

## Beilagen zur Fallstudie Emmi AG



### A. Emmi stellt sich vor

Emmi ist eine bedeutende **Milchverarbeiterin** der Schweiz. Ihre Wurzeln reichen bis 1907 zurück, als sie von 62 milchbäuerlichen Genossenschaften rund um Luzern gegründet wurde. In den letzten 20 Jahren hat sich Emmi zu einer internationalen, börsenkotierten Unternehmensgruppe entwickelt. Dabei folgt Emmi einer langjährigen, erfolgreichen Strategie, die auf drei Pfeilern basiert: die **Stärkung des Heimmarktes Schweiz, Wachstum im Ausland** und **Kostenmanagement**. Ein wichtiges Credo, das Emmi durch die gesamte Unternehmensgeschichte begleitet, ist ein starkes Verantwortungsbewusstsein gegenüber Mensch, Tier und Umwelt.

In der Schweiz stellt Emmi ein komplettes Sortiment an Milchprodukten für eigene Marken, Eigenmarken sowie No-Name-Produkte von Kunden her. Hinzu kommen je nach Land lokal hergestellte Produkte – meist im Spezialitätenbereich. Neben Kuhmilch werden auch vermehrt Ziegen- und Schafmilch, sowie biologisch-vegane Milchersatzprodukte verarbeitet und vertrieben. Entscheidend zum Erfolg des Unternehmens beigetragen hat die frühe Orientierung in Richtung margenstarke Nischenprodukte. Dazu gehört ein 2004 eingeführtes Milchgetränk mit frisch gebrühtem Kaffee im Plastikbecher, das sich zu einem Verkaufsschlager entwickelt hat: **Emmis Caffè Latte** (vgl. Bild).



Zur Emmi Gruppe zählen in der Schweiz 25 Produktionsbetriebe. Im Ausland ist das Unternehmen mit Tochtergesellschaften in 14 Ländern präsent; in sieben davon mit Produktionsstätten. Aus der Schweiz heraus exportiert Emmi Produkte in rund 60 Länder. Schwerpunkte der Geschäftsaktivitäten bilden – neben dem Heimmarkt **Schweiz** – **Westeuropa** sowie der **amerikanische Kontinent**. Der Umsatz von 3,5 Milliarden Schweizer Franken - über 10 % davon mit Bio-Produkten - verteilt sich hälftig auf die Schweiz und das Ausland, ebenso die über 6'000 Mitarbeitenden.

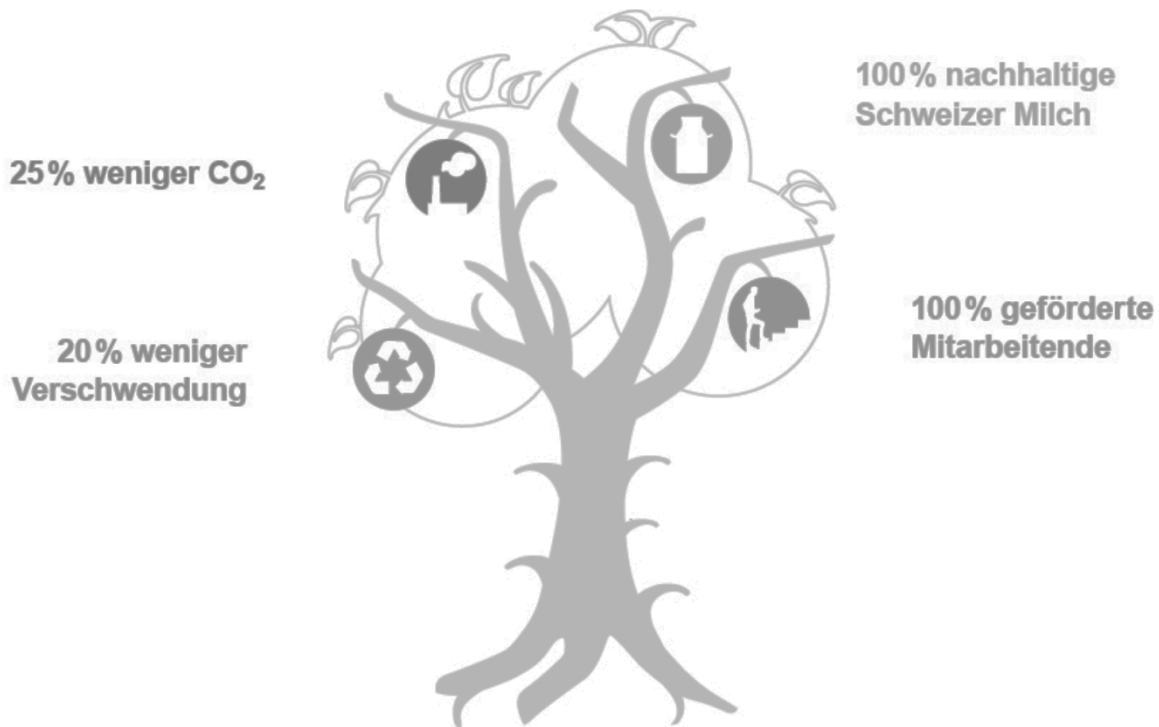
## B. Nachhaltigkeit bei der Emmi AG

Einem Unternehmen stehen viele Wege offen, um die eigene **Nachhaltigkeit** zu fördern. Eine zu grosse Vielfalt erschwert aber die Steuerung, Kontrolle und Kommunikation. Deshalb fokussieren wir bei Emmi bis 2020 unsere Nachhaltigkeitsarbeit auf die **vier Bereiche**, welche die grösste Relevanz haben und wo wir am meisten bewegen können. Unterstützt werden wir dabei von unserem Partner, dem **WWF Schweiz**. Er nimmt in dieser Partnerschaft die Rolle des anspruchsvollen, kritischen, aber konstruktiven Experten ein.

Für alle **vier Fokusthemen** haben wir 2016 **verbindliche Verpflichtungen** formuliert, denen wir bis 2020 nachkommen wollen. Zudem unterstützen wir in diesen Fokusthemen ausgewählte Leuchtturmprojekte, die besonders vorbildlich oder innovativ sind. Dabei orientieren wir uns auch an der Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen.

Über allem steht unsere Verpflichtung, offen und transparent zu agieren. Ein wichtiger Baustein ist der **Dialog** mit verschiedenen **Anspruchsgruppen**.

Die vier Fokusthemen sind:



Quelle: Nachhaltigkeitsbericht der Emmi AG

## C. Auszug aus den Statuten der Emmi AG

### Artikel 3: Aktienkapital

Das Aktienkapital der Gesellschaft beträgt CHF 53'498'100.- und ist eingeteilt in 5'349'810 Namenaktien im Nennwert von je CHF 10.-. Die Aktien sind vollständig liberiert.

### Artikel 14: Stimmrecht

Jede im Aktienregister mit Stimmrecht eingetragenen Aktie berechtigt zu einer Stimme.

### Artikel 15: Beschlussfähigkeit

Die Generalversammlung ist beschlussfähig ohne Rücksicht auf die Zahl der anwesenden Aktionäre und vertretenen Aktienstimmen.

### Artikel 16: Beschlussfassung

Die Generalversammlung fasst ihre Beschlüsse gemäss den Regeln des Schweizerischen Obligationenrechts (OR). Für die Bestimmung der Anzahl der abgegebenen Stimmen werden Enthaltungen nicht mitgezählt.

### Beglaubigung

Die unterzeichnende Urkundsperson des Kantons Nidwalden, Rechtsanwalt lic. iur. Kilian Zwysig, bescheinigt, dass das vorliegende Exemplar den Statuten entspricht, die anlässlich der ordentlichen Generalversammlung der Gesellschaft vom 12. April 2018 als gültige Statuten der Gesellschaft festgelegt worden sind.

Stans, 12. April 2018

Die Urkundsperson:



RA lic. iur. Kilian Zwysig

## D. Kaufvertrag



### Kaufvertrag

zwischen

**Emmi AG**, Landenbergstrasse 1, 6002 Luzern (Verkäuferin)

und

**Tylman Urs**, Toblerstrasse 4, 3715 Adelboden (Käufer)

#### 1. Kaufgegenstand

Die Verkäuferin verkauft dem Käufer je 50 Kartons à 10 Stück zu 2,3 dl:

- Caffè Latte Emmi Macchiato (Art.-Nr. 1006708)
- Caffè Latte Emmi Cappuccino (Art.-Nr. 1006709)
- Caffè Latte Emmi Espresso (Art.-Nr. 1006710)

#### 2. Kaufpreis

Der Kaufpreis beträgt CHF 2'925.00 Franken (CHF 19.50 Franken/Karton).

#### 3. Erfüllungsmodalitäten (Zahlung)

Der Kaufpreis ist bis zum 15.12.2019 auf das Konto der Verkäuferin zu überweisen.

#### 4. Erfüllungsmodalitäten (Lieferung)

Der Kaufgegenstand wird von der Verkäuferin am 7.1.2020, auf Kosten der Käuferin, nach Adelboden geliefert. Nutzen und Gefahr gehen mit Empfang des Kaufgegenstandes an den Käufer über.

#### 5. Gewährleistung

Die Verkäuferin übernimmt die gesetzliche Gewährleistung.

#### 6. Anwendbares Recht und Gerichtsstand

Auf diesen Kaufvertrag ist schweizerisches Recht anwendbar. Gerichtsstand bei allfälligen Streitigkeiten aus diesem Kaufvertrag ist Luzern.

Luzern, 5.12.2019

Emmi AG

ppa. Gener Yves

Luzern, 5.12.2019

Tylman Urs

E. Sponsoring

# Wendy Holdener: Emmi Hauptsponsor

## HAUPTSPONSOR



Emmi Produkte findet man schon sehr lange in meinem Kühlschrank. Seien es fruchtige Joghurts, feine Emmi CAFFÈ LATTE oder die unterschiedlichsten Käsesorten: Meine Familie liebt Milchprodukte. Umso stolzer bin ich, diese Schweizer Unternehmung als Hauptsponsor an meiner Seite zu haben.

[www.emmi-caffelatte.com](http://www.emmi-caffelatte.com)



Die erfolgreiche Schweizer Skifahrerin hat sich mit dem grössten Schweizer Milchverarbeiter auf ein Hauptsponsoring geeinigt. Das Caffè-Latte-Logo ziert neu Helm, Mütze und Cap von Holdener. Zudem fokussiert Emmi auf die Schweiz.