



## Bilanzmedienkonferenz und Analystenpräsentation

### Geschäftsjahr 2007 Emmi Gruppe

Luzern, 16. April 2008

## Agenda



### Übersicht Geschäftsjahr 2007

Fritz Wyss, Präsident des Verwaltungsrats

### Geschäftsgang und Jahresergebnis 2007

Reto Conrad, CFO

### Strategische Schwerpunkte und Ausblick

Urs Riedener, CEO

### Umsatzziele übertroffen – Ertrag unter Erwartungen



- § Wachstum 7.1 % auf CHF 2'501.2 Mio.
- § Reingewinn von CHF 39.8 Mio.  
(1.6 % Reingewinnmarge)
- § Total Shareholder Return 5.3 %

#### Märkte

- § Starke Position im Heimmarkt behauptet
  - > Wachstum 4.8 % auf CHF 1'914.1 Mio.
  - > stabile Ertragsentwicklung
- § Weiterer internationaler Ausbau
  - > Wachstum 15.3 % auf CHF 587.0 Mio.
  - > Erträge international klar unter den Erwartungen

### Verstärkung Wettbewerbsposition und Managementwechsel



#### Wettbewerbsposition

- § Integration Mittelland Molkerei und Konzentration Produktion in Suhr
- § Integration Trentinalatte
- § Strategische Beteiligung Ambrosi S.p.A.
- § Ausbau Käsereifungslager Fromco S.A.

#### Management

- § Urs Riedener neuer CEO ab März 2008



**Übersicht Geschäftsjahr 2007**

Fritz Wyss, Präsident des Verwaltungsrats

**Geschäftsgang und Jahresergebnis 2007**

Reto Conrad, CFO

**Strategische Schwerpunkte und Ausblick**

Urs Riedener, CEO

**Gutes Wachstum – Reingewinn unter den Erwartungen**



in Mio. CHF	2007	2006	Δ in %
Nettoumsatz	2'501.2	2'335.2	+7.1 %
Bruttogewinn	759.4	723.9	+4.9 %
in % des Nettoumsatzes	30.4 %	31.0 %	
EBIT	62.3	74.0	-15.8 %
in % des Nettoumsatzes	2.5 %	3.2 %	
Reingewinn	39.8	54.0	-26.3 %
in % des Nettoumsatzes	1.6 %	2.3 %	

§ Korrektur Reingewinnerwartung  
im Dezember 2007 von 2 – 2.5 %  
auf 1.5 – 1.7 %



**Starke Position im Heimmarkt behauptet**

**Nettoumsatz Schweiz**

	2007 CHF Mio.	Total Δ in %	Org. Δ in %
Molkereiprodukte	746.0	+8.1	+1.5
Frischprodukte	329.7	+4.7	+3.8
Käse	508.3	-0.5	-0.5
Frischkäse	124.3	-2.9	-2.9
Pulver/Konzentrate	78.3	+7.7	+5.0
Übrige Produkte/DL	127.4	+16.8	+11.3
Total Schweiz	1'914.1	+4.8	+1.8

§ Wachstum 4.8 % auf CHF 1'914.1 Mio., davon 1.8 % organisch

§ Wachstum bei Molkerei- und Frischprodukten sowie Naturkäse

§ Schmelzkäse leicht rückläufig

§ Frischkäse trotz Käsemarktliberalisierung mit der EU und hohem Importdruck nur leicht rückläufig

§ Rohstoffpreis-Erhöhungen margenneutral im Markt umgesetzt



**Strategische Projekte erfolgreich umgesetzt**



§ Konzentration Produktionsbetriebe der Mittelland Molkerei am Standort Suhr abgeschlossen

§ Ausbau des KäserEIFungslagers für Le Gruyère AOC in Moudon

§ Spatenstich für den Erweiterungsbau der Schmelzkäseproduktion in Langnau i.E.

§ Ausbau Tête de Moine-Produktion in Saignelégier

§ Übernahme Walter Schmitt AG und Stärkung der Position beim Appenzeller-Käse



Gutes Wachstum – Erträge unter den Erwartungen

Nettoumsatz international

	2007 CHF Mio.	Total Δ in %	Org. Δ in %
Molkereiprodukte	8.0	+4.9	+4.9
Frischprodukte	207.3	+31.1	+11.8
Käse	311.4	+11.3	+11.3
Frischkäse	0.8	24.2	24.2
Pulver/Konzentrate	9.8	-21.2	-21.1
Übrige Produkte/DL	49.7	-1.5	-1.5
Total International	587.0	+15.3	+9.3

§ Wachstum 15.3 % auf CHF 587.0 Mio.

§ Emmi Markenkonzepte als Wachstumstreiber

§ Gutes Wachstum bei den Frischprodukten mit Emmi Caffè Latte, Benecol und Swiss Muesli

§ Zweistelliges Wachstum beim Käse mit Markenkonzepten

§ Erträge aufgrund verschiedener negativer Entwicklungen klar unter Erwartungen



Verstärkung der Marktposition



§ Integration der italienischen Trentinalatte abgeschlossen

§ Beteiligung von 25 % am italienischen Käsespezialisten Ambrosi

§ Zusammenschluss Tochtergesellschaften von Emmi und Ambrosi in Frankreich

§ Start der Produktion von Caffè Latte in zwei Testmärkten in den USA

§ Übernahme Haerten & Interimex S.A., Belgien für den Vertrieb von Emmi Produkten in Belgien und Luxemburg

### Solides organisches Wachstum in den meisten Produktgruppen

in Mio. CHF	Umsatz inkl. Akquisitionen		Organisches Wachstum	
	2007	2006	Δ in %	2007 in %
Molkereiprodukte	754	698	+8.0	+1.6
Frischprodukte	537	473	+13.5	+6.5
Käse	820	791	+3.7	+3.7
Frischkäse	125	129	-2.8	-2.8
Pulver/Konzentrate	88	85	+3.5	+1.2
Übrige Produkte/Dienstleistungen	177	159	+11.0	+7.3
<b>Total</b>	<b>2'501</b>	<b>2'335</b>	<b>+7.1</b>	<b>+3.4</b>

### Neuheiten und Sortiments-Ausweitungen 2007



§ **CAFFÈ LATTE Caramello und Marocchino**  
Ausweitung des Sortiments mit Caramel- und Schokoladennote

§ **Expansion der SWISS-Linie**  
Einführung Swiss Müesli und Swiss Yogurt in der Schweiz und internationalen Märkten

§ **Einführung LUZERNER Yogodu**  
Der erste probiotische Käse in der Schweiz mit jogurtfrischem Geschmack

§ **KALTBACH Fondue**  
Das erste Premium-Frischfondue mit einer exklusiven Kaltbach-Mischung

## Nettoumsatz bis Bruttogewinn (1/2)



### Entwicklung des Nettoumsatzes auf Kurs

in Mio. CHF	2007	2006	Δ in %
Nettoumsatz	2'501	2'335	+7.1 %
Bruttogewinn in % des Nettoumsatzes	759 30.4 %	724 31.0 %	+4.9 %

§ Rückgang Bruttogewinnmarge von 31.0 % auf 30.4 %

§ Erträge aufgrund verschiedener negativer Entwicklungen klar unter den Erwartungen

- > zu optimistische Einschätzung Entwicklung Frischprodukte
- > Verzögerte Umsetzung Preiserhöhungen Rohstoffe, insbesondere in Italien
- > Tiefe internationale Preise für Emmentaler-Käse aufgrund hoher Lagerbestände

## Bruttogewinn bis EBIT (2/2)



### Entwicklung des Nettoumsatzes auf Kurs

in Mio. CHF	2007	2006	Δ in %
Bruttogewinn in % des Nettoumsatzes	759.3 30.4 %	723.9 31.0 %	+4.9
Übriger Ertrag	5.1	3.1	+164.5
Personalaufwand	310.5	287.8	+7.8
Übriger Betriebsaufwand	313.9	298.5	+5.2
EBITDA in % des Nettoumsatzes	140.1 5.6 %	140.7 6.0 %	-0.5
Abschreibungen	87.9	74.8	+17.5
EBIT in % des Nettoumsatzes	62.3 2.5 %	74.0 3.2 %	-15.8

§ Personalaufwand höher infolge Akquisitionen und internationalen Ausbaus

§ Investitionen in Marketing um 4.9 % gestiegen

§ EBITDA auf Vorjahresstand

§ Höhere Abschreibungen infolge Akquisitionen und ausserplanmässigen Abschreibungen



### Deutlicher Rückgang der Reingewinn-Marge

in Mio. CHF	2007	2006	Δ
EBIT*	62.3	74.0	-11.7
Finanzergebnis	-13.5	-5.5	+9
Ergebnis ass. Gesellschaften	0.5	0.7	-3
Ausserord. Aufwand/Ertrag	0.2	-3'6	-3.5
Ergebnis vor Steuern (EBT)*	49.5	65.7	-16.2
Steuern	3.2	10.8	-7.6
Minderheitsanteile	6.5	0.9	+5.6
Reingewinn	39.8	53.9	-14.1
in % des Nettoumsatzes	1.6 %	2.3 %	
Gewinn pro Aktie	7.52	10.55	-28.7%

§ Wechselkurse Euro und USD beeinflussen Finanzergebnis negativ

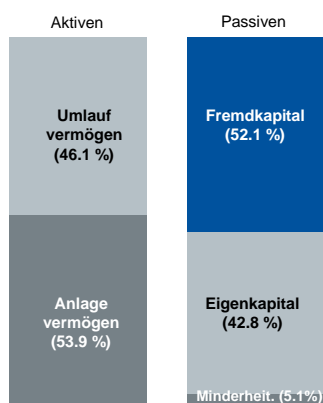
§ Steuern mit CHF 3.2 Mio. deutlich unter Vorjahr

§ Anstieg Minderheitsanteile aufgrund der Integration Mittelland Molkerei

\* Neu wird die Auflösung Badwill als separate Zeile im Betriebserfolg ausgewiesen. Die Vorjahreszahlen wurden entsprechend angepasst. Nicht betroffen sind die ausserordentlichen Badwill-Auflösungen im Zusammenhang mit der Integration der Mittelland Molkerei AG.



### Stabile Eigenkapitalquote von 42.9 %



§ Anstieg des Eigenkapitals um CHF 33.9 Mio. auf CHF 700.5 Mio.

§ Eigenkapitalquote von 42.8 % (exkl. Minderheiten)

§ Erhöhung der Nettoverschuldung aufgrund laufender Investitionsprojekte um 31% auf CHF 306.2 Mio.

§ Return on equity: 5.8 %

§ Vorgeschlagene Dividende: unverändert CHF 2.60 brutto  
Ausschüttungsquote: 34.6 %



### Investitionen in Sachanlagen über Vorjahr

in Mio. CHF	2007	2006
<b>Geldfluss aus Betriebstätigkeit</b>	<b>80.8</b>	<b>93.5</b>
Investitionen in Sachanlagen	-77.8	-68.4
Investitionen in immaterielle Anlagen	-7.0	-8.4
Übrige Investitionen (netto)	-28.9	-39.4
<b>Geldfluss Investitionstätigkeit</b>	<b>113.7</b>	<b>116.2</b>
Geldfluss Finanzierungstätigkeit	55.0	48.7
Nettoveränderung flüssigen Mittel	21.9	25.9

Grösste Investitionsprojekte in 2007:

§ Konzentration Produktion Mittelland Molkerei in Suhr: CHF 15.0 Mio.

§ Konzentration Schmelzkäseproduktion nach Langnau: CHF 7.1 Mio.

§ Ausbau Käsereifungslager Fromco Moudon: CHF 7.5 Mio.



### Kontinuierliches Wachstum

in Mio.CHF	2007	2006	2005	2004	2003
Nettoumsatz	2'501	2'335	2'027	1'926	1'879
Betriebserfolg vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen und Amortisationen (EBITDA) in % des Nettoumsatzes	140.1 5.6	140.7 6.0	128.8 6.4	119.9 6.2	119.2 6.3
Betriebserfolg vor Zinsen und Steuern (EBIT) in % des Nettoumsatzes	62.3 2.5	74.0 3.2	74.7 3.3	55.0 2.6	64.1 2.7
Nettogewinn in % des Nettoumsatzes	39.8 1.6	54.0 2.3	51.4 2.5	47.3 2.5	42.0 2.2
Bilanzsumme	1'635	1'531	1'167	1'158	1'002
davon Eigenkapital inkl. Minderheitsanteile in %	47.9	49.3	58.4	56.6	46.5
Investitionen in Sachanlagen	84.8	76.8	87.4	86.0	50.6
Personalbestand (auf Vollzeitbasis)	3'350	3'300	2'765	2'628	2'444



### Übersicht Geschäftsjahr 2007

Fritz Wyss, Präsident des Verwaltungsrats

### Geschäftsgang und Jahresergebnis 2007

Reto Conrad, CFO

### Strategische Schwerpunkte und Ausblick

Urs Riedener, CEO

### Kunden

- § Weitere Konsolidierung im Detailhandel
- § Mehr internationale Konkurrenz spürbar
- § Ständiger Preisdruck bei generischen Produkten
- § Innovationsdruck und Sortimentsentwicklung

### Konsumenten

- § Nach wie vor stabile Konsumentenstimmung auf hohem Niveau
- § Gutes Klima für Innovationen und neue Produkte
- § Bisher gute Akzeptanz für Preiserhöhungen
- § Polarisierung zwischen „Basic“ und „Premium“

### Mitbewerber

- § Steigende Internationalisierung
- § Neue Mitbewerber drängen in den Markt
- § Mehr Markt beim Rohstoff Milch

### Agrarpolitik

- § Auswirkungen der Käsemarktliberalisierung anhaltend
- § Laufender Stützungsabbau

Höhere Nachfrage  
als Umsatzstütze

Differenzierungs-  
konzepte im Detail-  
handel erhöhen  
Akzeptanz für neue  
Konzepte



**Kunden**

- § Anhaltende Sortimentsdifferenzierung
- § Konsolidierung Detailhandel (v.a. Deutschland)
- § Verstärkter Preisfokus in UK und USA

**Konsumenten**

- § Ausgabenfreude vs. Inflation
- § Spezialitätenorientierung und Experimentierfreudigkeit steigend
- § Convenience Trend unvermindert
- § Preiserhöhungen teilweise unverständlich

**Mitbewerber**

- § Konsolidierung und Internationalisierung
- § Spezialisierung der Anbieter auf Markenartikel- oder Eigenmarken-Geschäft
- § Stärkere Konkurrenzsituation in Schlüsselmärkten

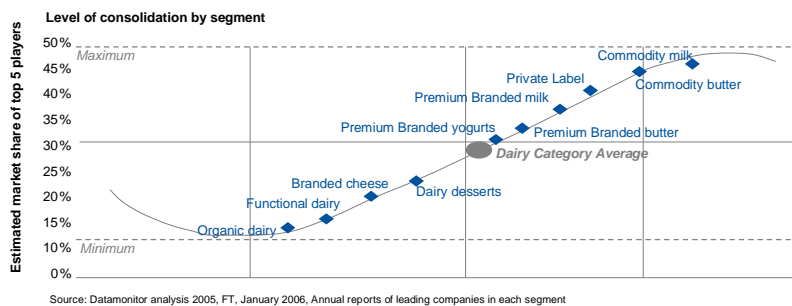
**Agrarpolitik**

- § Höhere Milchmenge
- § Deregulierungen, aber stärkere Investitionshilfen
- § Volatilere Märkte durch Pufferabbau

Schweizer Produkte sind wettbewerbsfähiger  
 Innovationskraft und herausragende Schweizer Produkte bieten Chancen



Produkte mit Zusatznutzen sind attraktiv



> Produkte mit Zusatznutzen verfügen in Europa über den tiefsten Konsolidierungsgrad

### Stärkung der Marke Emmi und internationaler Distributionsaufbau



- § Schweizer Vollsortimenter mit hoher Kundenkompetenz
- § Internationaler Premium-Anbieter mit added-value-Konzepten
- § Verbesserte Produktivität und Effizienz im Mitteleinsatz
- § Nachhaltiges und profitables Wachstum mit Innovationen und Distributionsaufbau
- § Verstärkung Marktpräsenz und/oder Nutzung Synergiepotentiale durch gezielte Partnerschaften und Übernahmen
- § Internationale Wettbewerbsfähigkeit erhalten

### Starke Position im Heimmarkt behaupten



- § Stellung als führender Vollsortimenter in allen Kanälen festigen/verteidigen
- § Emmi Markenkonzepte als Wachstumstreiber bei Frischprodukten und Käse
- § Ausbau führender Position bei Produkten mit gesundheitlichem Zusatznutzen
- § Investitionen in Markenkonzepte (Höhle Kaltbach) und Effizienzsteigerung (Konzentration Schmelzkäseproduktion)
- § Optimierung der Sortimente und Abläufe

### Ausbau Markenkonzepte



- § Festigung Leaderposition von Emmi Caffè Latte
- § Ausbau weiterer Konzepte zu internationalen Brands
- § Position als Kompetenzpartner für Schweizer Käse ausbauen
- § Stärkung internationales Wachstum im Käsebereich über Partnerschaft mit Ambrosi S.p.A.

### Profitables Wachstum



- § Distributionswachstum und gezielter Einsatz Marketingmittel in den Schlüsselmärkten USA, Deutschland, Italien und Österreich
- § Marktaufbau mittels Tochtergesellschaften in Kanada, Niederlande, Skandinavien, Grossbritannien und Belgien/Luxemburg
- § Distributionsaufbau und selektive Marktpräsenz in Asien, Mittlerer Osten und Russland
- § Ausbau mit strategischen Beteiligungen Kaiku und Ambrosi der Märkte Spanien und Südamerika respektive Frankreich



### Profitabilität langfristig sicherstellen



§ Jährliches Wachstum von 2 – 3 %  
in den nächsten fünf Jahren

- > Gute Position in der Schweiz halten:  
0 – 0.5% jährliches Wachstum
- > Ausbau des internationalen Geschäfts:  
10 % durchschnittliches jährliches  
Wachstum

§ Reingewinn-Marge von 2 – 3 %



### Basis für weiteres Wachstum konsolidieren



§ Umsatzmässig vielversprechender Start  
ins 2008

§ Wachstum Emmi Gruppe von 2 – 3 %

§ Mittelfristig leicht rückläufige Entwicklung  
im Markt Schweiz bei generischen  
Produkten mit Wachstumspotential bei  
Markenkonzepten

§ Durchschnittliches internationales  
Wachstum von 10 %

§ Reingewinn-Marge von über 2 %

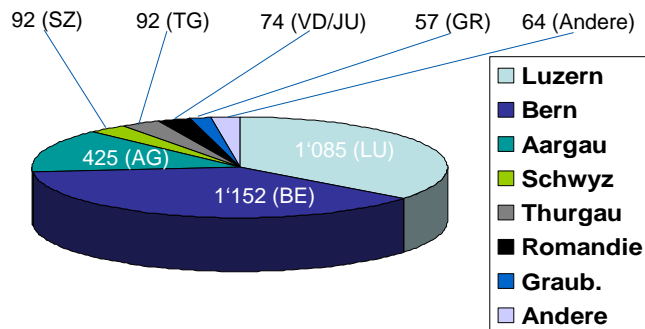


Back up

Nahezu solide Konsumentenstimmung auf hohem Niveau



Konzentration auf die Kantone Bern und Luzern



> Total Mitarbeitende in der Schweiz auf Vollzeitbasis per Ende 2007: 3'041