von Emmi stieg 2016 um CHF 61.8 Millionen auf CHF 1179.5 Millionen (2015: CHF 1117.7 Millionen). Die entsprechende **Bruttogewinnmarge** betrug 36.2 %, im Vergleich zu 34.8 % im Vorjahr. Die erfreuliche Verbesserung ist das Ergebnis weiterer Produktivitätssteigerungen. Zudem gewannen Markenprodukte innerhalb des Produktportfolios an Bedeutung, mit entsprechend positiver Auswirkung auf die Bruttogewinnmarge.

Der **Betriebsaufwand** erhöhte sich 2016 um CHF 46.7 Millionen, oder 5.8 %, auf CHF 856.1 Millionen (2015: CHF 809.4 Millionen). Er stieg folglich stärker als der Umsatz. Gründe waren zum einen der um 5.5 % höhere **Personalaufwand** aufgrund personalintensiverer neuer Gruppengesellschaften. Zudem gelang es Gesellschaften mit tieferen Umsätzen als im Vorjahr nicht, den Personalaufwand proportional zu reduzieren. So verzichtete Emmi in der Schweiz erneut auf arbeitszeitliche Massnahmen und Stellenverlagerungen ins Ausland. Weitere Faktoren im Betriebsaufwand waren höhere Marketing-Investitionen für Markenprodukte (+8.3 %) und höhere IT-Aufwendungen im Zusammenhang mit der SAP-Einführung in der Schweiz (Verwaltungsaufwand +20.0 %).

Es resultierte ein **Betriebsergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)** von CHF 328.2 Millionen; eine Steigerung um CHF 13.3 Millionen (2015: CHF 314.9 Millionen).

Die **Abschreibungen und Amortisationen** gingen in der Berichtsperiode um CHF 0.9 Millionen auf 125.8 Millionen zurück (2015: CHF 126.7 Millionen). Die Abschreibungen auf dem Sachanlagevermögen reduzierten sich um CHF 2.9 Millionen, während die Amortisationen auf immateriellen Anlagen wegen der Akquisitionstätigkeit und der erwähnten SAP-Einführung in der Schweiz um CHF 2.0 Millionen stiegen. Folglich stieg das **Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)** um 7.3 % auf CHF 202.7 Millionen (2015: CHF 188.9 Millionen). Die EBIT-Marge erhöhte sich von 5.9 % auf 6.2 %.

Der **Nettofinanzaufwand** reduzierte sich in der Berichtsperiode gegenüber dem Vorjahr deutlich, um CHF 7.5 Millionen, auf CHF 14.6 Millionen (2015: CHF 22.1 Millionen). Dies war eine Folge der negativen Währungseffekte aus dem Jahr 2015. Die **Ertragssteuern** erhöhten sich in der Berichtsperiode um CHF 1.9 Millionen auf CHF 33.7 Millionen (2015: CHF 31.8 Millionen).

Unter dem Strich ergaben sich aus dem Geschäftsjahr 2016 ein **Reingewinn** von CHF 140.3 Millionen (2015: CHF 120.2 Millionen) und eine **Reingewinnmarge** von 4.3 % (2015: 3.7 %). Dies entspricht einer Steigerung um 16.7 %.

## Ausblick

Emmi geht davon aus, dass die Bedingungen in der Milchindustrie herausfordernd bleiben und das wettbewerbsintensive Umfeld anhalten wird.

In der Schweiz dürften der massive Importdruck und der Einkaufstourismus auch 2017 anhalten. Mit starken Marken und Innovationen will Emmi den Umsatz im Heimmarkt jedoch stabilisieren. In der Division Americas geht Emmi von einer weiterhin guten Entwicklung in den USA und in Tunesien aus, während die Märkte Spanien und Frankreich anspruchsvoll bleiben dürften. In der Division Europa verteuert das tiefe Britische Pfund die importierten Sortimente aus Italien (Desserts), Deutschland (Onken-Jogurt) und der Schweiz (Caffè Latte und Käse) was sich 2017 entsprechend hemmend auf die Umsätze auswirken wird. Bei den Exporten aus der Schweiz ist davon auszugehen, dass sich starke Markenkonzepte mit hoher Differenzierung wie Caffè Latte, die Spezialitätenkäse aus Kaltbach oder Der Scharfe Maxx behaupten werden, während einfacher substituierbare Produkte weiterhin einen schwierigen Stand haben werden.

Insgesamt wird sich das internationale Geschäft – vor allem dank der getätigten Akquisitionen und einem guten Momentum in der Division Americas – günstig auf die Umsatzentwicklung auswirken.

## Umsatz- und Gewinnentwicklung

Durch die genannten Faktoren dürfte der organische Umsatz des Konzerns im Jahr 2017 1 % bis 2 % steigen.

Trotz des wettbewerbsintensiven Umfelds und der schwierigen Marktbedingungen in verschiedenen Ländern geht Emmi davon aus, dass die Erträge auf dem Niveau des Jahres 2016 gehalten werden können. Die ausländischen Tochtergesellschaften werden wiederum einen wichtigen Beitrag leisten.

Ausblick organische Umsatzentwicklung 2017:

- Konzern: 1 % bis 2 %
- Division Schweiz: -2 % bis 0 %
- Division Americas: 3 % bis 5 %
- Division Europa: 0 % bis 2 %

Mittelfristige Prognosen für das jährliche, organische Umsatzwachstum (Durchschnitt):

- Konzern: 2 % bis 3 %
- Division Schweiz: 0 % bis 1 %
- Division Americas: 4 % bis 6 %
- Division Europa: 1 % bis 3 %

Für die Division Global Trade gibt Emmi aufgrund des geringen Gewichts keine Prognosen ab.

## Kennzahlen Emmi Gruppe

|                                                                              | 2016       | 2015       |
|------------------------------------------------------------------------------|------------|------------|
| Nettoumsatz in CHF Mio.                                                      | 3259       | 3214       |
| Veränderung ggü. Vorjahr in %                                                | 1.4        | -5.6       |
| Akquisitionseffekt in %                                                      | 2.3        | 0.6        |
| Währungseffekt in %                                                          | 0.1        | -3.2       |
| Organisches Umsatzwachstum in Lokalwährung in %                              | -1.0       | -3.0       |
| Betriebsergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) in CHF Mio. | 328.2      | 314.9      |
| in % vom Nettoumsatz                                                         | 10.1       | 9.8        |
| Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) in CHF Mio.                   | 202.7      | 188.9      |
| in % vom Nettoumsatz                                                         | 6.2        | 5.9        |
| Reingewinn in CHF Mio.                                                       | 140.3      | 120.2      |
| in % vom Nettoumsatz                                                         | 4.3        | 3.7        |
| Investitionen in Anlagevermögen (ohne Akquisitionen) in CHF Mio.             | 104.4      | 81.2       |
| in % vom Nettoumsatz                                                         | 3.2        | 2.5        |
| Personalbestand (auf Vollzeitbasis) per 31.12.                               | 5779       | 5405       |
| davon in der Schweiz                                                         | 2998       | 2978       |
| Nettoumsatz je Mitarbeitender in TCHF (Durchschnittswert)                    | 576        | 605        |
| Verarbeitete Milchmenge in Mio. Kilogramm                                    | 1688       | 1613       |
|                                                                              | 31.12.2016 | 31.12.2015 |
| Bilanzsumme                                                                  | 2603       | 2551       |
| davon Eigenkapital inkl. Minderheitsaktionäre                                | 1506       | 1394       |
| in % der Bilanzsumme                                                         | 57.9       | 54.6       |
| Börsenkapitalisierung                                                        | 3298       | 2409       |

## Kontakte

Analysten und Investoren: Esther Gerster, Leiterin Konzernkommunikation & IR  
T +41 (0)58 227 50 69, E-Mail: [esther.gerster@emmi.com](mailto:esther.gerster@emmi.com)

Medien: Sibylle Umiker, Leiterin Media Relations  
T +41 (0)58 227 50 66, E-Mail: [media@emmi.com](mailto:media@emmi.com)

## Downloads

- Präsentation zur Medien- und Analystenkonferenz: <https://group.emmi.com/de/medien-ir/publikationen/>
- Geschäftsbericht 2016: <https://group.emmi.com/de/medien-ir/publikationen/>
- Bildmaterial: [www.emmi.com/mediabox](http://www.emmi.com/mediabox)

## Über Emmi

Emmi ist die führende Schweizer Milchverarbeiterin und eine der innovativsten Premium-Molkereien in Europa. In der Schweiz fokussiert das Unternehmen auf die Entwicklung, Produktion und Vermarktung eines Vollsortiments an Molkerei- und Frischprodukten sowie auf die Herstellung, die Reifung und den Handel hauptsächlich von Schweizer Käse. Im Ausland konzentriert sich Emmi mit Markenkonzepten und Spezialitäten auf etablierte Märkte in Europa und Nordamerika sowie zunehmend auch auf Entwicklungsmärkte ausserhalb Europas. Bei den Frischprodukten stehen Lifestyle-, Convenience- und Gesundheitsprodukte im Vordergrund. Beim Käse positioniert sich Emmi als das weltweit führende Unternehmen für Schweizer Käse. Die Kunden von Emmi sind der Detailhandel, die Hotellerie und Gastronomie („Food Service“) und die Lebensmittelindustrie.

Zur Emmi Gruppe zählen in der Schweiz rund 25 Produktionsbetriebe jeglicher Grösse. Im Ausland ist Emmi mit ihren Tochtergesellschaften in 13 Ländern präsent; in sieben davon mit Produktionsstätten. Aus der Schweiz heraus exportiert Emmi Produkte in rund 60 Länder.

Emmi hat 2016 einen Nettoumsatz von CHF 3259 Millionen und einen Reingewinn von CHF 140 Millionen erzielt. Das Unternehmen beschäftigt teilzeitbereinigt knapp 5800 Mitarbeitende, davon 3000 in der Schweiz.